



**Kryzys nie straszny**

**Prezentacja**

**LPP S.A.**

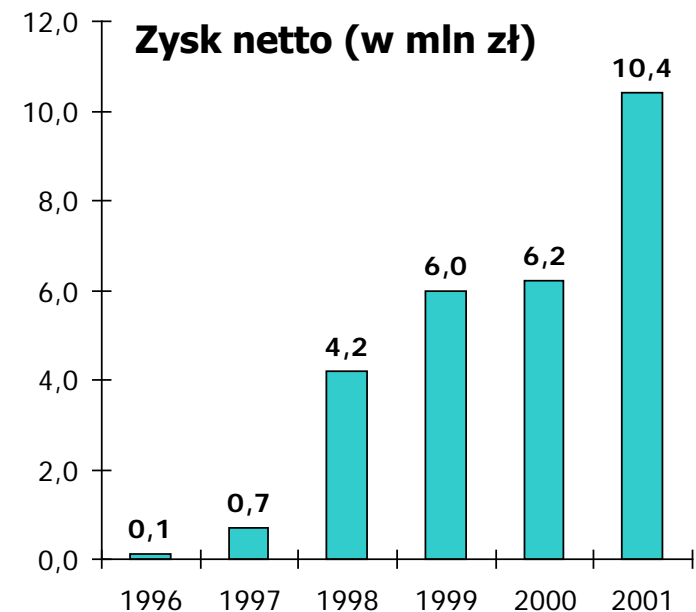
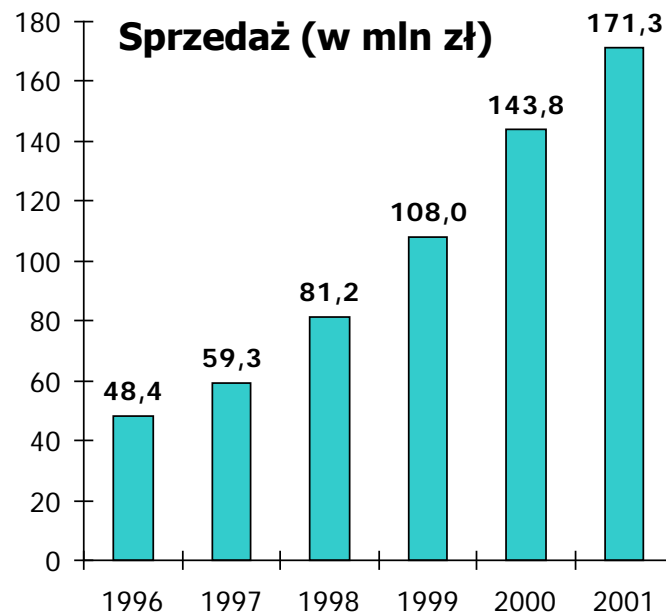
**Warszawa,  
28 lutego 2002**

