



LPP

Wyniki osiągnięte w 2010 roku

Warszawa, 23 lutego 2011 roku

RESERVED

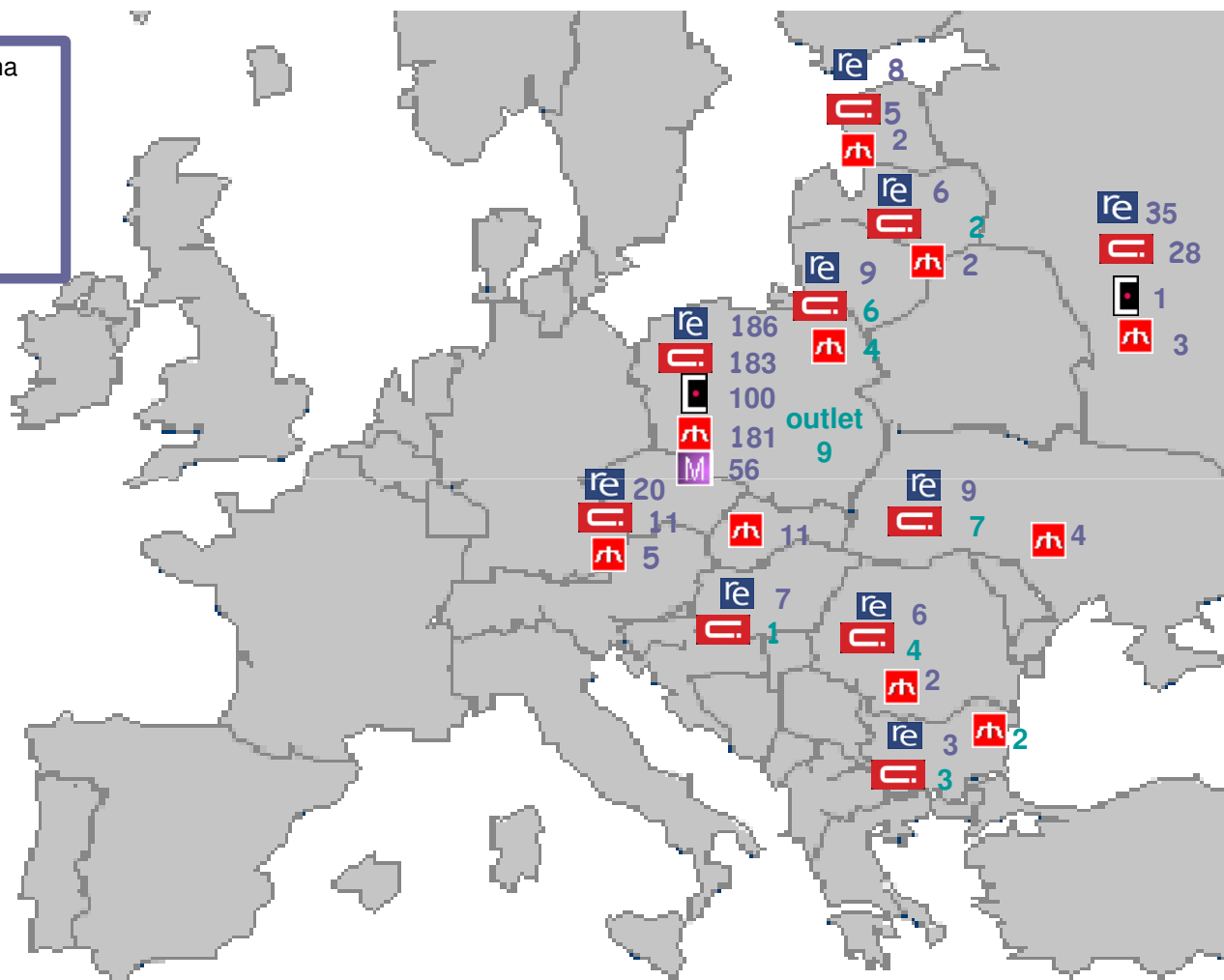

cropp

 house

M O H I T O

Nasze marki obecne w całym regionie

31 grudnia 2010 roku sieć detaliczna
LPP liczyła 921 sklepów, z czego:
289 Reserved
250 CROPP
101 Esotiq
216 House
56 Mohito



