

Prezentacja LPP SA

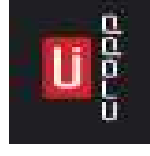
Wyniki za III kwartał 2005 roku

Warszawa, 14 listopada 2005

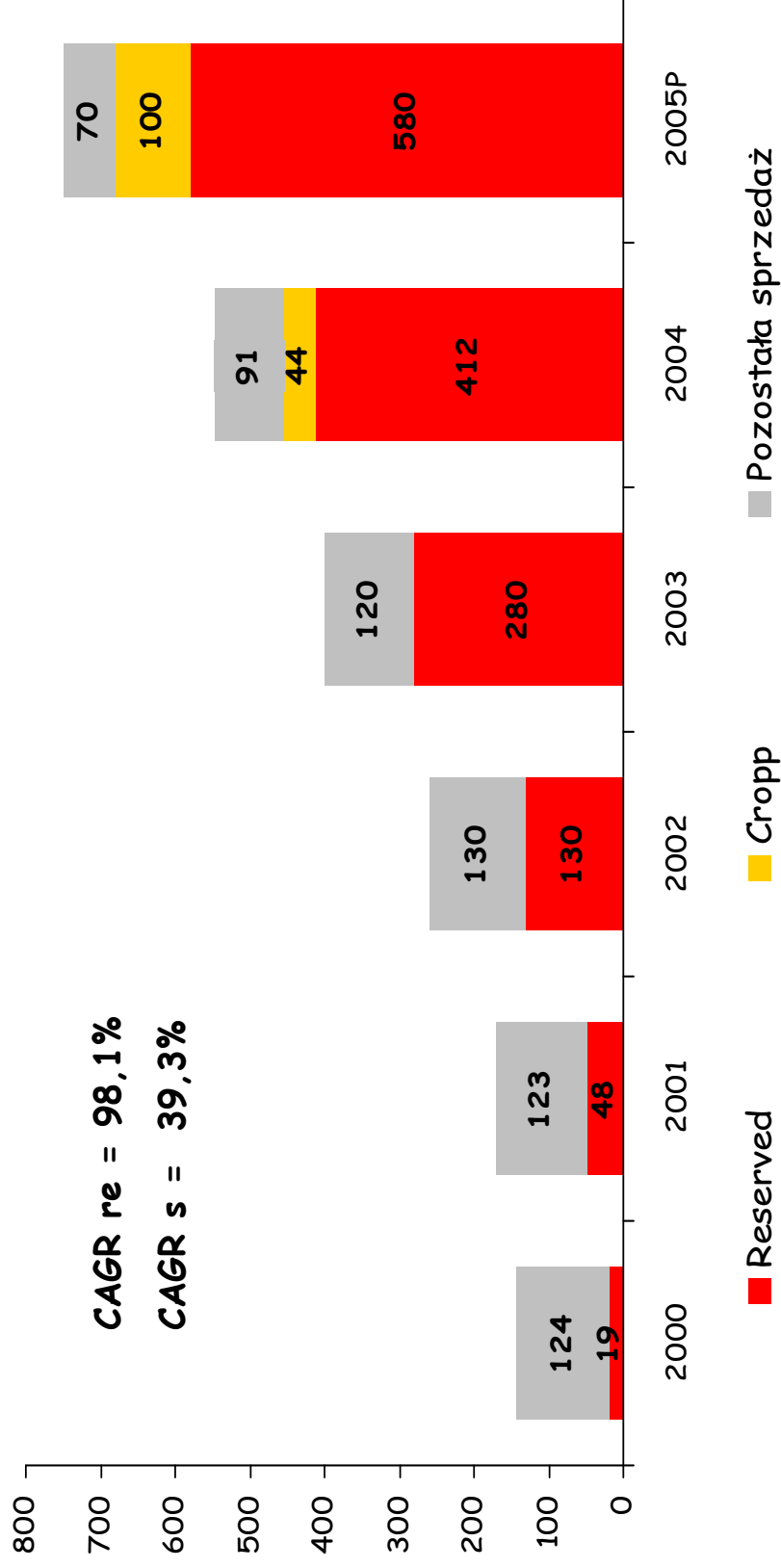
re RESERVED®



1



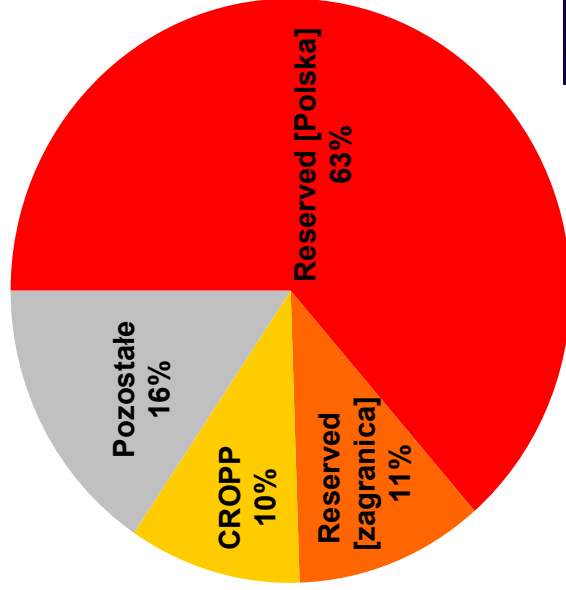
W 2005 udział sprzedaży detalicznej przekroczy 90%



Sprzedaż detaliczna to już blisko 88% przychodów

[%]	I kw. 04	II kw. 04	III kw. 04	IV kw. 04	I kw. 05	II kw. 05	III kw. 05
Marża brutto na sprzedaży (w kw.)	51,2	55,5	50,4	56,6	50,7	60,3	52,7
Marża brutto na sprzedaży (narast.)	51,2	52,3	52,3	54,0	50,7	55,8	54,7

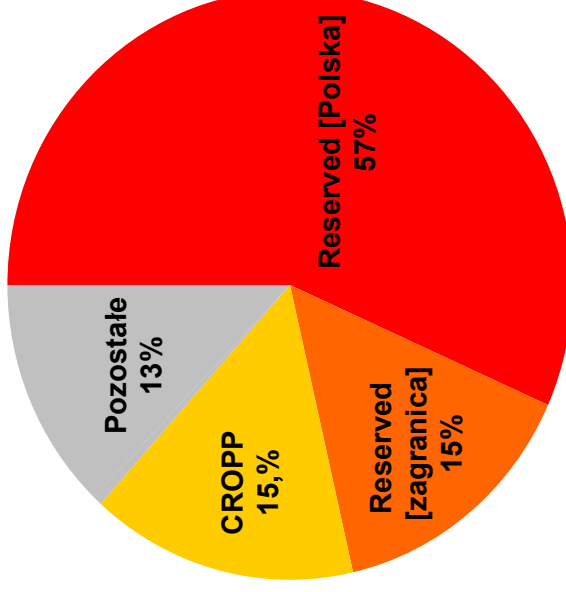
III kwartały 2004



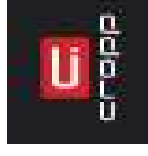
re RESERVED®



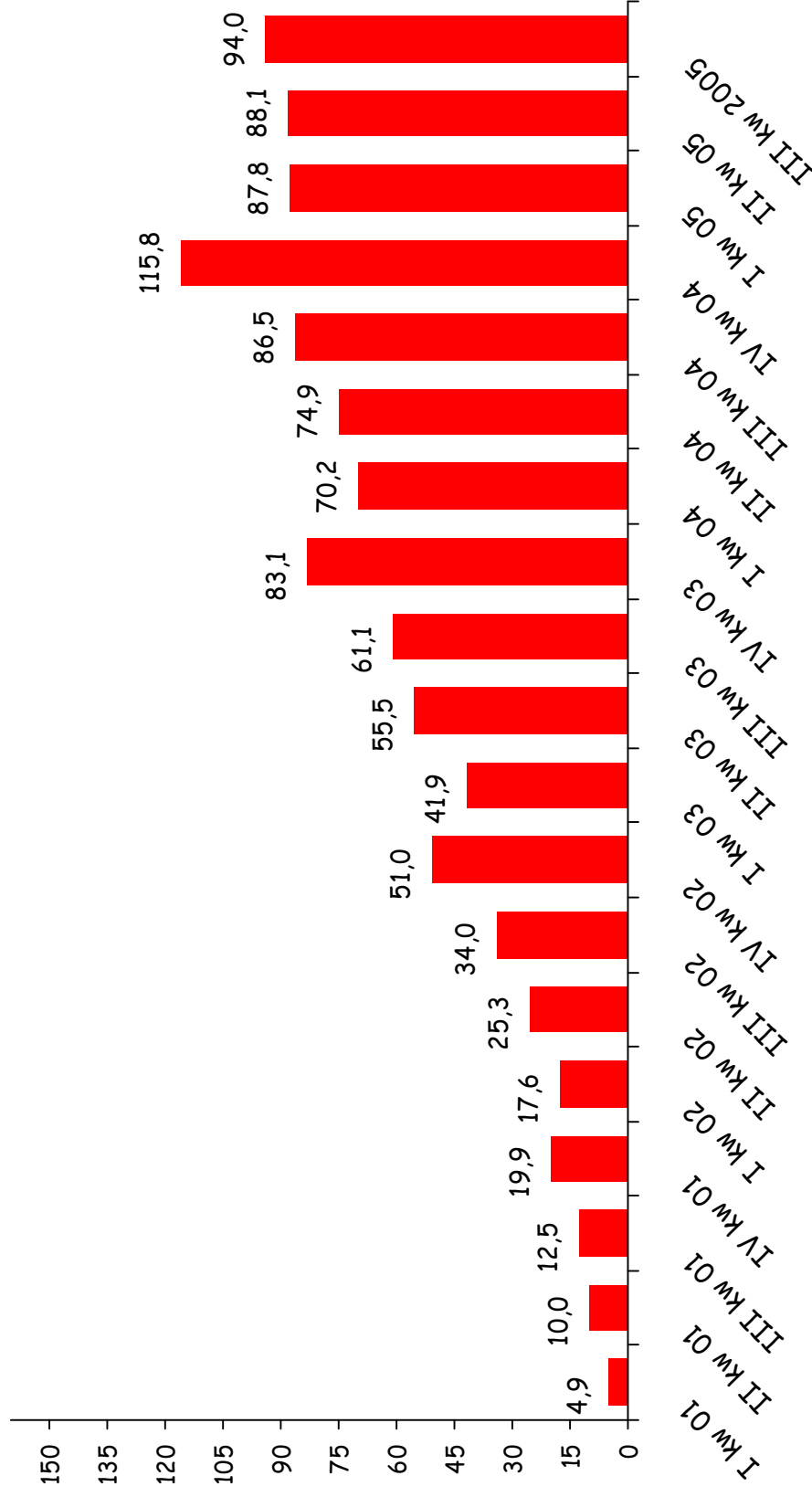
III kwartały 2005



CROPP town



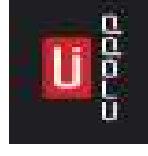
Utrzymujemy wysoką dynamikę sprzedaży w Polsce