## Spełnione obietnice

# 10 milionów zysku

## 171 milionów przychodów

### DOTRZYMUJEMY SŁOWA



# LPP na Giełdzie

Dane na 26 lutego 2002 roku – cena 77,0 zł

re Kapitalizacja – 116,5 mln zł

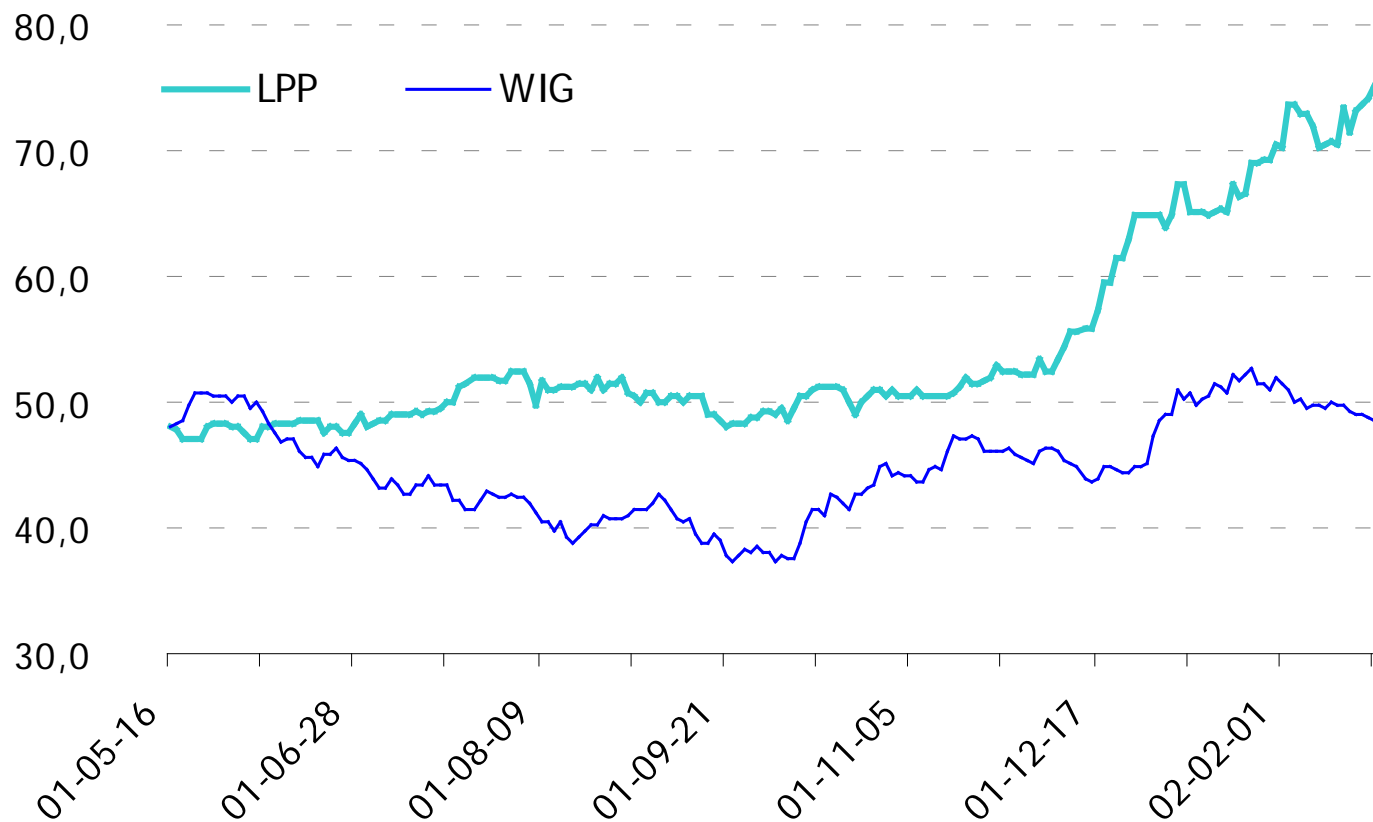
re Free float – 23,1 mln zł

## Wycena giełdowa

re P/E 2001 – 10,7x

W 2002 przeprowadzimy split akcji – 1:2

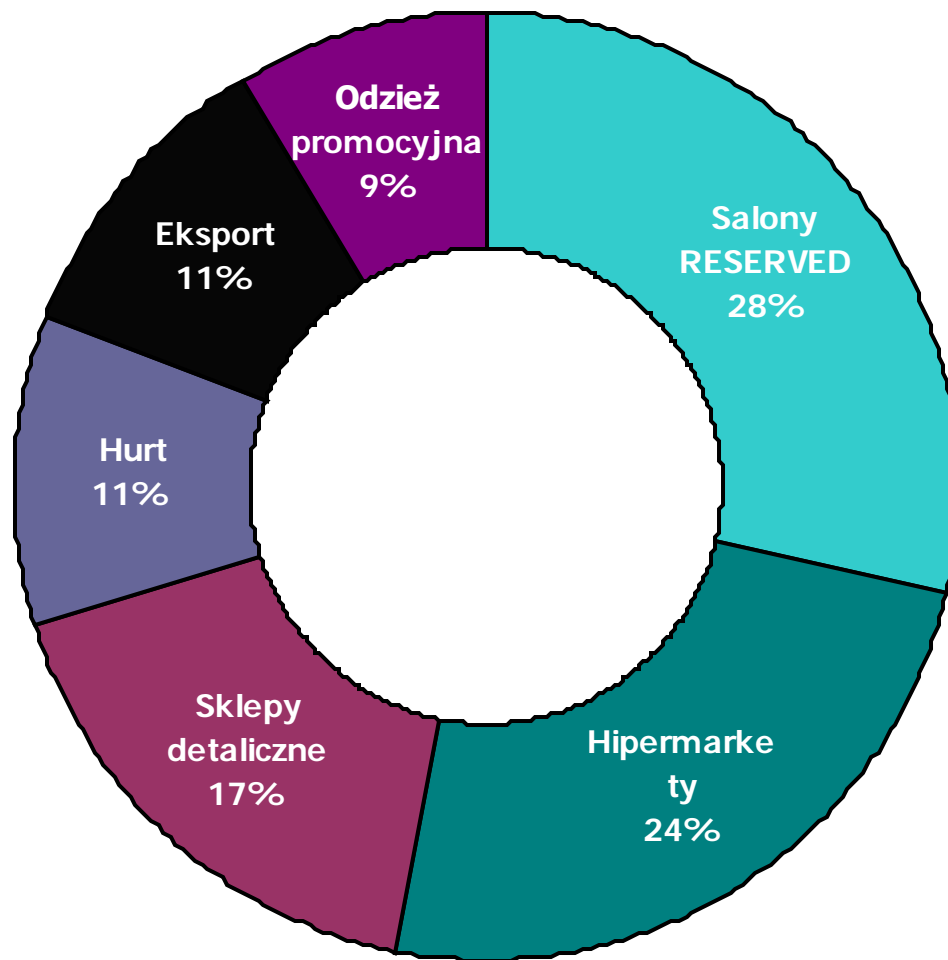
# Wykres notowań LPP



# Dokonania 2001 roku

- re **Wzrost przychodów ze sprzedaży o 19%**
- re **Wzrost przychodów ze sprzedaży kolekcji RESERVED do 28% przychodów ogółem**
- re **Wzrost zysku netto o 68,9%**
- re **Wzrost wskaźnika EPS o 42,5% do 7,22 zł**