Realizacja planu rozwoju sieci

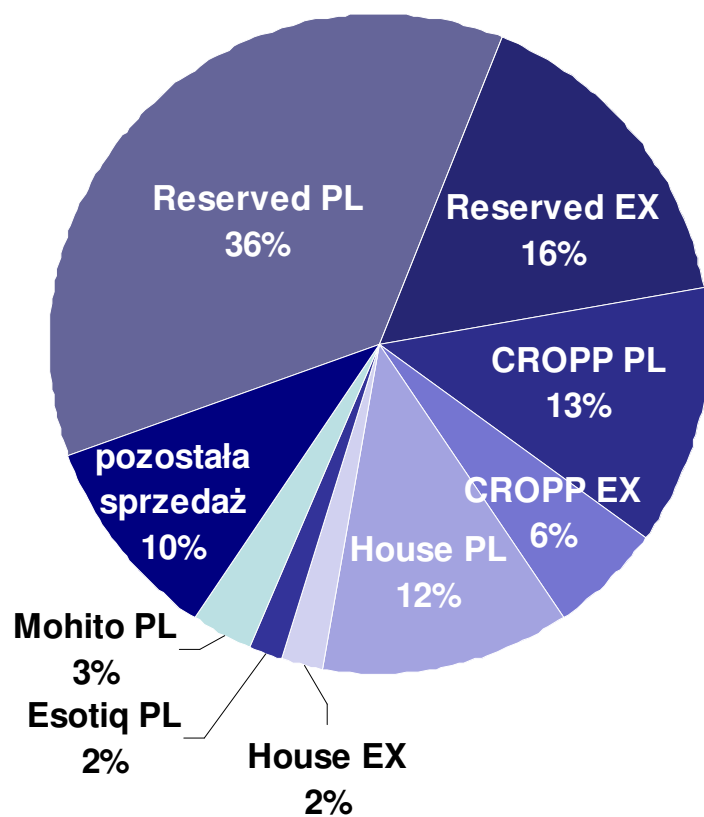
Powierzchnia [tys. m ²]	31.12.2009	31.12.2010	Zmiana
Reserved	176,0	198,4	13%
Polska	106,1	124,3	17%
UE	41,7	41,6	-
Rosja i Ukraina	28,2	32,5	15%
CROPP	50,1	56,1	12%
Polska	34,3	38,2	11%
zagranica	15,8	17,9	13%
ESOTIQ	7,0	7,1	1%
Polska	6,3	7,0	11%
zagranica	0,3	0,1	-67%
House	43,5	48,2	11%
Polska	37,4	39,5	6%
zagranica	6,2	8,8	42%
Mohito	9,4	10,1	7%
Polska	9,4	10,1	7%
outlet Polska	2,2	2,7	23%
<u>RAZEM</u>	<u>287,8</u>	<u>322,7</u>	<u>12%</u>

- Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 12% (35 tysięcy m²).
- Średnia powierzchnia sieci w 2010 roku była większa o 21% od średniej powierzchni w roku 2009

Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

2010

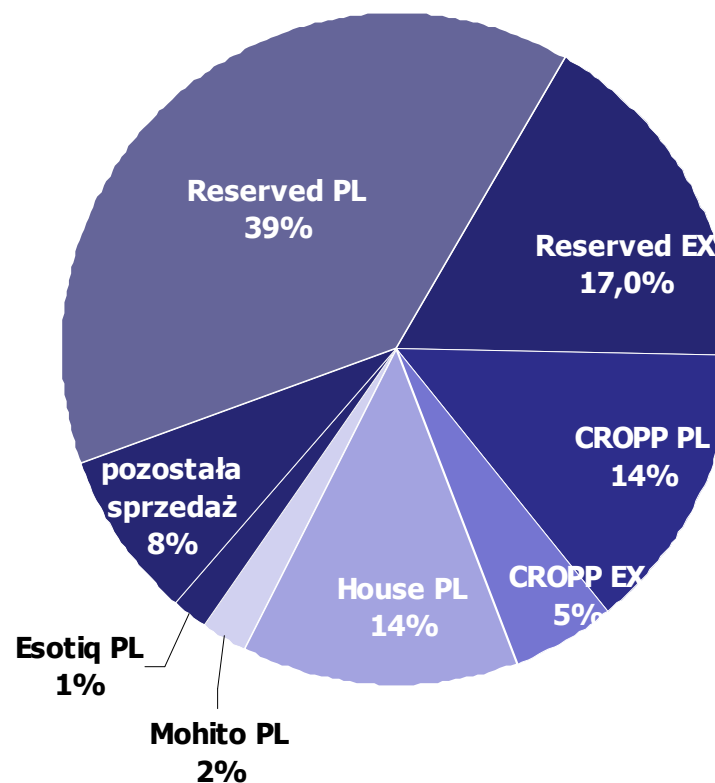


RESERVED

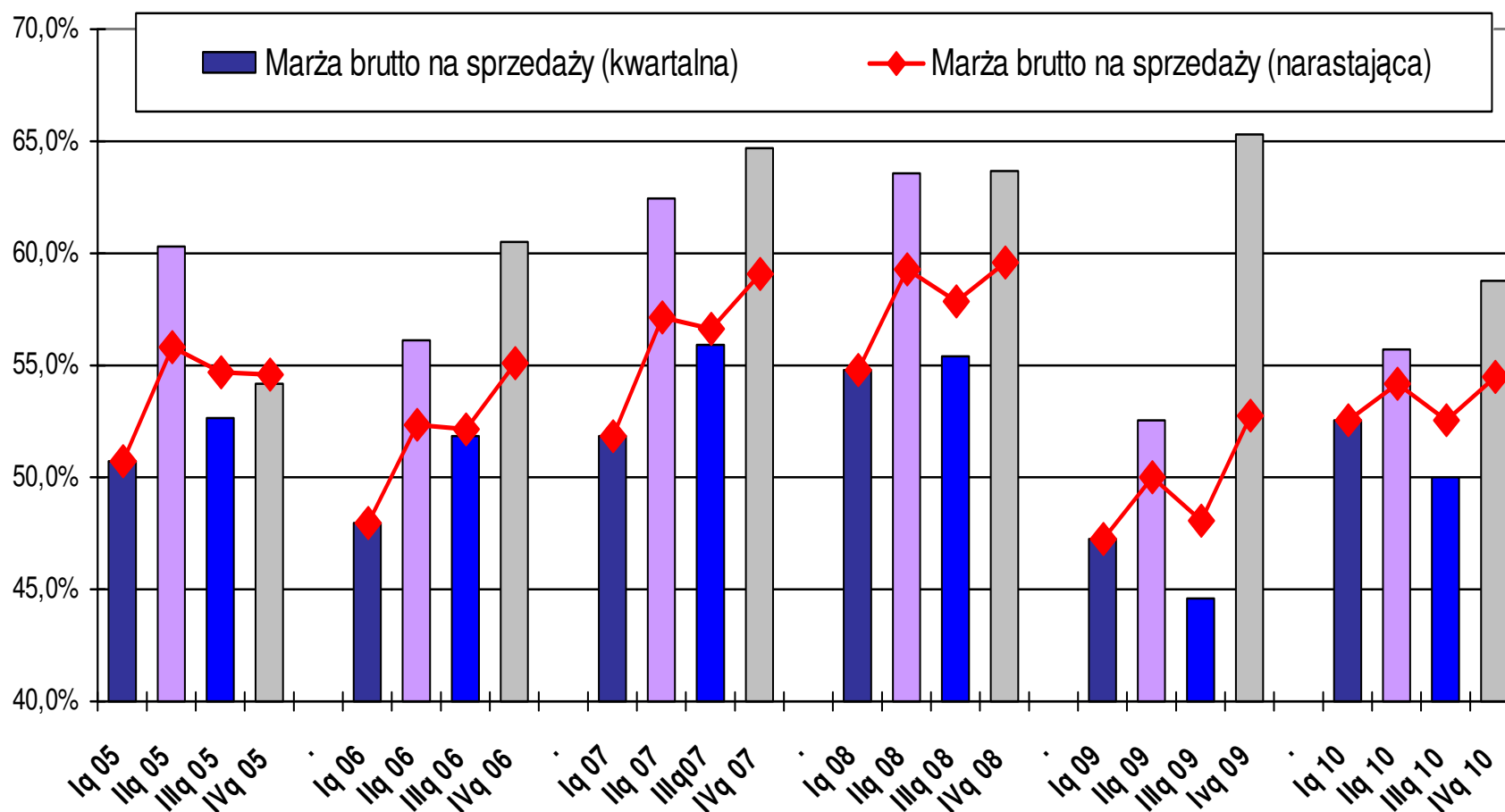