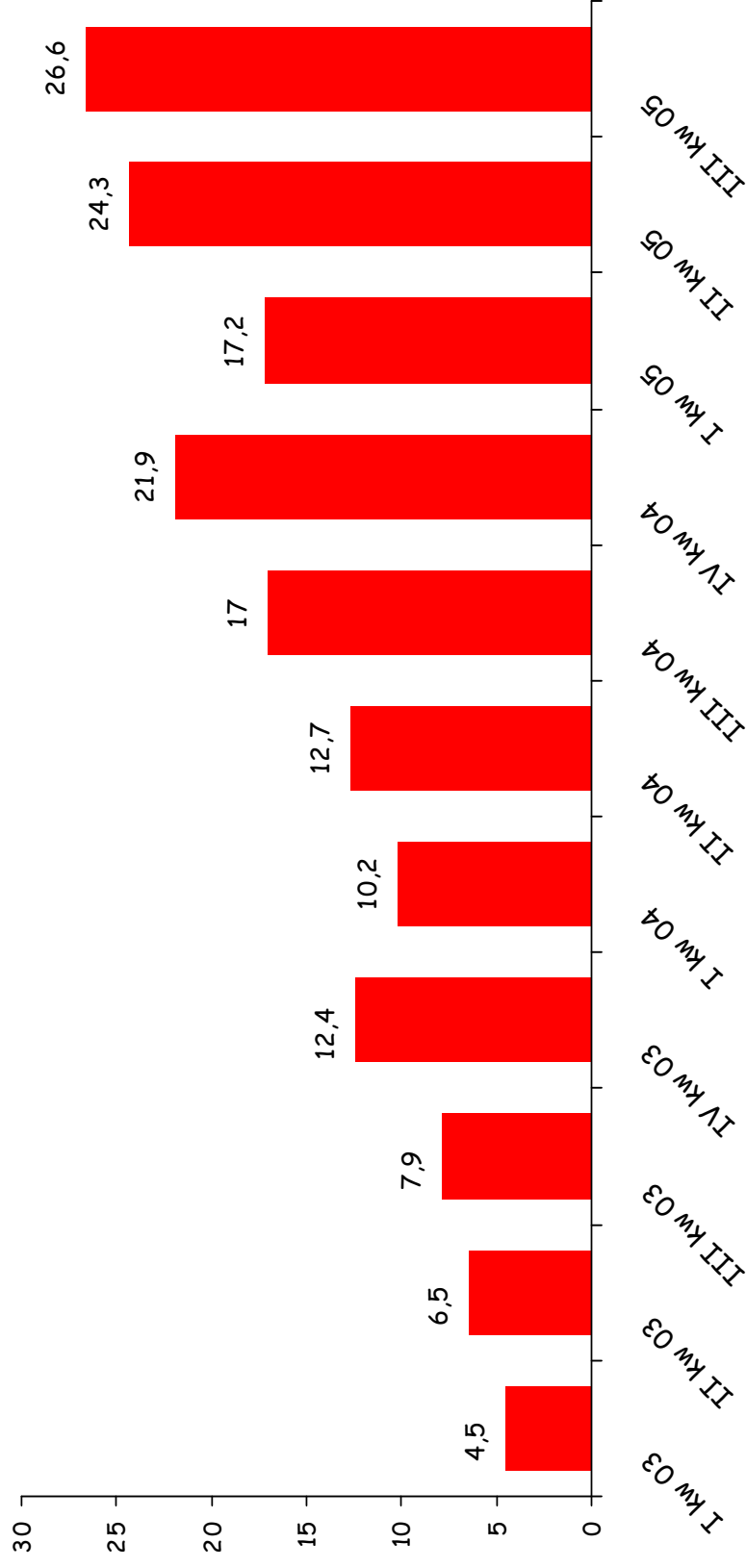
re RESERVED®



4



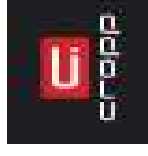
Przyspieszamy poza granicami kraju



re RESERVED®

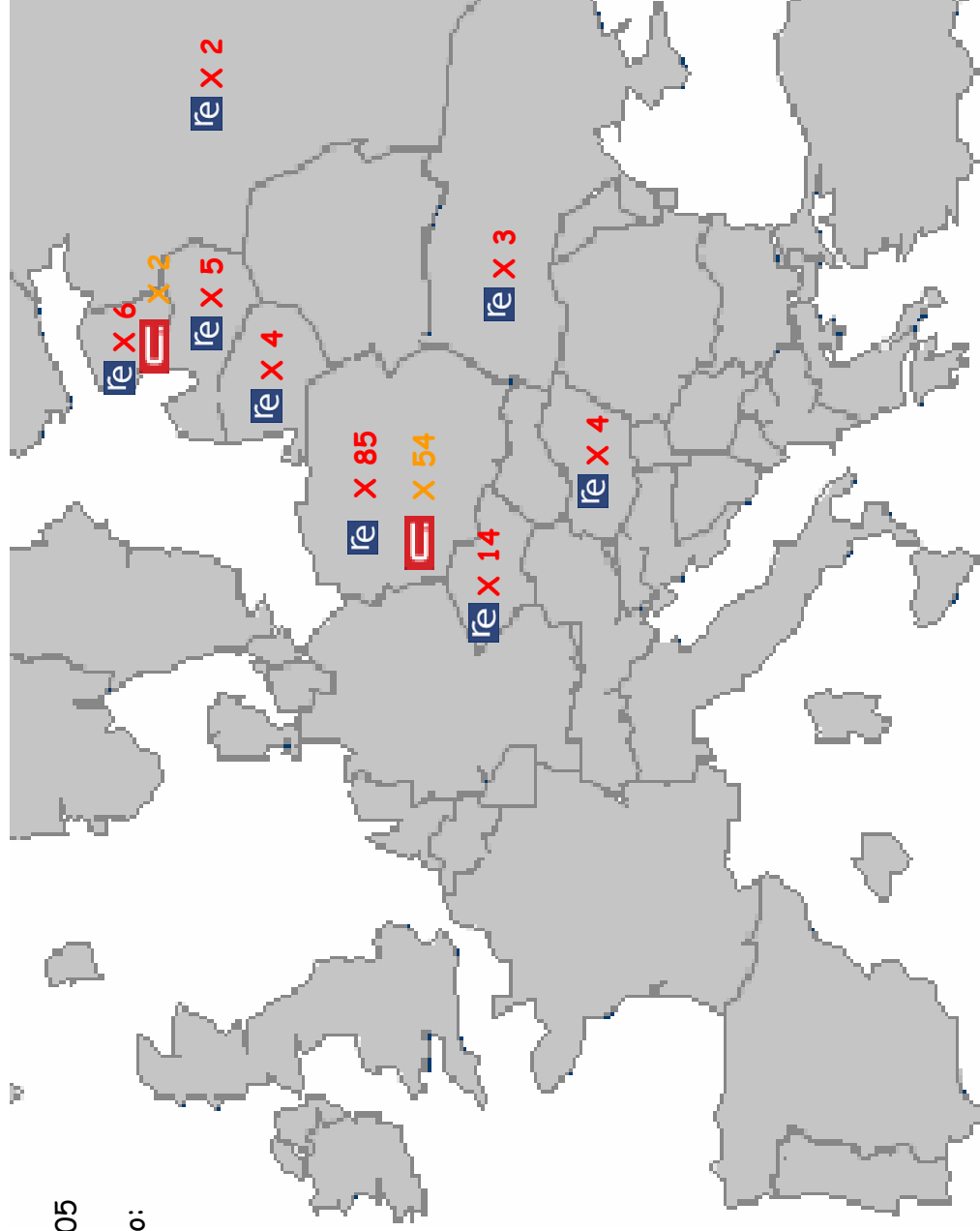


5



Nasze znaczenie w regionie stale rośnie

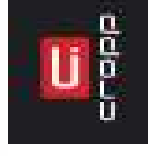
- Na dzień 30 września 2005 roku sieć detaliczna LPP liczyła 179 sklepów, z czego:
 - 123 marki Reserved
 - 56 marki CROPP



re RESERVED®



6



Utrzymujemy wysoką dynamikę rozwoju sieci

- Przychody z CROPP osiągną 100 mln zł na koniec 2005
- Uruchomiliśmy 2 pierwsze salony CROPP za granicami Polski
- Sieć sklepów CROPP wzrośnie do około 70 punktów do końca roku



Rachunek zysków i strat: dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	III kw 2004	III kw. 2005	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	141,1	168,4	19,3
Koszty sprzedanych towarów i materiałów	70,0	79,6	13,7
Zysk brutto na sprzedaży	71,1	88,8	24,9
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>50,4%</i>	<i>52,7%</i>	<i>+2,3%</i>
Koszty sprzedaży	54,9	69,3	26,2
Koszty ogólnego zarządu	8,8	10,1	14,4
EBITDA	11,8	17,1	45,2
<i>Marża EBITDA</i>	<i>8,3%</i>	<i>10,1%</i>	<i>+1,8%</i>
EBIT	7,4	8,7	17,2
<i>Marża EBIT</i>	<i>5,3%</i>	<i>5,2%</i>	<i>-0,1%</i>
Zysk netto	7,7	7,2	-7,3
<i>Marża netto</i>	<i>5,5%</i>	<i>4,3%</i>	<i>-1,2%</i>

Rachunek zysków i strat: dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	3 kw. 2004	3 kw. 2005	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	364,3	473,3	29,9
Koszty sprzedanych towarów i materiałów	173,7	214,4	23,4
Zysk brutto na sprzedaży	190,6	258,9	35,8
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>52,3%</i>	<i>54,7%</i>	<i>+2,4%</i>
Koszty sprzedaży	146,1	192,6	31,8
Koszty ogólnego zarządu	25,3	29,1	14,9
EBITDA	31,4	57,1	81,6
<i>Marża EBITDA</i>	<i>8,6%</i>	<i>12,1%</i>	<i>+3,4%</i>
EBIT	18,5	35,2	89,8
<i>Marża EBIT</i>	<i>5,1%</i>	<i>7,4%</i>	<i>+2,3%</i>
Zysk netto	15,9	23,3	46,7
<i>Marża netto</i>	<i>4,4%</i>	<i>4,9%</i>	<i>+0,6%</i>

Bilans: aktywa, dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	III kw. 2004	2004	III kw. 2005
Aktywa trwałe, w tym:	117,5	136,9	168,0
- wartości niematerialne i prawne	12,8	13,6	13,8
- rzeczowe aktywa trwałe	100,4	116,6	148,6
- długoterminowe rozliczenia międzyok.	2,6	5,2	4,5
Aktywa obrotowe, w tym:	236,0	174,6	248,2
- zapasy	182,0	131,8	198,4
- należności krótkoterminowe	41,2	24,5	35,7
- inwestycje krótkoterminowe	11,6	15,6	12,1
Aktywa razem	353,5	311,5	416,2

Bilans: pasywa, dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	III kw. 2004	2004	III kw. 2005
Kapitał własny, w tym:	165,0	190,8	214,7
- kapitał zakładowy	3,4	3,4	3,4
- kapitał zapasowy	151,3	151,4	199,3
- zysk netto	15,9	42,2	23,3
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	188,5	120,6	201,5
- rezerwy na zobowiązania	1,9	2,8	4,4
- zobowiązania długoterminowe	2,8	2,3	1,4
- zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	182,7	114,4	195,0
- <i>krótkoterminowe kredyty bankowe</i>	<i>134,0</i>	<i>71,6</i>	<i>116,0</i>
Pasywa razem	353,5	311,5	416,2