- re **Otwarcie 8 nowych sklepów RESERVED**

# Struktura sprzedaży za 2001



# Struktura sprzedaży – kwartały

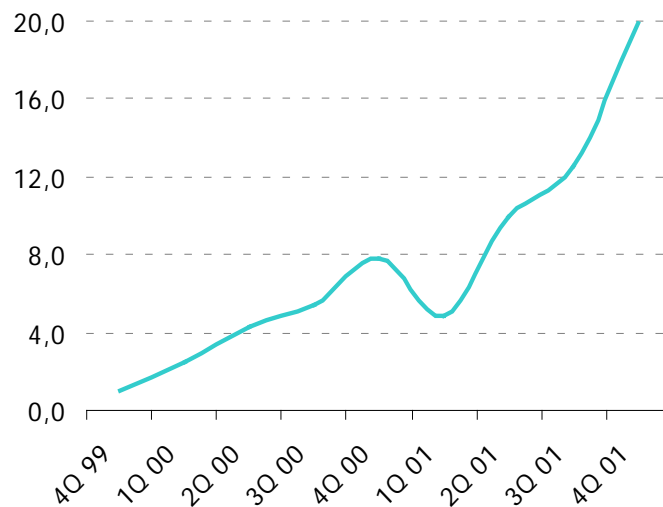
WYSZCZEGÓLNIENIE (w %)	1Q 2001	2Q 2001	3Q 2001	4Q 2001
Salony RESERVED	14,0	24,0	28,0	43,0
Hipermarkety	28,0	24,0	19,0	21,0
Sklepy detaliczne	17,0	17,0	15,0	12,0
Hurt	22,0	14,0	20,0	9,0
Eksport	11,0	11,0	11,0	9,0
Odzież promocyjna	8,0	10,0	7,0	6,0

# Przychody uzyskiwane z salonów

## Wzrost sprzedaży w salonach RESERVED poprzez:

- wzrost łącznej powierzchni sprzedaży
- wzrost wydajności – wzrost sprzedaży z 1 mkw.

Przychody z salonów RESERVED  
(w mln zł)



Przychody z 1 mkw. powierzchni  
(miesięczne w zł)



