



Wyniki osiągnięte w I półroczu 2012

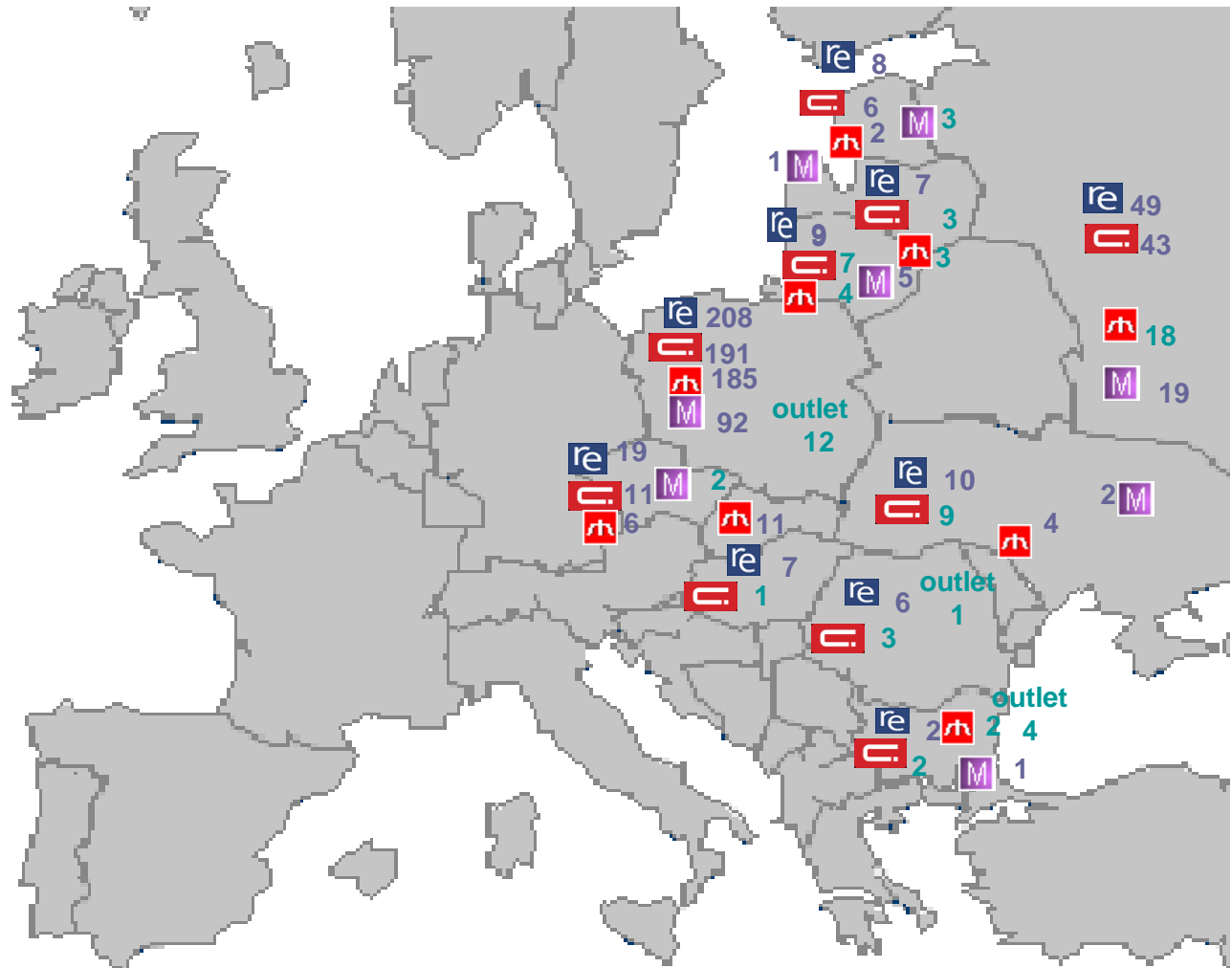
RESERVED



M O H I T O

Nasze marki obecne w całym regionie

30 czerwca 2012 roku sieć
detailed LPP liczyła 978
sklepów z czego:
325 Reserved
276 CROPP
235 House
125 Mohito