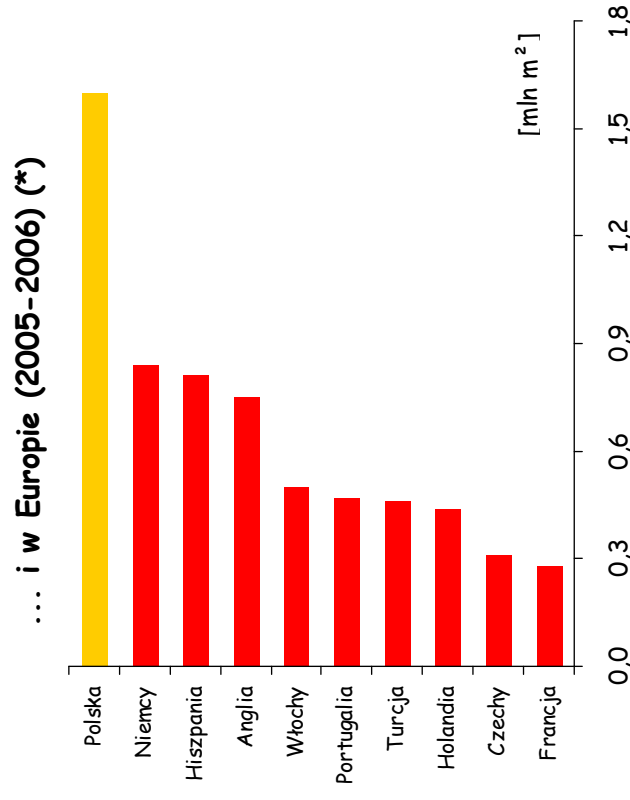
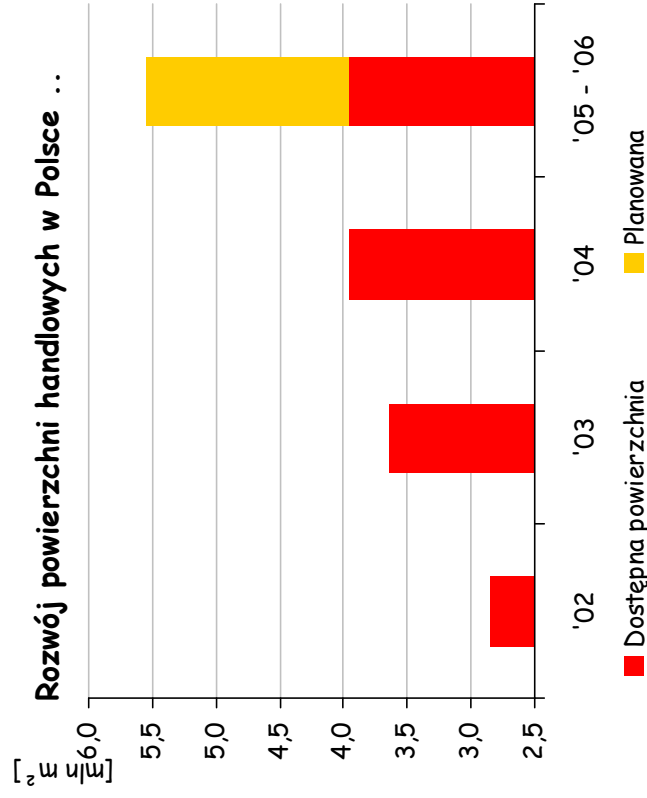
Wciąż widzimy miejsce na dynamiczny rozwój

- 2005:
 - Początek budowy sieci CROPP poza Polską
- do końca 2006:
 - Podwojenie powierzchni sprzedaży w CROPP
 - Kilkukrotne zwiększenie powierzchni sprzedaży poza Polską

Powierzchnia [tys. mkw]	2004	III kw. 2005	2005P	2006P
Razem Reserved	54,0	71,9	75,0	98,0
- Polska	37,7	48,6	48,0	55,0
- kraje Unii	13,8	20,7	21,0	27,0
- Rosja i Ukraina	2,5	2,6	6,0	16,0
CROPP	10,0	13,4	16,0	23,2
- Polska	10,0	13,0	15,0	20,0
- zagranica	0,0	0,4	1,0	3,2
RAZEM	64,0	85,3	91,0	121,2

I mamy poparcie w analizach rynkowych

- Do końca 2005 roku Polska osiągnie wskaźnik 120 mkw powierzchni handlowej na 1000 mieszkańców
- W latach 2005 i 2006 w Polsce ma przybyć około 1,6 mln mkw powierzchni handlowych
- Jedynym krajem o większym przyroście jest Rosja - 2,2 mln mkw



Dane z raportu Cushman & Wakefield Healey & Baker opublikowanego w styczniu 2005

Stopień realizacji prognozy rocznej