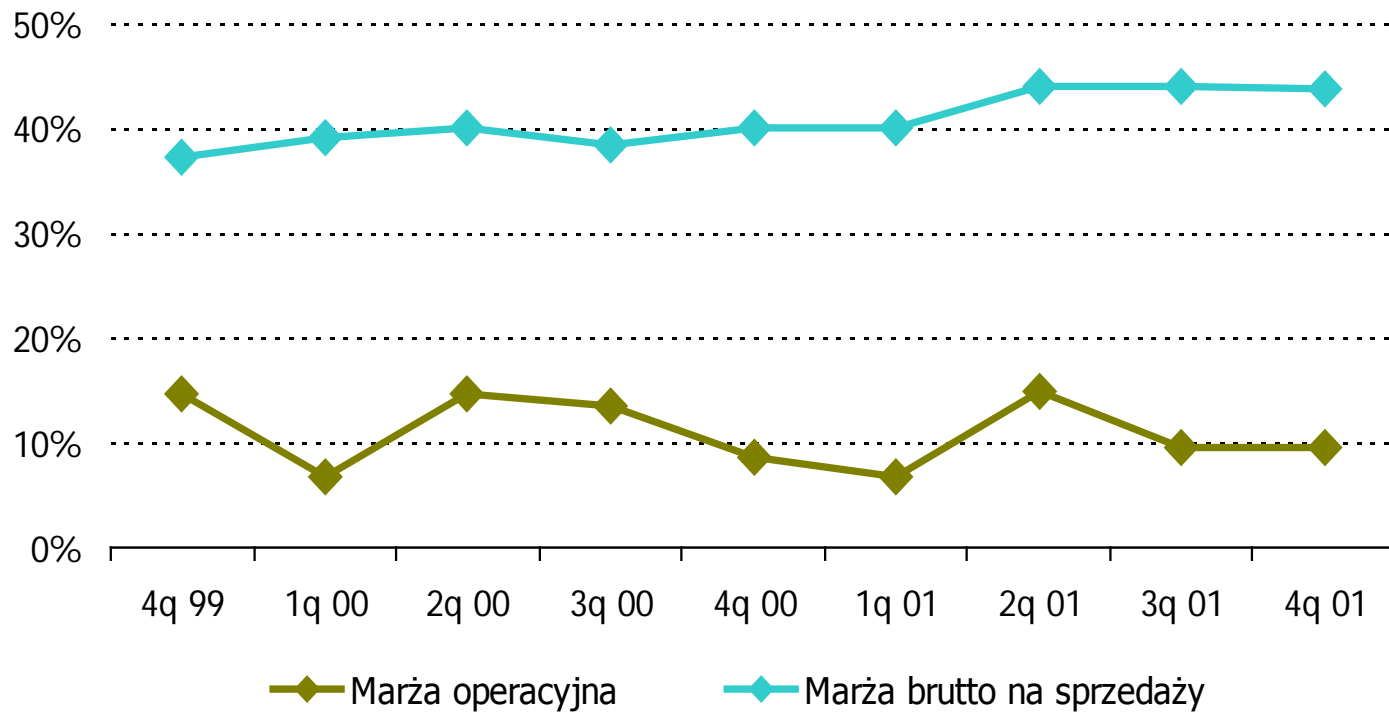


# Najważniejsze informacje o pozostałych kanałach

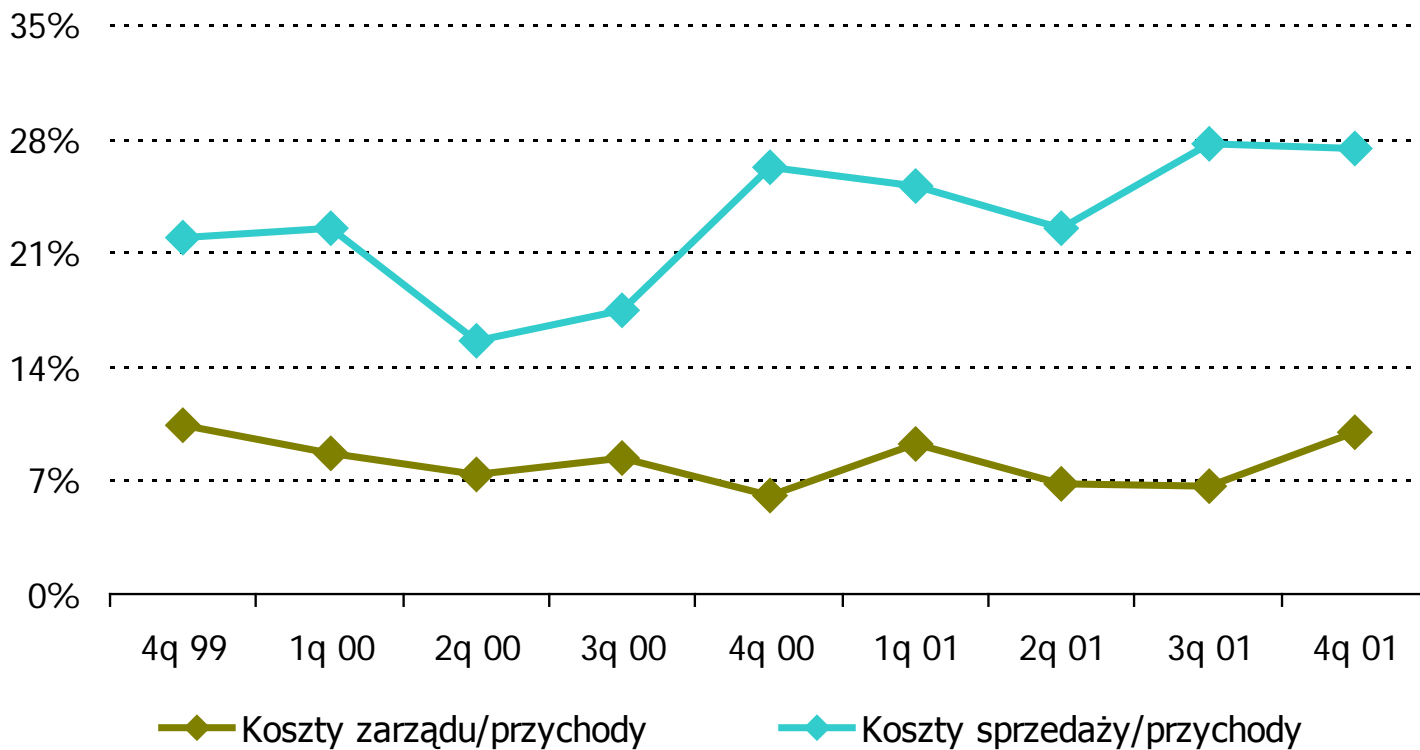
- re **Hipermarkety – współpraca ze wszystkimi sieciami działającymi w Polsce**
- re **Hurt – największy i najbardziej stabilny dostawca odzieży do hurtowni**
- re **Detal – wzrost przychodów ze sprzedaży o 13%**
- re **Eksport – stabilny, około 10 proc., udział sprzedaży eksportowej w przychodach ze sprzedaży**
- re **Promo – specjalizacja w wąskiej grupie produktów**

# Poziomy uzyskiwanych marż

Marża brutto na sprzedaży i marża operacyjna



# Wskaźniki efektywności



# Wyniki finansowe – kwartały

WYSZCZEGÓLNIENIE (w mln zł)	1Q 2001	2Q 2001	3Q 2001	4Q 2001	2001
Przychody ze sprzedaży	36,91	43,37	44,73	46,31	<b>171,32</b>
Zysk brutto na sprzedaży	14,73	19,03	19,70	21,47	<b>74,93</b>