Realizacja planu rozwoju sieci

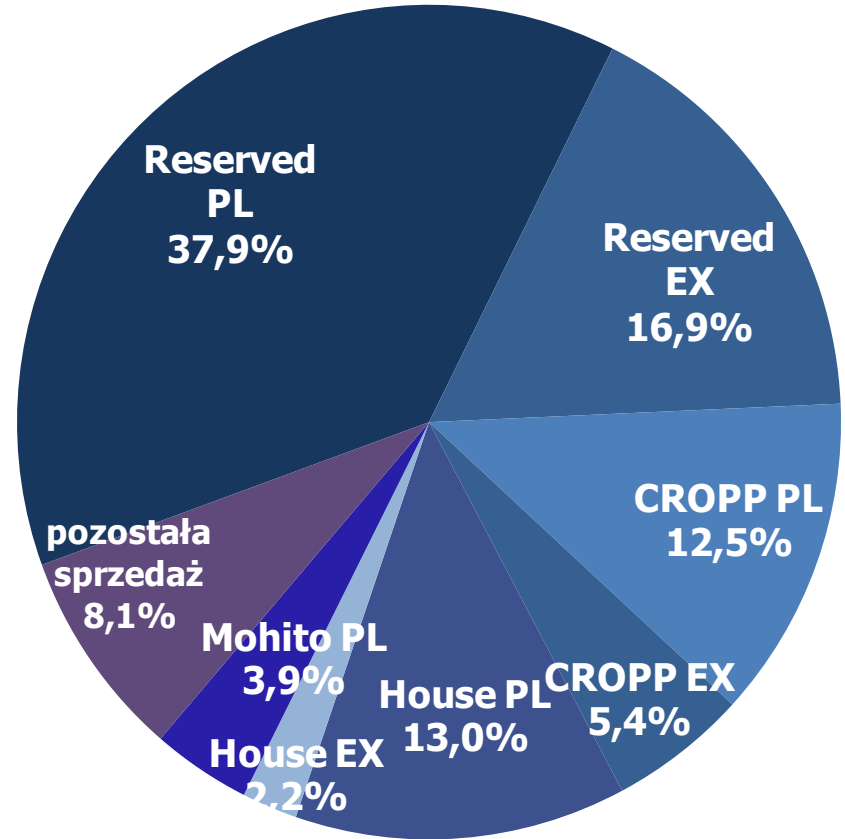
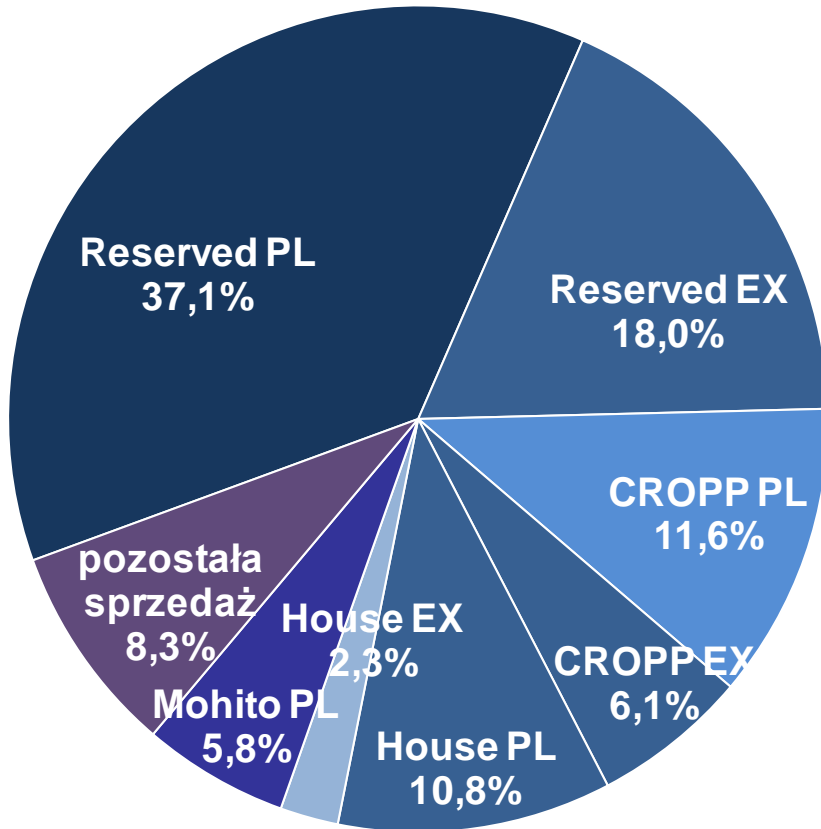
Powierzchnia [tys. m ²]	30.06.2012	30.06.2011	Zmiana
Reserved	230,3	201,3	14%
Polska	146,7	129,0	14%
UE	40,1	39,2	2%
Rosja i Ukraina	43,5	33,1	31%
CROPP	65,0	56,0	16%
Polska	41,3	37,8	9%
zagranica	23,7	18,2	30%
House	56,0	49,1	14%
Polska	42,5	40,4	5%
zagranica	13,5	8,7	55%
Mohito	26,0	10,5	148%
Polska	18,5	10,5	76%
zagranica	7,5	0,0	-
outlet	4,1	3,1	32%
<u>RAZEM</u>	<u>381,4</u>	<u>320,0</u>	19%

Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 19% (61 tysięcy m²).

Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

IH 2012

2011



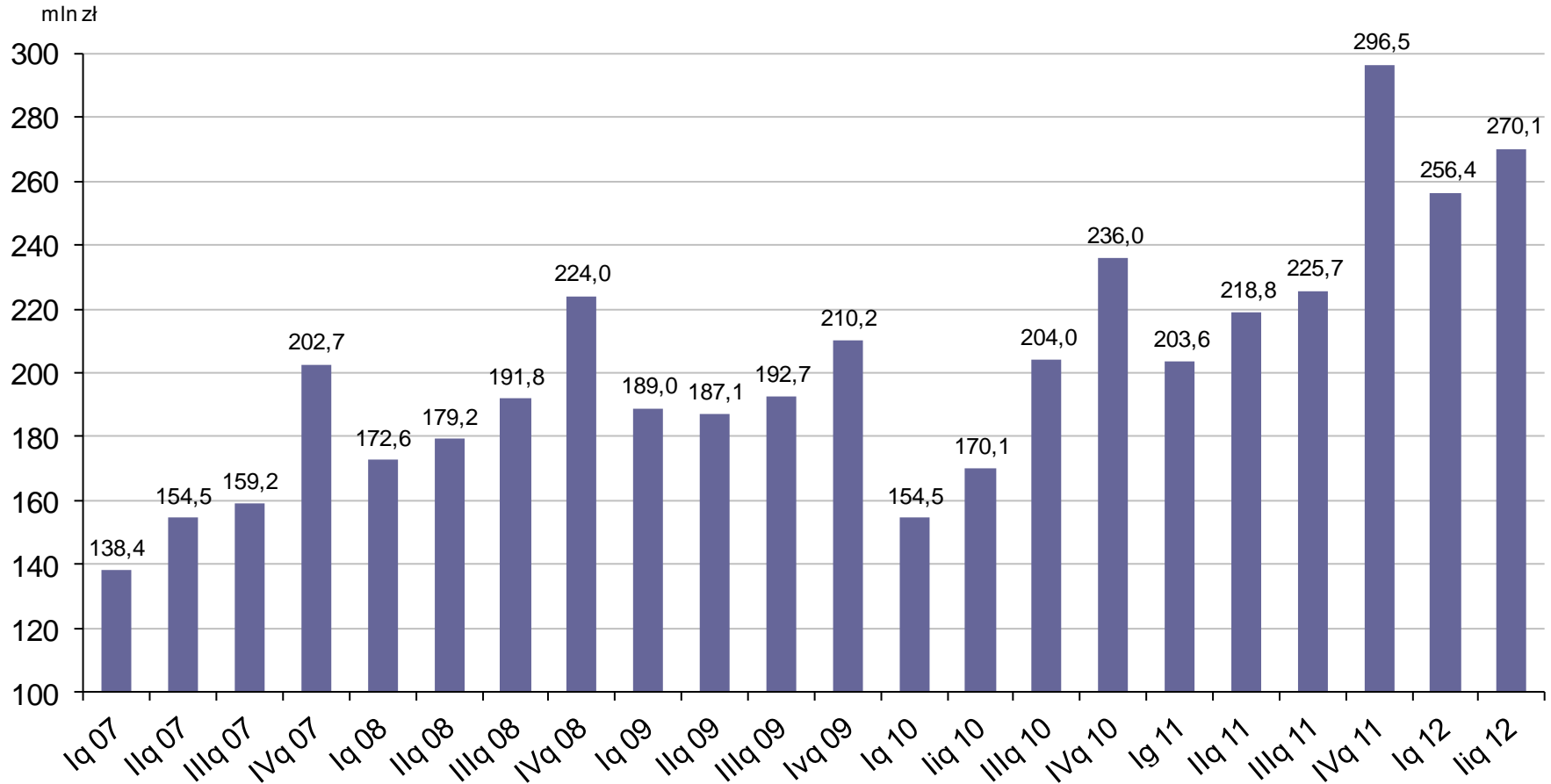
4

RESERVED



M O H I T O

Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce

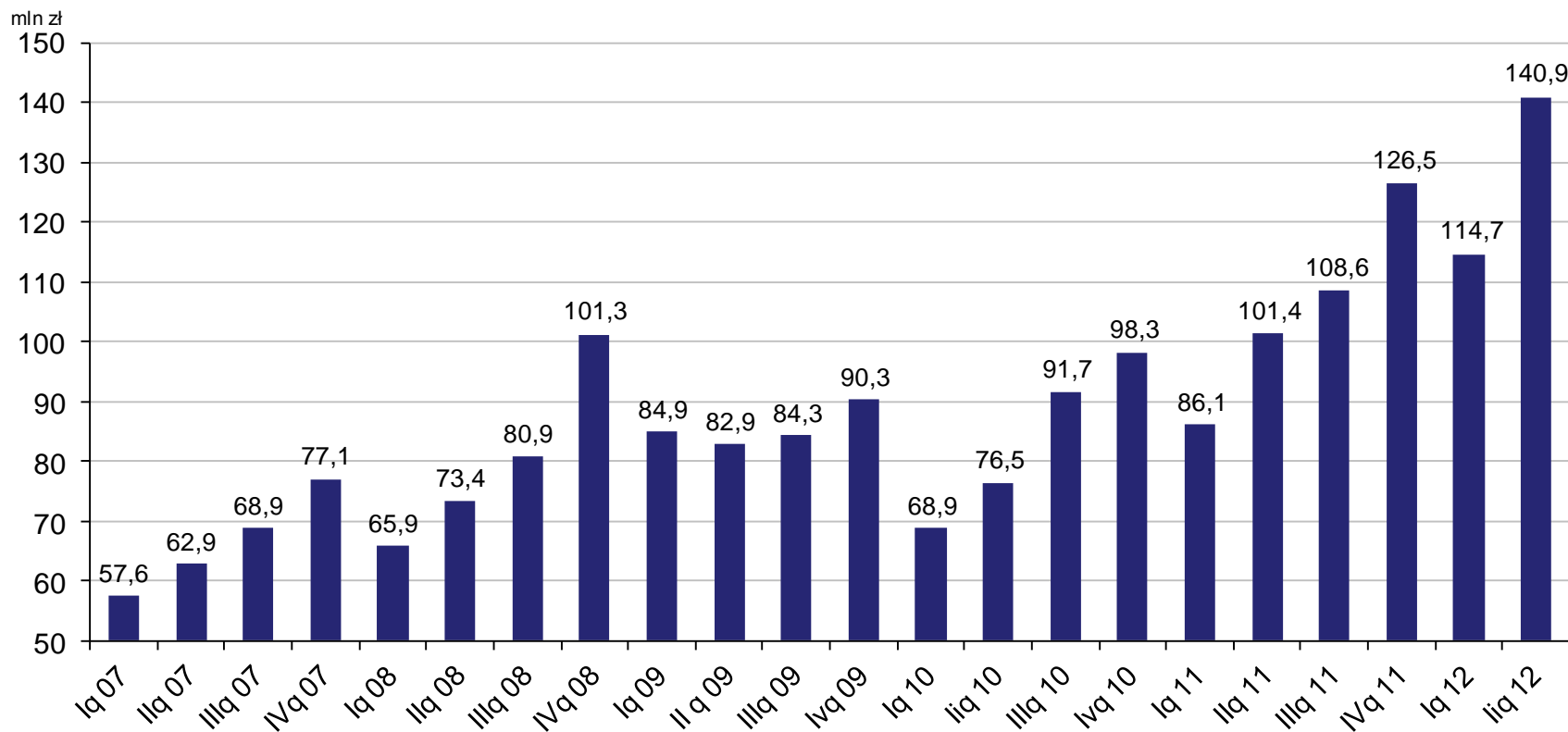


RESERVED

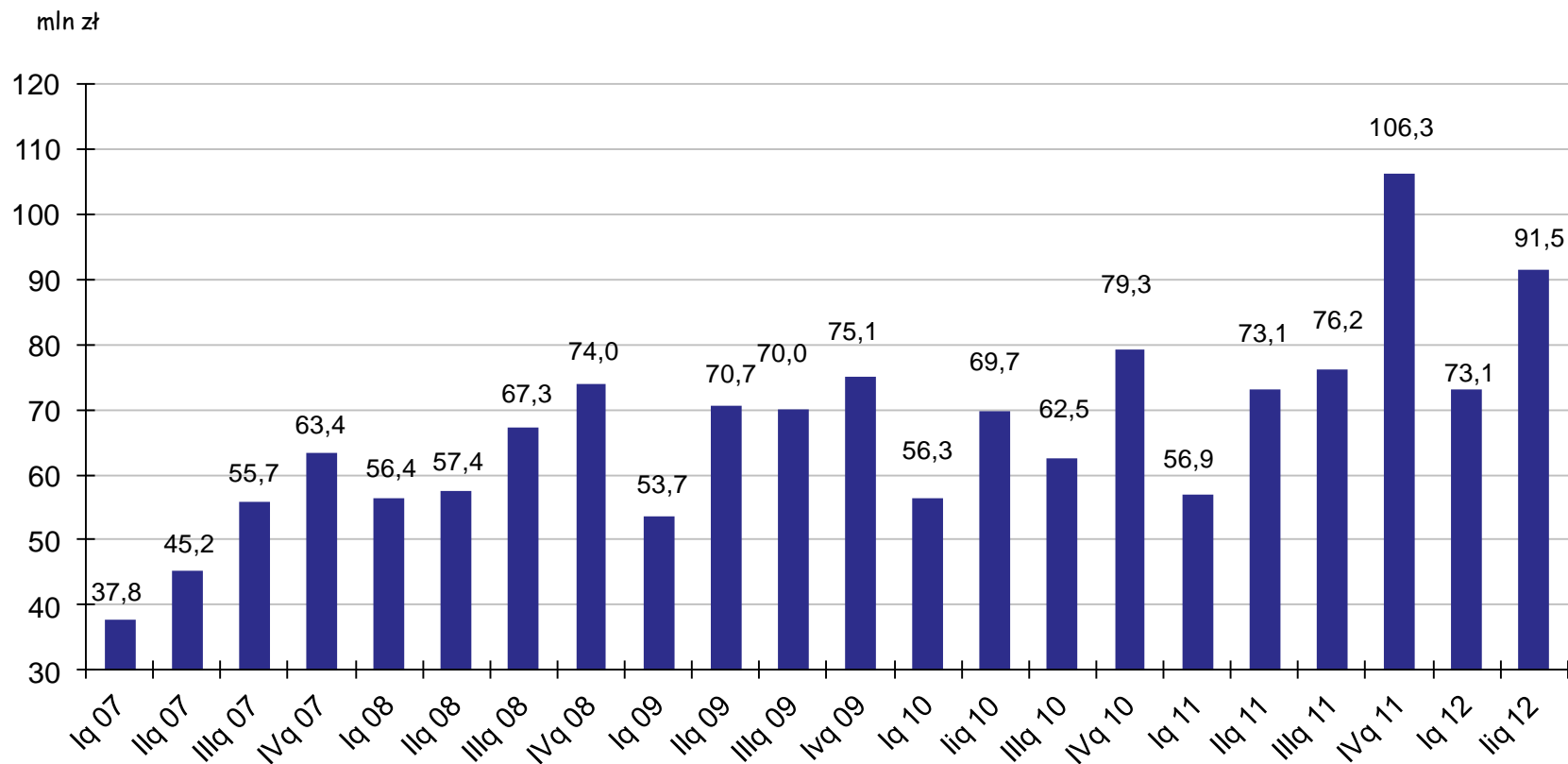


M O H I T O

Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą

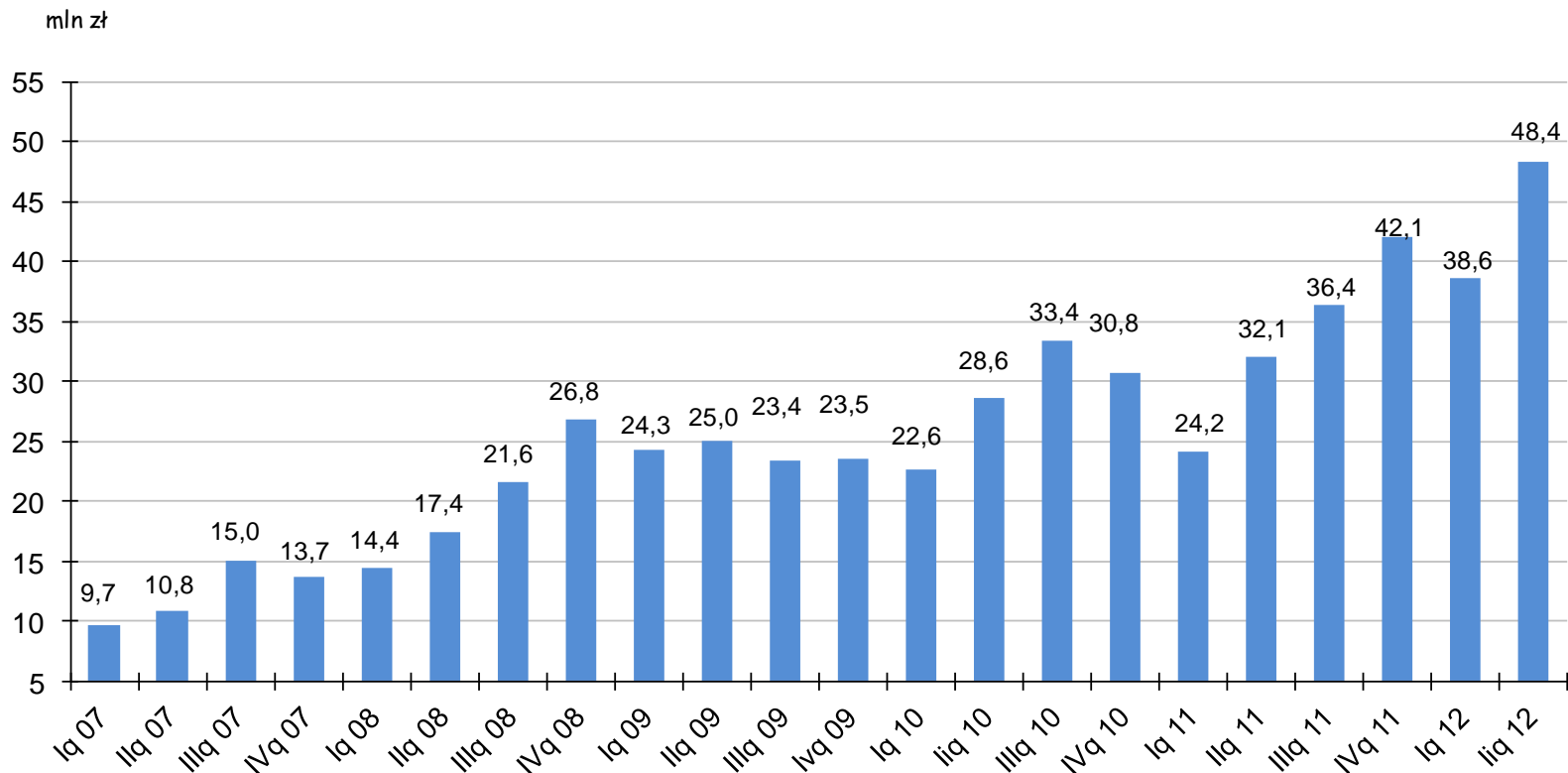


Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce

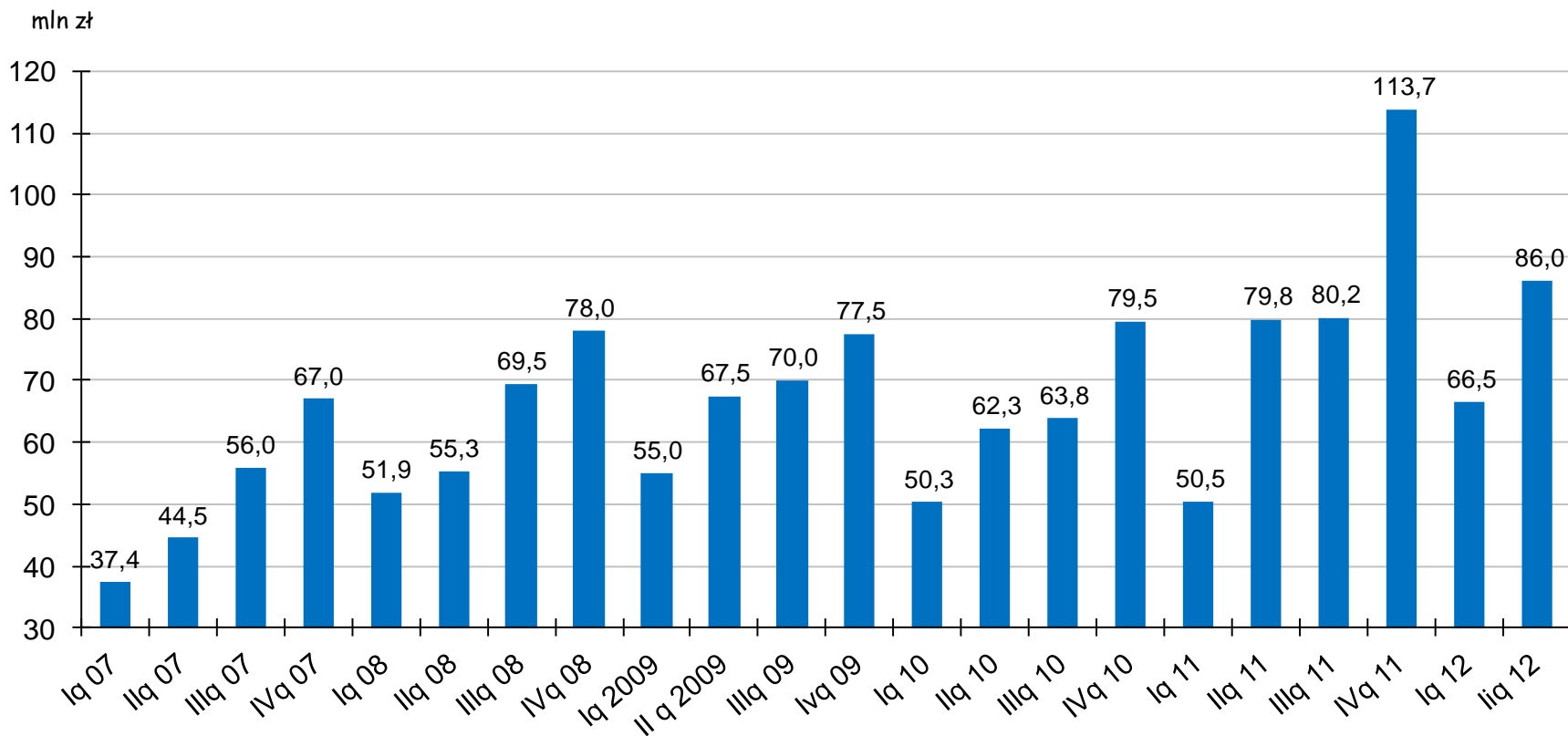


7

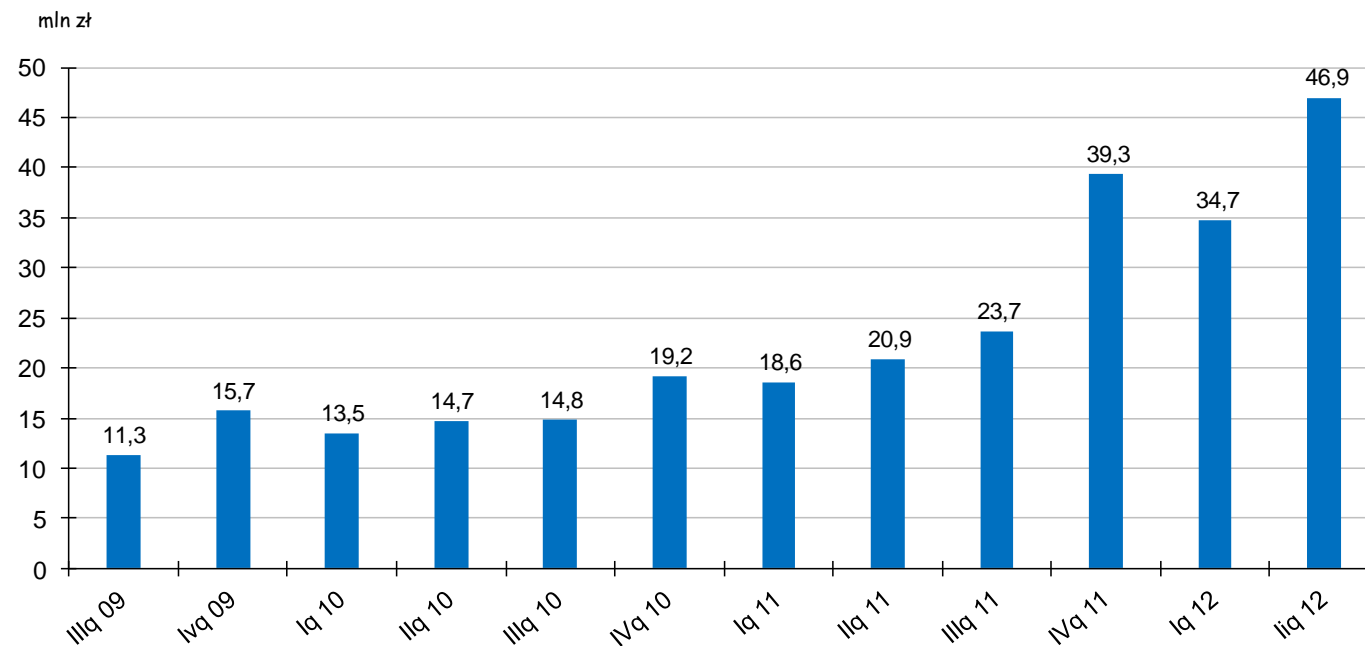
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce

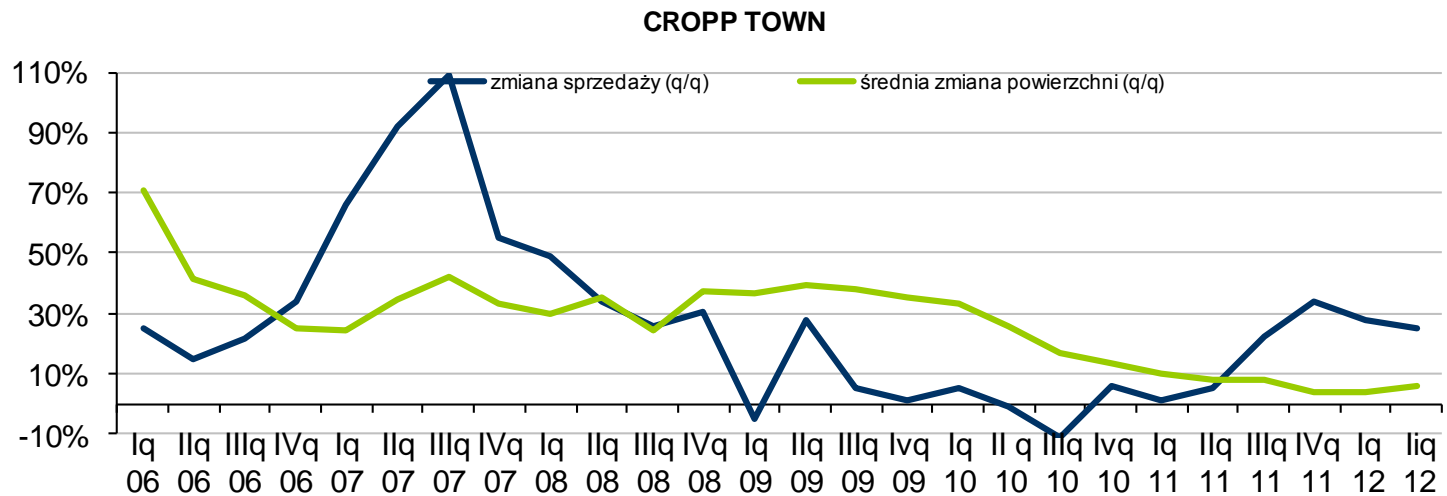
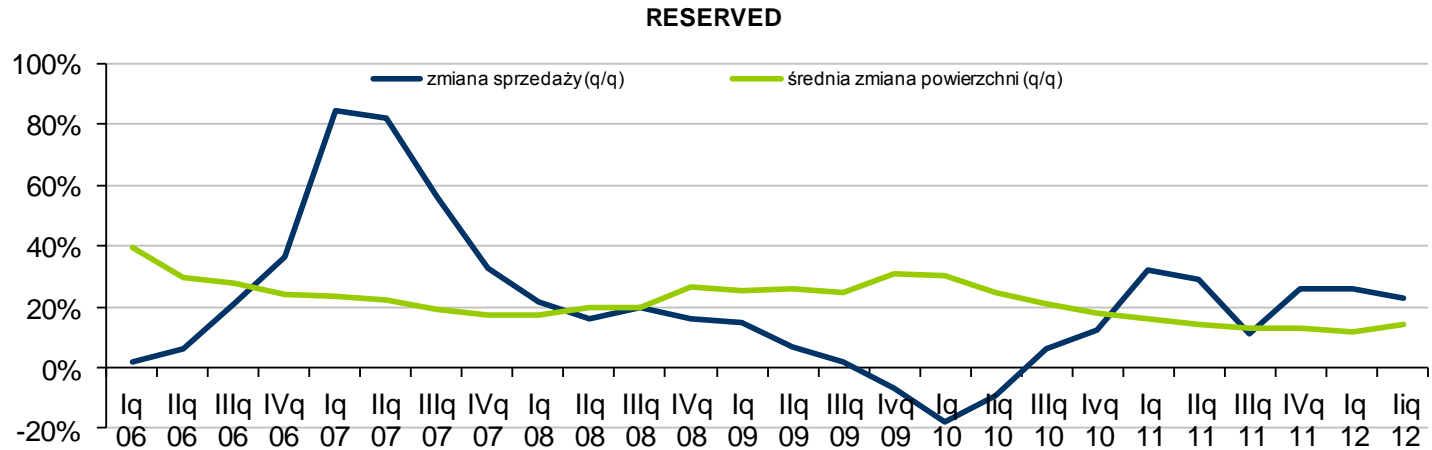