M O H I T O

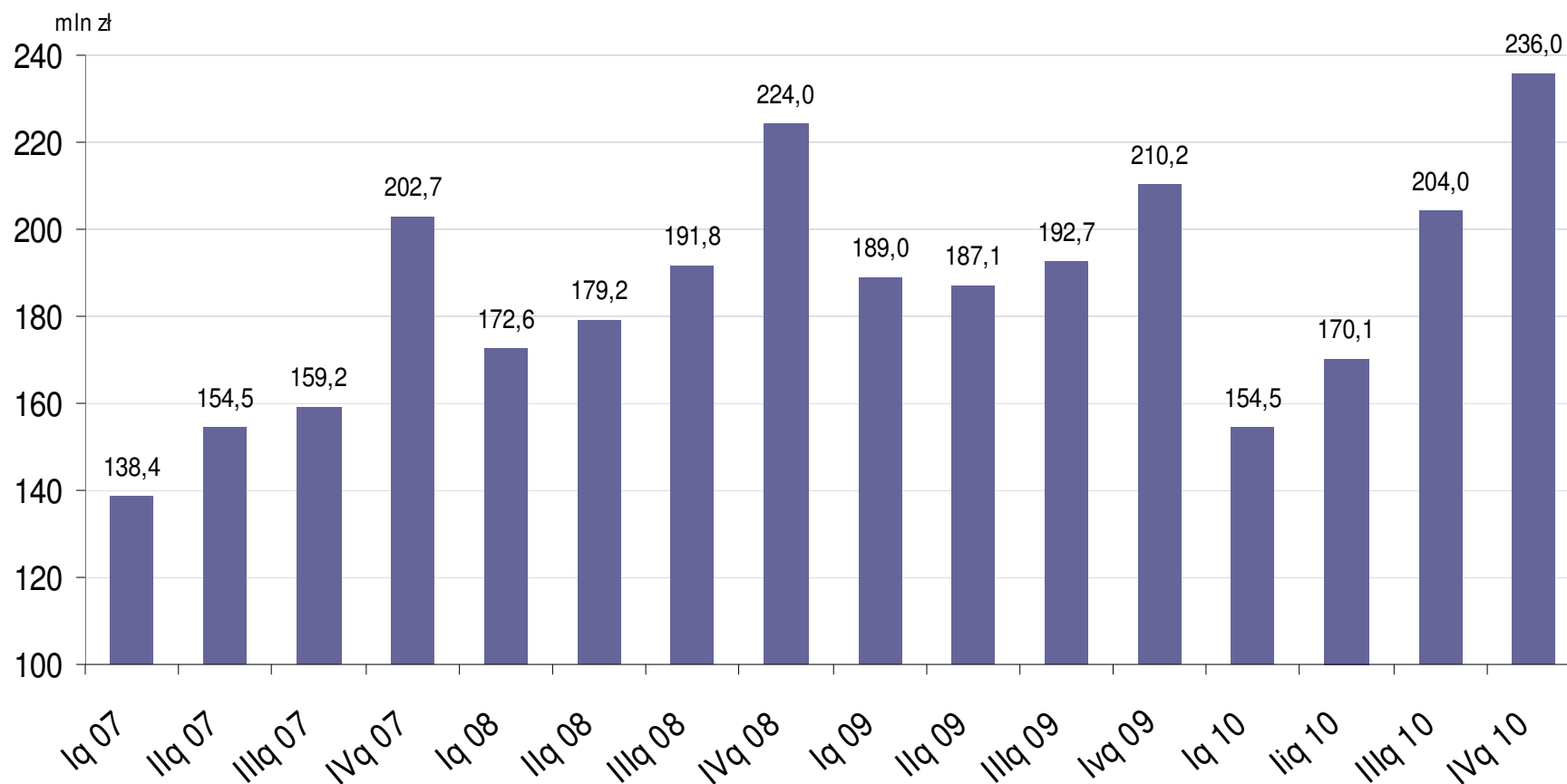
2009



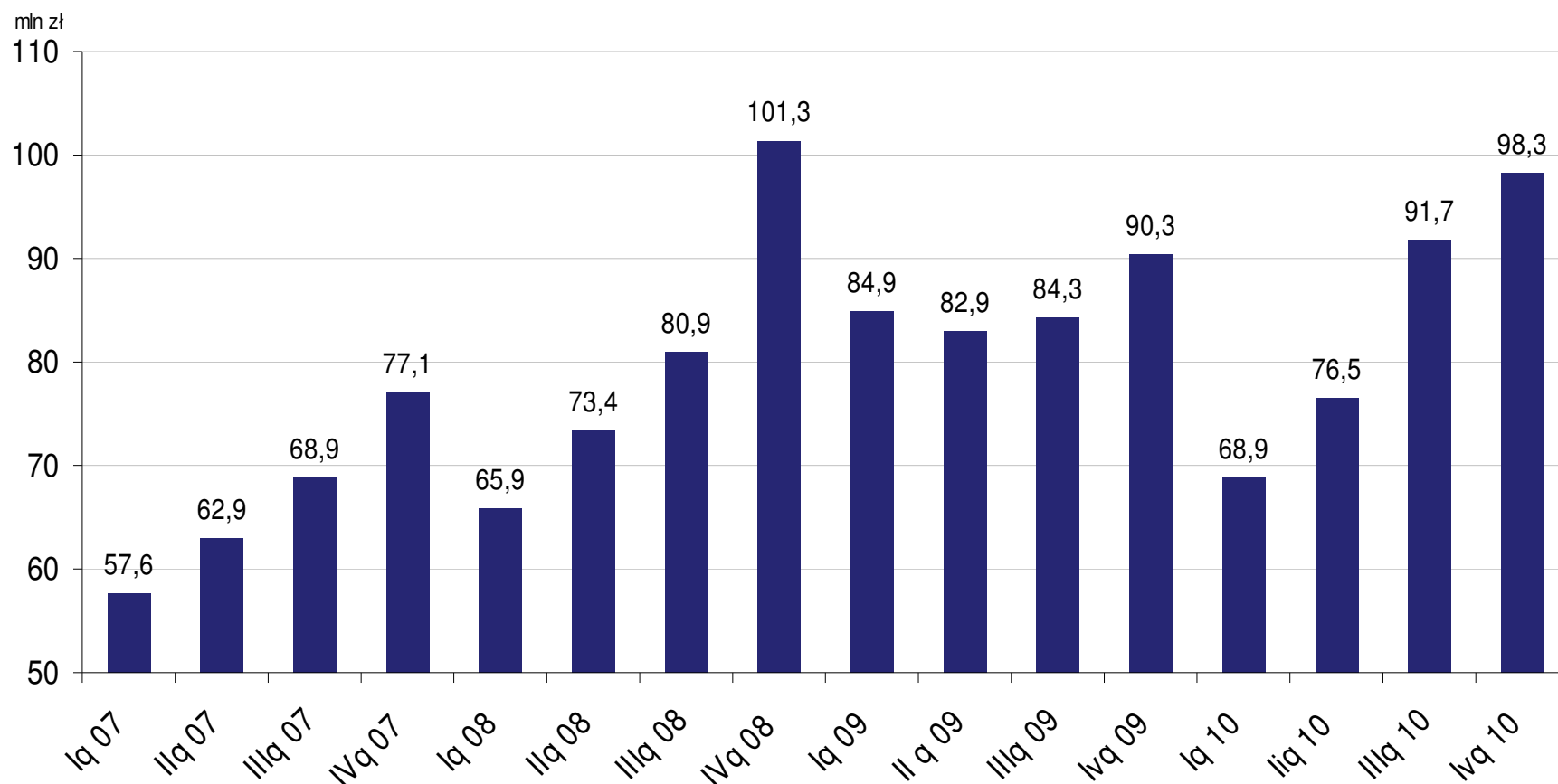
Wysokość marży brutto na sprzedaży



Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą



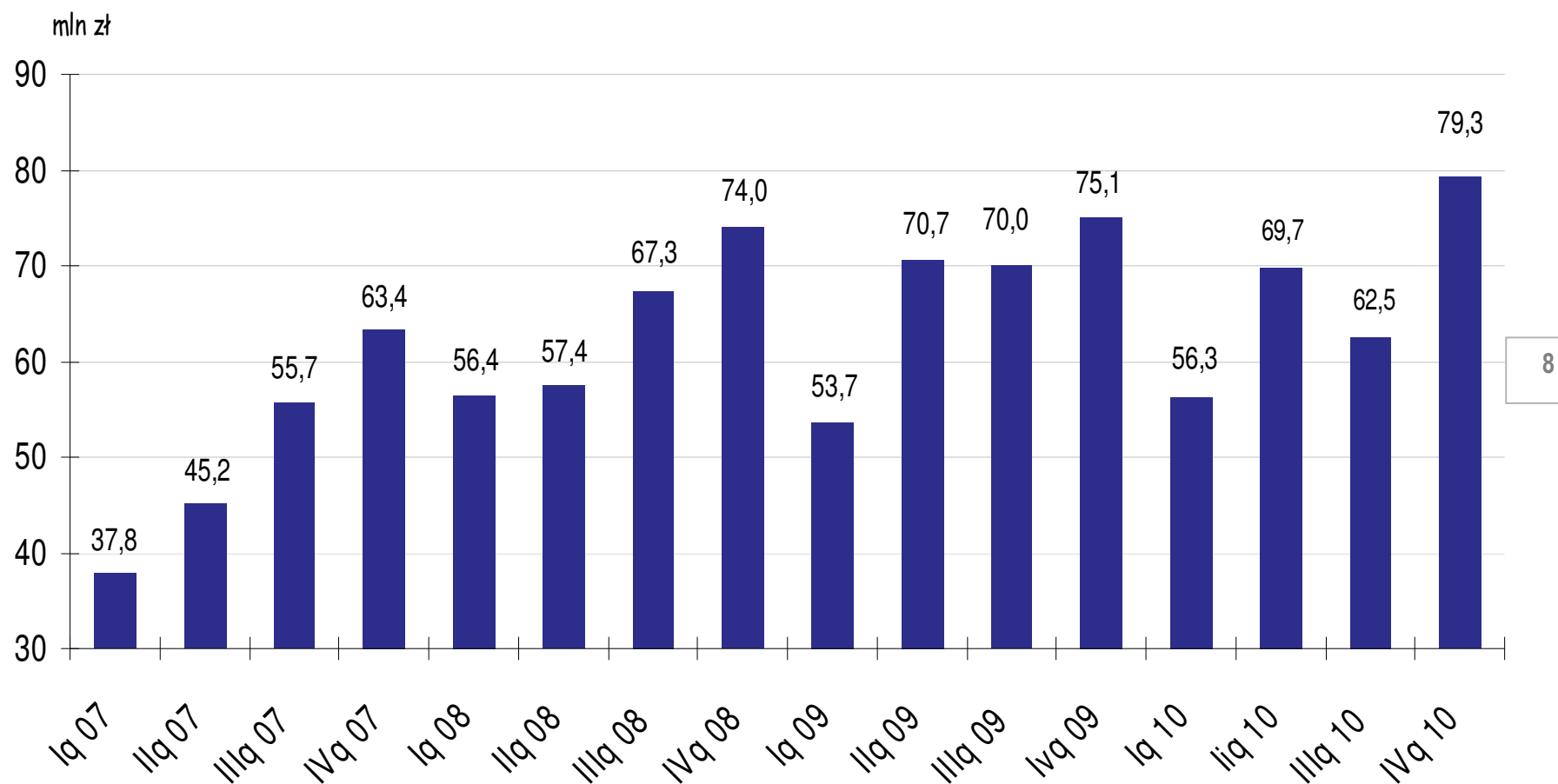
7

RESERVED