<i>Marża na sprzedaży (%)</i>	<i>39,9%</i>	<i>43,9%</i>	<i>44,0%</i>	<i>46,4%</i>	<b><i>43,7%</i></b>
EBITDA	3,20	7,05	4,84	3,84	<b>18,93</b>
<i>Marża EBITDA (%)</i>	<i>8,7%</i>	<i>16,3%</i>	<i>10,8%</i>	<i>8,3%</i>	<b><i>11,0%</i></b>
EBIT	2,50	6,50	4,28	3,00	<b>16,28</b>
<i>Marża EBIT (%)</i>	<i>6,8%</i>	<i>15,0%</i>	<i>9,6%</i>	<i>6,5%</i>	<b><i>9,5%</i></b>
Zysk netto	1,67	4,76	1,62	2,34	<b>10,39</b>
<i>Marża netto (%)</i>	<i>4,5%</i>	<i>11,0%</i>	<i>3,6%</i>	<i>5,1%</i>	<b><i>6,1%</i></b>

# Struktura bilansu

AKTYWA [mln PLN]	31.12.01	30.06.01	31.12.00	31.12.99
Majątek trwały	<b>25,0</b>	<b>17,3</b>	<b>15,0</b>	<b>2,0</b>
Majątek obrotowy	<b>88,0</b>	<b>89,0</b>	<b>68,6</b>	<b>65,2</b>
- w tym gotówka	<b>3,2</b>	<b>5,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>
Rozliczenia międzyokresowe	<b>1,0</b>	<b>1,4</b>	<b>1,9</b>	<b>0,6</b>