Przychody ze sprzedaży sieci Mohito w Polsce



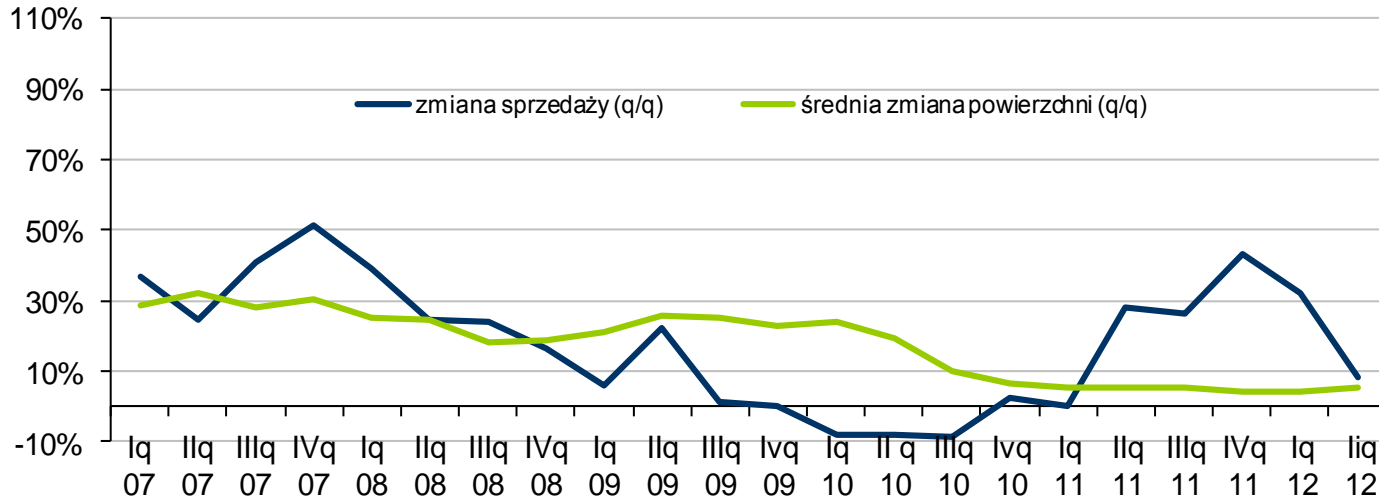
10

Zmiana efektywności

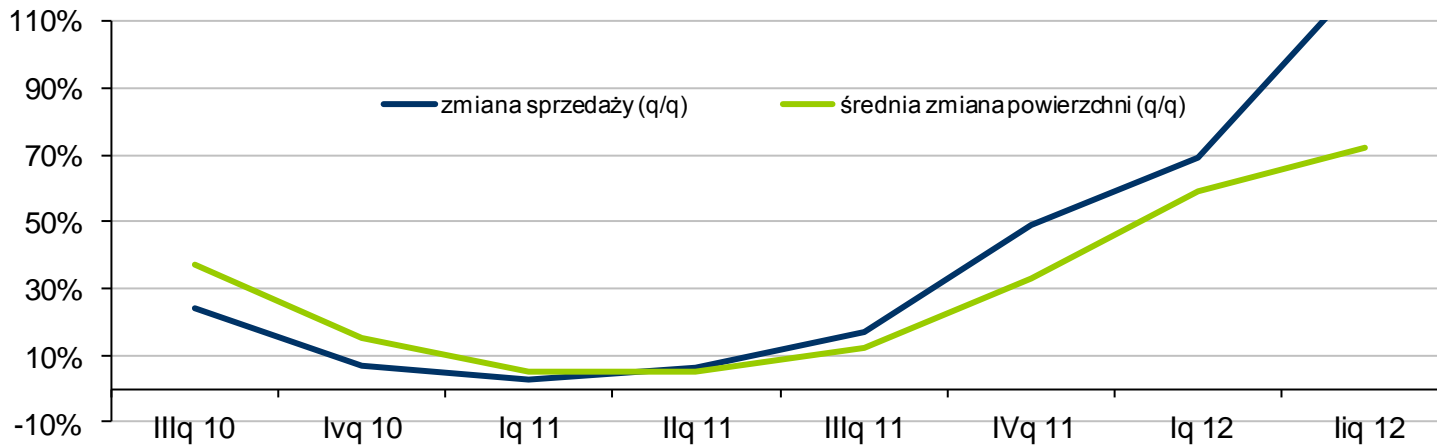


Zmiana efektywności

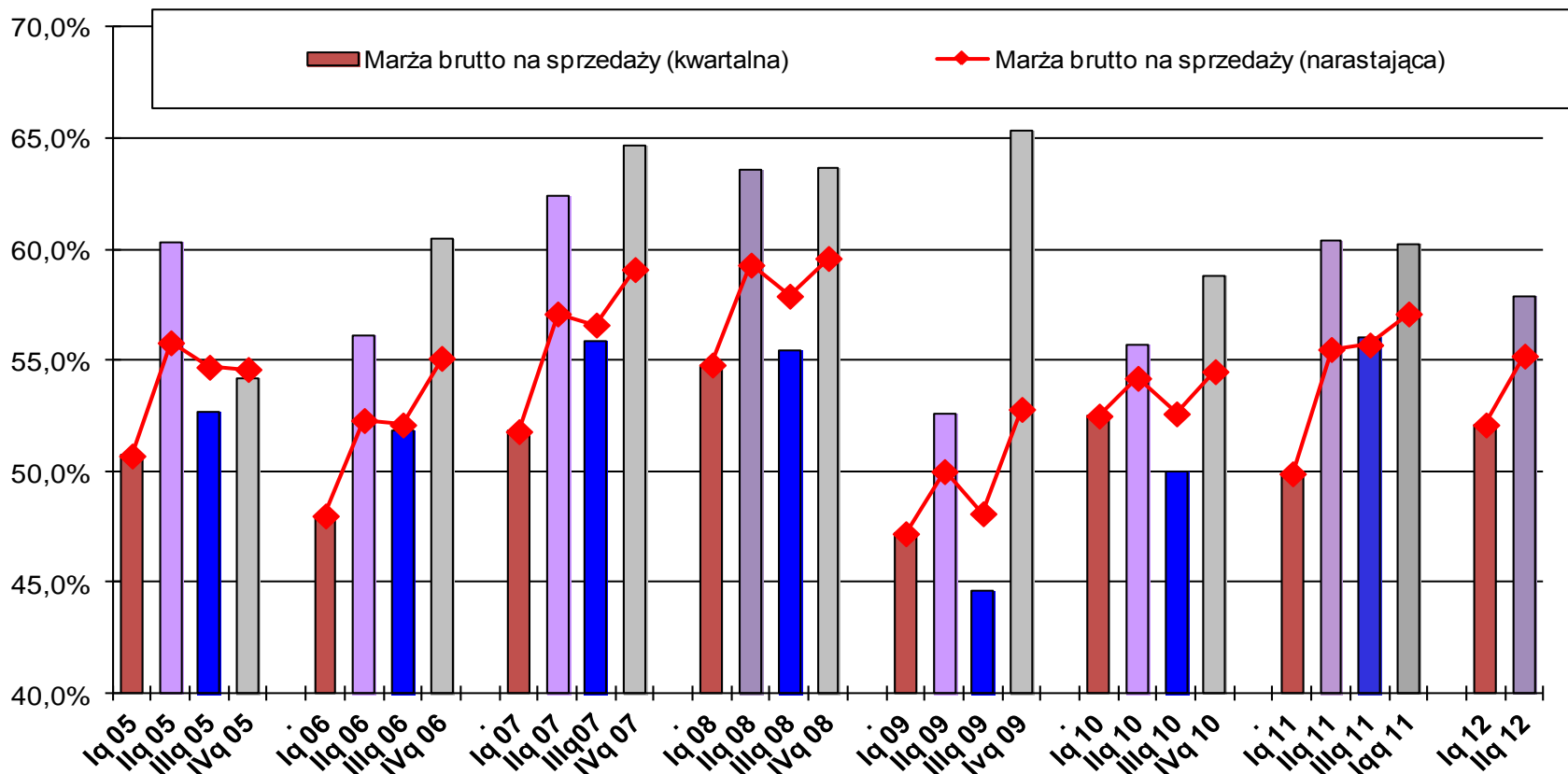
HOUSE



MOHITO



Wysokość marży brutto na sprzedaży



Skonsolidowany rachunek zysków i strat IIQ

Wyszczególnienie [mln zł]	IIQ 2012	IIQ 2011	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	760,1	580,4	31%
Koszt własny sprzedaży	320,1	230,1	39%
Zysk brutto na sprzedaży	440,0	350,4	26%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>57,9%</i>	<i>60,4%</i>	<i>-2,5%</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	322,2	257,5	25%
EBITDA	140,1	111,6	26%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>18,4%</i>	<i>19,2%</i>	<i>-0,8%</i>
EBIT	114,0	87,7	30%
<i>Marża EBIT</i>	<i>15,0%</i>	<i>15,1%</i>	<i>-0,1%</i>
Zysk netto	77,9	64,2	21%
<i>Marża netto</i>	<i>10,2%</i>	<i>11,1%</i>	<i>-0,8%</i>

Skonsolidowany rachunek zysków i strat IH

Wyszczególnienie [mln zł]	IH 2012	IH 2011	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	1 418,1	1 081,0	31%
Koszt własny sprzedaży	635,6	481,1	32%
Zysk brutto na sprzedaży	782,4	600,0	30%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>55,2%</i>	<i>55,5%</i>	<i>-0,3%</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	622,6	494,8	26%
EBITDA	207,2	146,0	42%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>14,6%</i>	<i>13,5%</i>	<i>1,1%</i>
EBIT	156,1	98,6	58%
<i>Marża EBIT</i>	<i>11,0%</i>	<i>9,1%</i>	<i>1,9%</i>
Zysk netto	111,8	78,3	43%
<i>Marża netto</i>	<i>7,9%</i>	<i>7,2%</i>	<i>0,6%</i>

Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	30 czerwca 2012	31 grudnia 2011	30 czerwca 2011
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>811,3</u>	<u>744,9</u>	<u>698,1</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	272,4	272,6	272,0
- rzeczowe aktywa trwałe	510,3	447,7	408,4
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>924,4</u>	<u>868,9</u>	<u>785,8</u>
- zapasy	607,1	594,6	503,3
- należności krótkoterminowe handlowe	120,0	114,3	97,4
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	145,6	117,0	150,7
Aktywa razem	1 735,7	1 613,9	1 483,9
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>887,5</u>	<u>909,2</u>	<u>691,7</u>
- kapitał podstawowy	3,6	3,5	3,5
- zysk netto okresu bieżącego	111,1	268,7	78,3
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>150,2</u>	<u>89,4</u>	<u>231,2</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	145,9	86,4	120,9
- obligacje	-	-	106,7
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>698,1</u>	<u>615,3</u>	<u>561,0</u>
-zobowiązania z tytułu dostaw i usług	554,2	377,5	466,6
-obligacje	85,2	86,2	3,5
- kredyty bankowe i pożyczki	33,2	117,7	74,1
Pasywa razem	1 735,7	1 613,9	1 483,9

Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m ²]	31.12.2011	31.12.2012	zmiana [tys. m ²]	zmiana
Reserved	212	257	45	21%
Polska	138	158	21	15%
UE	38	41	3	8%
Rosja i Ukraina	36	57	21	58%
CROPP	60	73	14	23%
Polska	40	46	6	15%
UE	9	9	-1	-10%
Rosja i Ukraina	11	19	9	79%
House	51	65	14	26%
Polska	41	47	6	14%
UE	7	7	0	3%
Rosja i Ukraina	3	11	7	239%
Mohito	17	39	21	124%
Polska	15	26	11	73%
UE	1	3	2	129%
Rosja i Ukraina	1	10	9	956%
Wyprzedazowe	4	6	2	50%
suma podzial geograficzny				
Polska	237	283	46	19%
UE	56	60	4	7%
Rosja i Ukraina	51	96	45	89%
<u>RAZEM</u>	<u>344</u>	<u>439</u>	<u>95</u>	<u>28%</u>

- Wzrost netto powierzchni sieci sklepów w 2012 roku prognozowany w oparciu o konkretne lokalizacje wyniesie około 95 tys. m². (28%).
- Szacowana wartość nakładów (środki trwałe) na rozwój sieci sklepów – 210 mln zł.

17