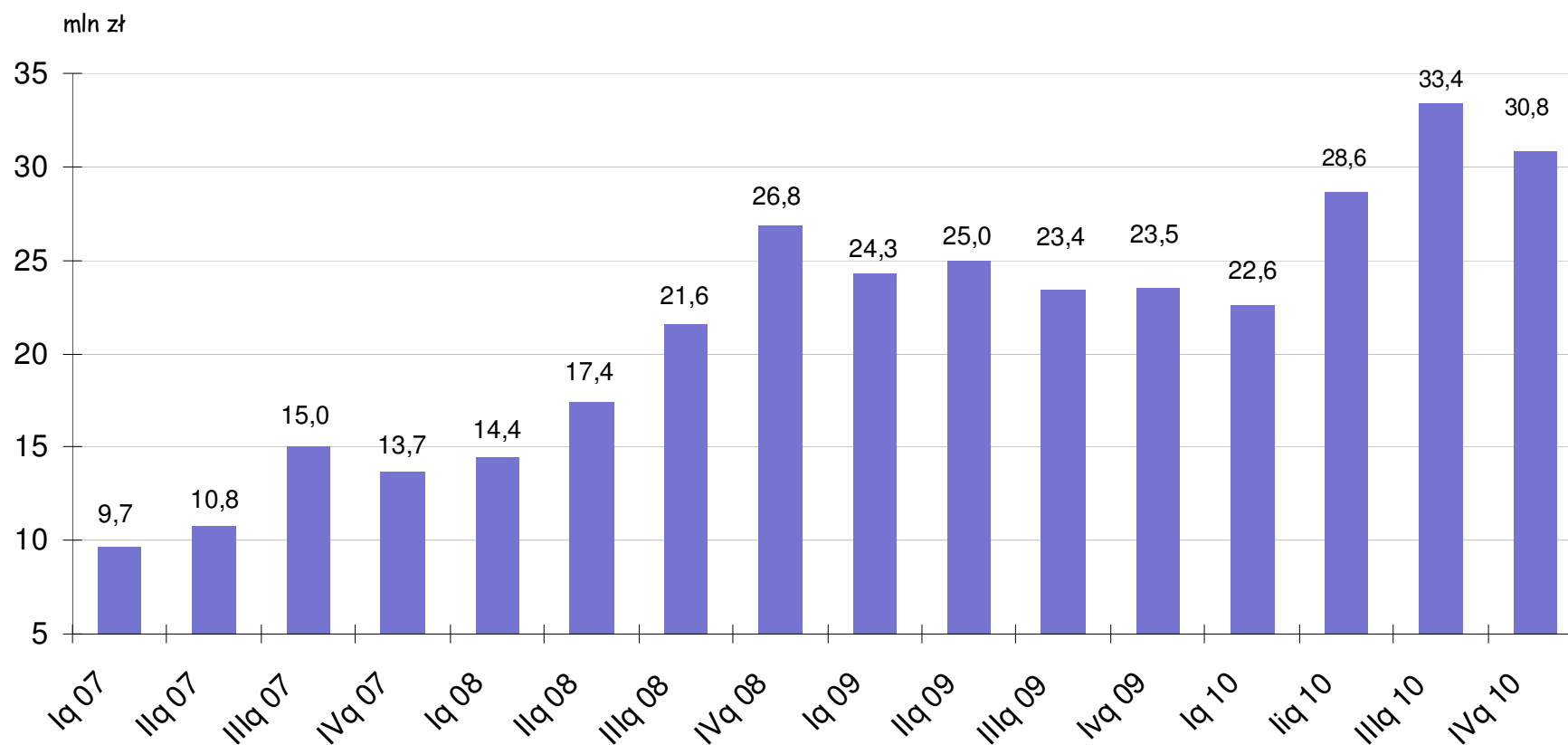


M O H I T O

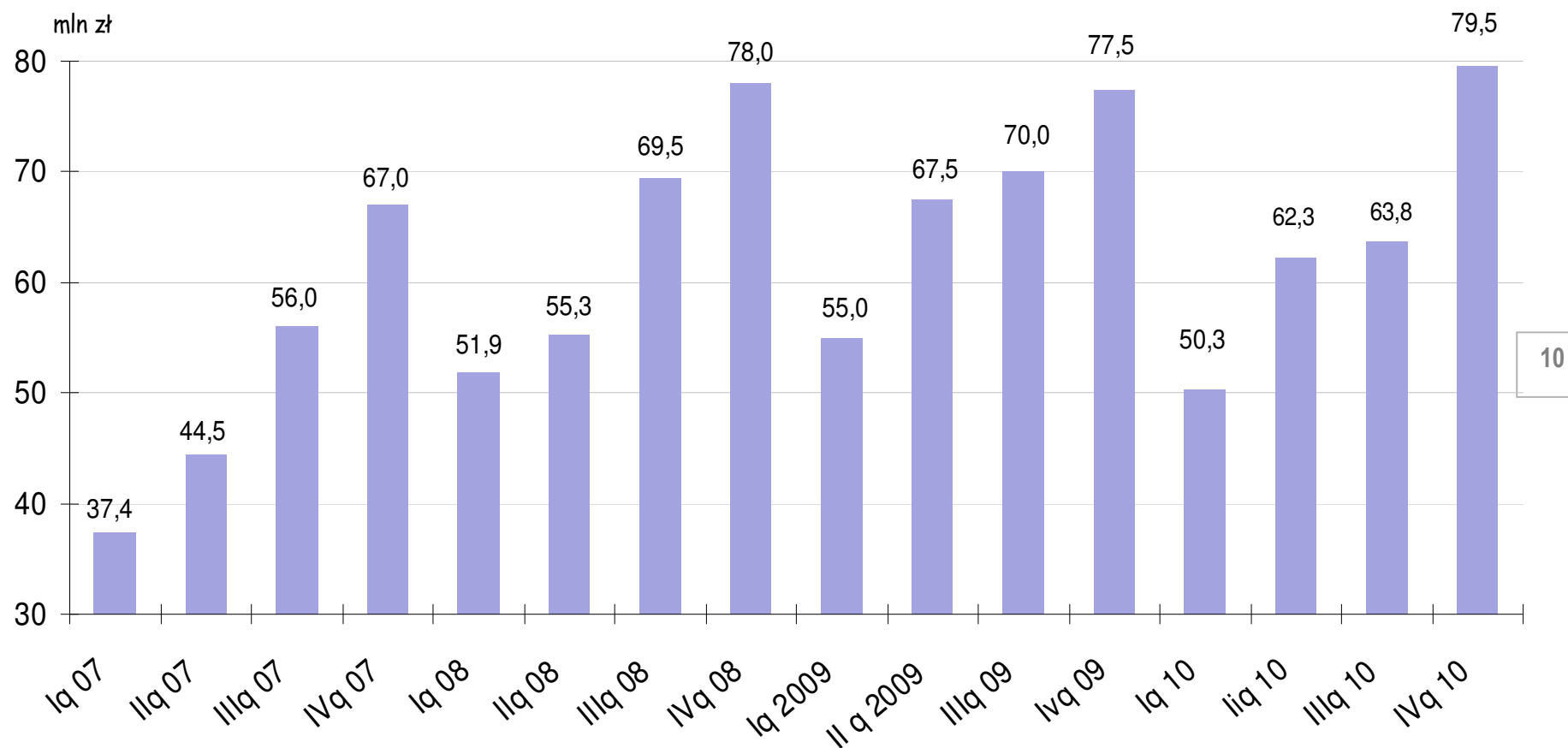
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce



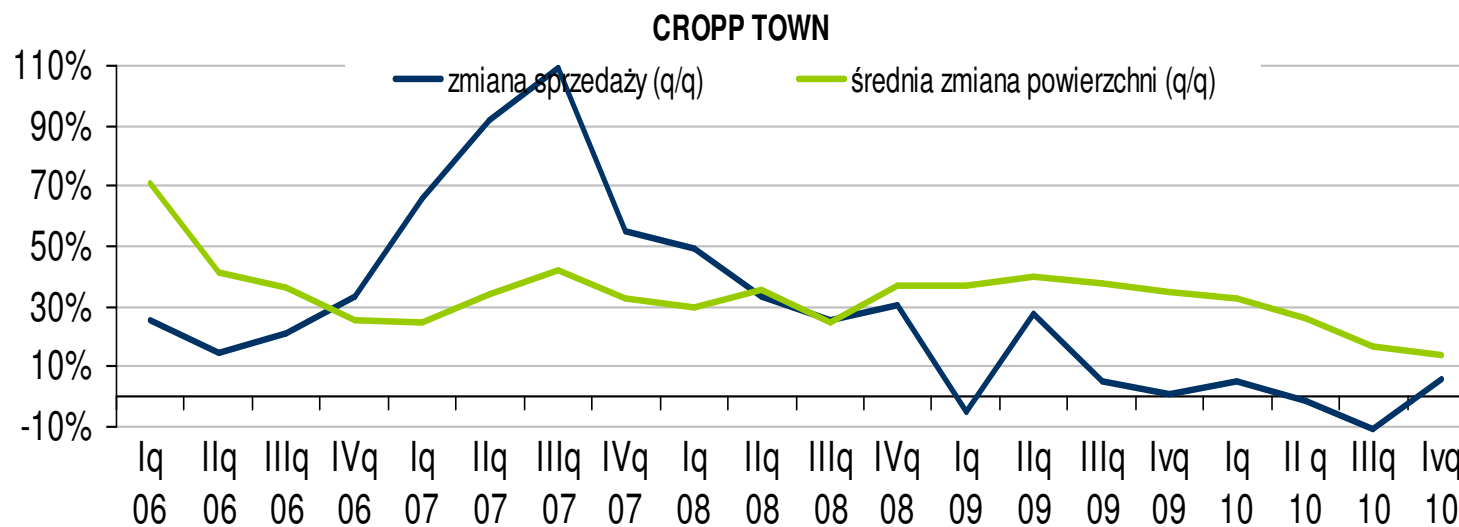
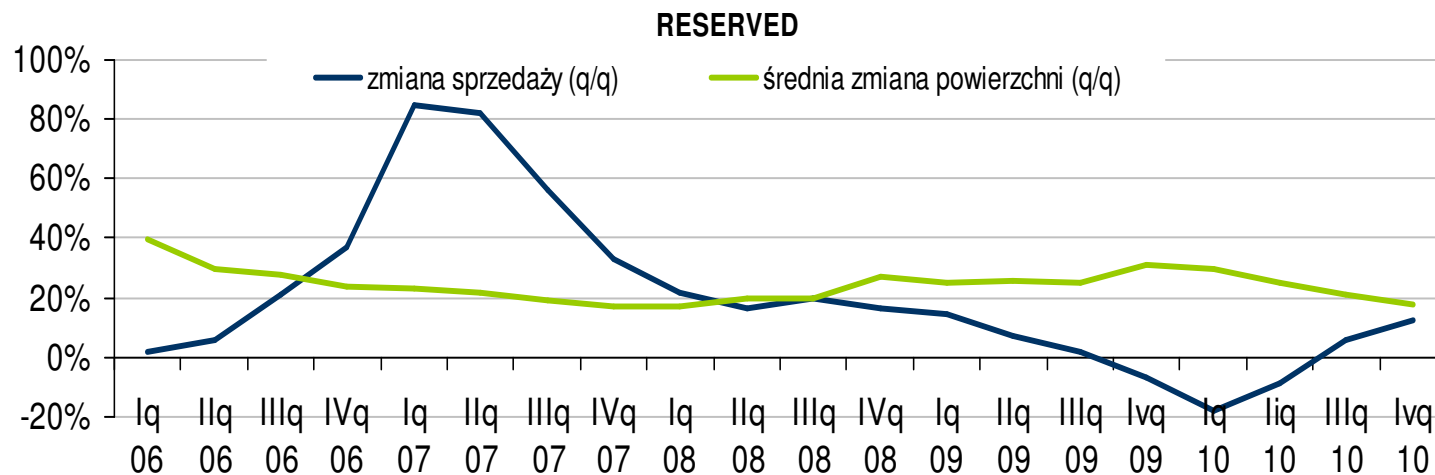
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