PASYWA [mln PLN]	31.12.01	30.06.01	31.12.00	31.12.99
Kapitał własny	<b>54,0</b>	<b>49,8</b>	<b>29,2</b>	<b>23,0</b>
Zobowiązania	<b>57,3</b>	<b>56,1</b>	<b>55,2</b>	<b>44,6</b>
- długoterminowe	<b>7,2</b>	<b>6,5</b>	<b>8,6</b>	<b>0,7</b>
- zadłużenie odsetkowe	<b>7,2</b>	<b>5,3</b>	<b>8,5</b>	<b>0,7</b>
- krótkoterminowe	<b>50,1</b>	<b>49,6</b>	<b>46,6</b>	<b>43,9</b>
- zadłużenie odsetkowe	<b>21,3</b>	<b>20,2</b>	<b>24,1</b>	<b>16,0</b>
Rozliczenia międzyokresowe i PPO	<b>2,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>0,2</b>

# Prognoza na 2002 rok

WYSZCZEGÓLNIENIE (w mln zł)	2001	2002P	Zmiana
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>171,32</b>	<b>200,00</b>	<b>16,7%</b>
EBITDA	18,93	27,00	42,6%
<i>Marża EBITDA (%)</i>	<i>11,0%</i>	<i>13,5%</i>	
EBIT	16,28	23,00	41,3%
<i>Marża EBIT (%)</i>	<i>9,5%</i>	<i>11,5%</i>	
<b>Zysk netto</b>	<b>10,39</b>	<b>15,00</b>	<b>44,4%</b>
<i>Marża netto (%)</i>	<i>6,1%</i>	<i>7,5%</i>	
<b>EPS</b>	<b>7,22</b>	<b>9,91</b>	<b>37,2%</b>
<b>P/E</b>	<b>10,7</b>	<b>7,8</b>	

## Założenia do prognozy na 2002 r.

- re Średni kurs PLN/USD – 4,25
- re Inflacja – 4,5%
- re Stopa WIBOR – 10,7%
- re Nakłady inwestycyjne – 12 mln zł  
w tym: salony RESERVED – 10 mln zł  
informatyka – 1 mln zł

# Strategia rozwoju na lata 2002 – 2005



**RESERVED:**

**- silna marka w Europie Środkowo-Wschodniej**

**- do 100 salonów w Polsce**

**- RESERVED do 50% całości przychodów**

**- 4 salony w 2001 poza Polską**

**- dalsza poprawa efektywności sprzedaży**





# Plany rozwoju sieci salonów



**2001**  
24 sklepy



**2002 P**  
41 sklepów



# Plany rozwoju sieci salonów



Poszukiwany najemca powierzchni handlowych  
wśród deweloperów

	1H 2000	2000	1H 2001	2001	2002P
Liczba salonów	11	16	19	24	41
Powierzchnia salonów (m2)	1 676	3 705	4 356	7 000	15 700

## Nowe lokalizacje w 2002 roku

- **I kwartał 2002 – łącznie 2.914 mkw.**

Gdańsk, Sosnowiec, Kraków, Łódź, Warszawa

- **II kwartał 2002 – łącznie 1.335 mkw.**

Janki, Gdynia, Kielce, Rzeszów

- **III kwartał 2002 – łącznie 3.955 mkw.**

Opole, Łódź, Katowice, Bielsko-Biała, Warszawa x 2, Kraków, Poznań

- **IV kwartał 2002 – łącznie 870 mkw.**

Gorzów, Zielona Góra, Bydgoszcz

# Strategia rozwoju na lata 2002 – 2005

## re Hipermarkety

- umacnianie przodującej pozycji dostawcy do każdej sieci
- stałe dostosowywanie oferty do zmieniających się potrzeb hipermarketów

## re Promo Stars:

- specjalizacja w wąskiej grupie produktów
- możliwość realizacji ekspresowych zamówień
- wysoka jakość za przystępną cenę

## re Eksport:

- umacnianie pozycji na rynku odzieży reklamowej (kolekcja Promo Stars)
- zwiększenie sprzedaży bielizny i koszul Henderson
- współudział w tworzeniu sieci salonów Reserved

# Strategia rozwoju na lata 2002 – 2005

## re Detal :

- umacnianie wysokiej pozycji dostawcy bielizny Henderson do niewielkich sieci sklepów
- wprowadzenie i rozwój kolekcji bielizny damskiej,
- poszerzenie oferty koszul męskich Henderson

## re Hurt :

- utrzymanie dominującej pozycji wśród dostawców odzieży do hurtowni,
- poszerzenie kolekcji przez rozwój nowej linii produktów Ross,

## Spełnione obietnice

**10 milionów zysku**

**171 milionów przychodów**

**DOTRZYMUJEMY SŁOWA**