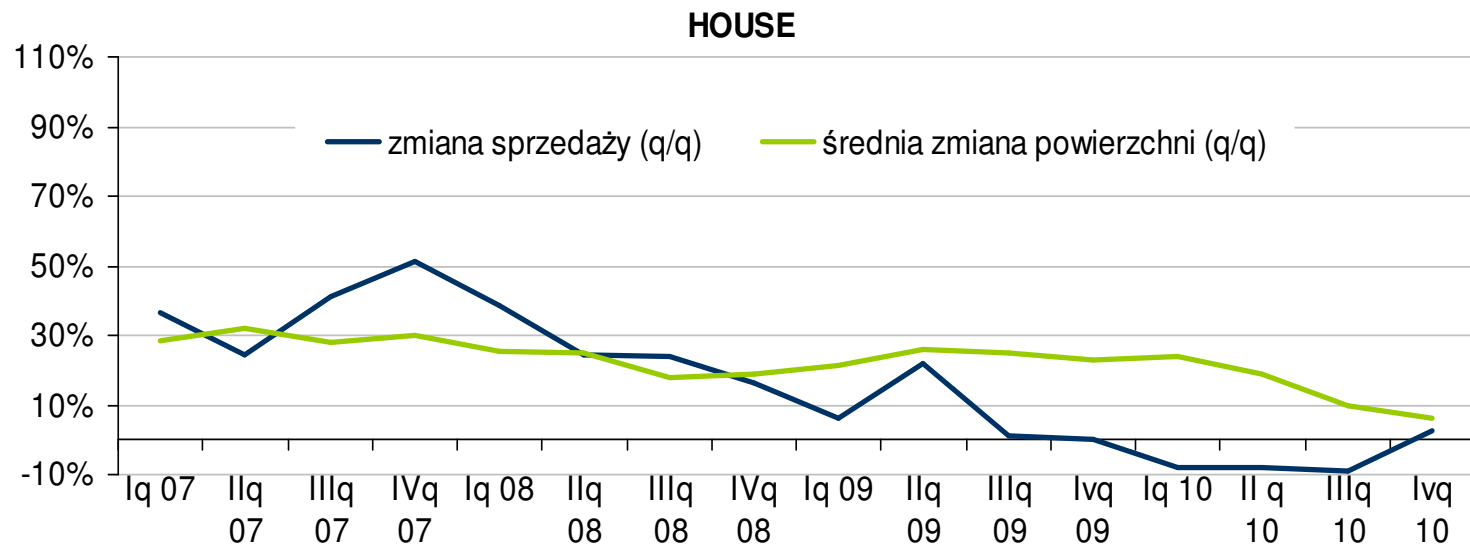
Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce



Zmiana efektywności



Zmiana efektywności



Skonsolidowany rachunek zysków i strat IVQ 2010

Wyszczególnienie [mln zł]	IVQ 2010	IVQ 2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	630,4	544,2	+16%
Koszt własny sprzedaży	259,5	188,6	38%
Zysk brutto na sprzedaży	370,9	355,6	+4%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>58,8%</i>	<i>65,4%</i>	<i>-6,6 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	251,3	222,8	+13%
EBITDA	141,1	146,6	- 4%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>22,4%</i>	<i>26,9%</i>	<i>- 4,5 p.p.</i>
EBIT	117,1	123,1	-5%
<i>Marża EBIT</i>	<i>18,6%</i>	<i>22,6%</i>	<i>- 4,0 p.p.</i>
Zysk netto	90,4	82,0	+10%
<i>Marża netto</i>	<i>14,3%</i>	<i>15,1%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>

Skonsolidowany rachunek zysków i strat 2010 rok

Wyszczególnienie [mln zł]	Rok 2010	Rok 2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	2 080,0	2 003,1	+4%
Koszt własny sprzedaży	946,7	945,2	
Zysk brutto na sprzedaży	1 133,3	1 057,9	+7%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>54,5%</i>	<i>52,8%</i>	<i>+1,7p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	925,5	862,5	+8%
EBITDA	296,6	277,4	+6,9%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>14,3%</i>	<i>13,8%</i>	<i>+0,5p.p.</i>
EBIT	202,1	181,3	+11%
<i>Marża EBIT</i>	<i>9,7%</i>	<i>9,0%</i>	<i>+0,7p.p.</i>
Zysk netto	140,2	104,7	+34%
<i>Marża netto</i>	<i>6,7%</i>	<i>5,2%</i>	<i>+1,5p.p.</i>

Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	31 grudnia 2010	31 grudnia 2009
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>712,9</u>	<u>740,0</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	272,2	273,9
- rzeczowe aktywa trwałe	422,6	442,1
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>719,2</u>	<u>621,6</u>
- zapasy	426,2	322,8
- należności krótkoterminowe handlowe	119,5	93,4
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	166,1	197,5
Aktywa razem	1 432,0	1 361,6
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>738,2</u>	<u>685,6</u>
- kapitał podstawowy	3,5	3,5
- zysk netto okresu bieżącego	140,2	104,6
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>275,3</u>	<u>347,7</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	156,1	227,3
- obligacje	115,5	115,5
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>418,6</u>	<u>328,3</u>
- zobowiązania z tytułu dostaw i usług	314,5	225,3
- kredyty bankowe i pożyczki	86,6	76,5
Pasywa razem	1 432,0	1 301,1

Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m ²]	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011
Reserved	176,5	198,4	218,5
Polska	106,6	124,3	137,2
UE	41,7	41,6	39,4
Rosja i Ukraina	28,2	32,5	41,9
CROPP	50,1	56,1	61,1
Polska	34,3	38,2	40,8
zagranica	15,8	17,9	20,3
ESOTIQ	6,7	7,1	0
Polska	6,3	7,0	0
zagranica	0,3	0,1	0
House	43,3	48,2	54,7
Polska	37,4	39,5	43,4
zagranica	6,0	8,8	11,3
Mohito	9,4	10,1	11,0
Polska	9,4	10,1	11,0
zagranica	-	-	-
Wyprzedażowe	2,2	2,7	3,6
<u>RAZEM</u>	<u>288,2</u>	<u>322,7</u>	<u>349,0</u>

- Wzrost powierzchni sieci sklepów w 2011 roku wyniesie około 26 tys. m² (33 tys. m² po uwzględnieniu powierzchni sklepów Esotiq)
- Przewidywana wartość nakładów na rozwój sieci – 60 mln zł (po uwzględnieniu fit-outów).

Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych