

LPP SA: wyniki za IIQ 2009

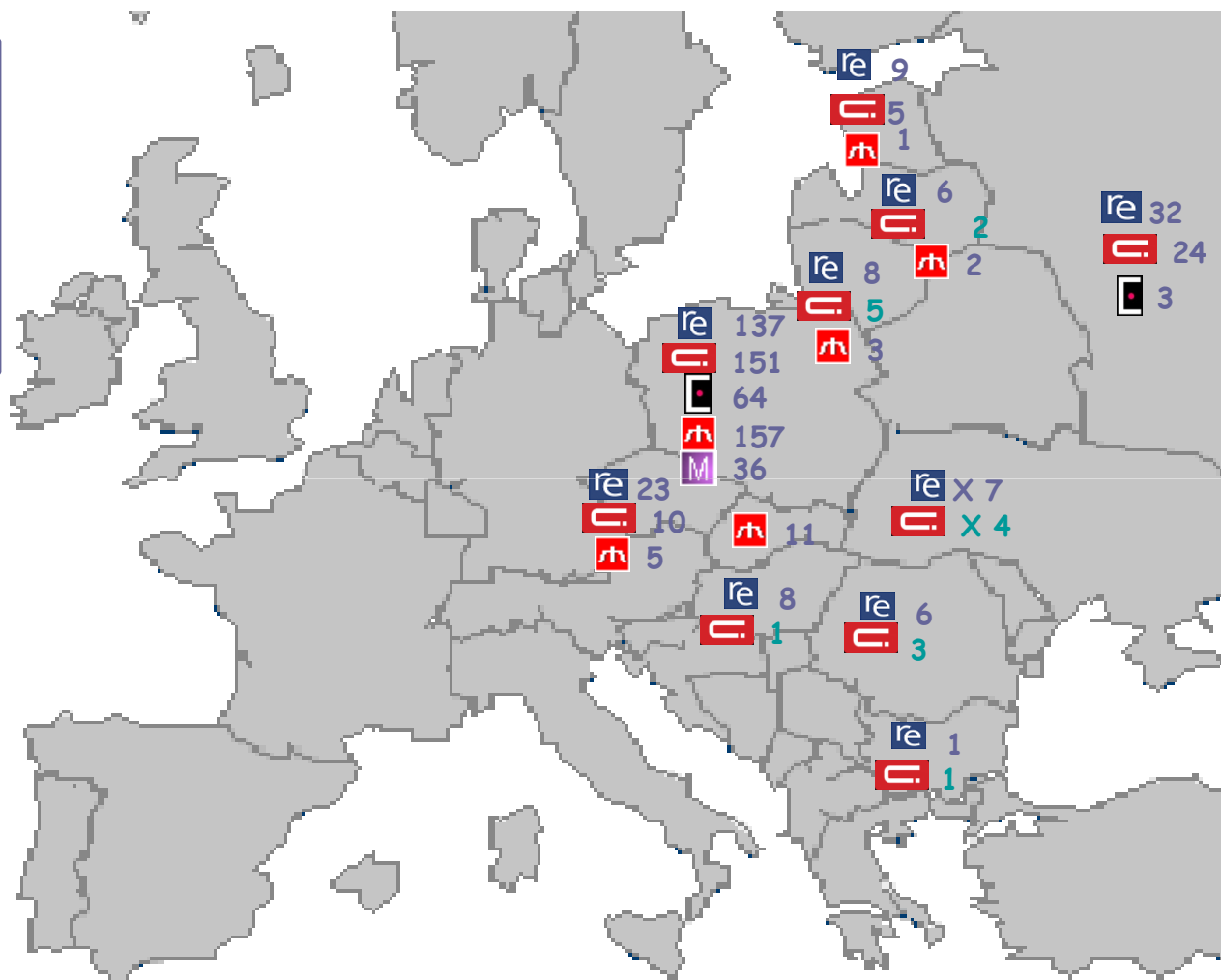
1

Warszawa, 31 sierpnia 2009 roku

Nasze marki obecne w całym regionie

Na dzień 30 czerwca 2009 roku
sieć detaliczna LPP liczyła 725
sklepów, z czego:
237 marki Reserved
206 marki CROPP
67 Esotiq
179 House
36 Mohito

*bez sklepów sezonowych



Realizacja planu rozwoju sieci

powierzchnia [tys. m ²]	30.06.2008	31.12.2008	30.06.2009	Zmiana w ciągu 12 miesięcy
Reserved	126,1	143,9	158,5	+26%
Polska	75,1	81,2	91,4	+22%
UE	29,9	37,7	41,0	+37%
Rosja i Ukraina	21,1	24,9	26,1	+24%
CROPP	31,6	38,1	44,1	+40%
Polska	22,0	25,4	30,0	+36%
zagranica	9,6	12,7	14,1	+47%
ESOTIQ	2,4	4,4	5,1	+113%
Polska	2,3	4,1	4,8	+109%
zagranica	0,1	0,3	0,3	+200%
House	28,0	34,3	38,5	+38%
Polska	26,7	30,3	33,6	+26%
zagranica	1,3	4,0	4,9	+277%
Mohito	0	3,6	6,5	
Polska	0	3,4	6,5	
zagranica	0	0,2	0,0	
<u>RAZEM</u>	<u>188,1</u>	<u>224,2</u>	<u>252,7</u>	<u>+34%</u>

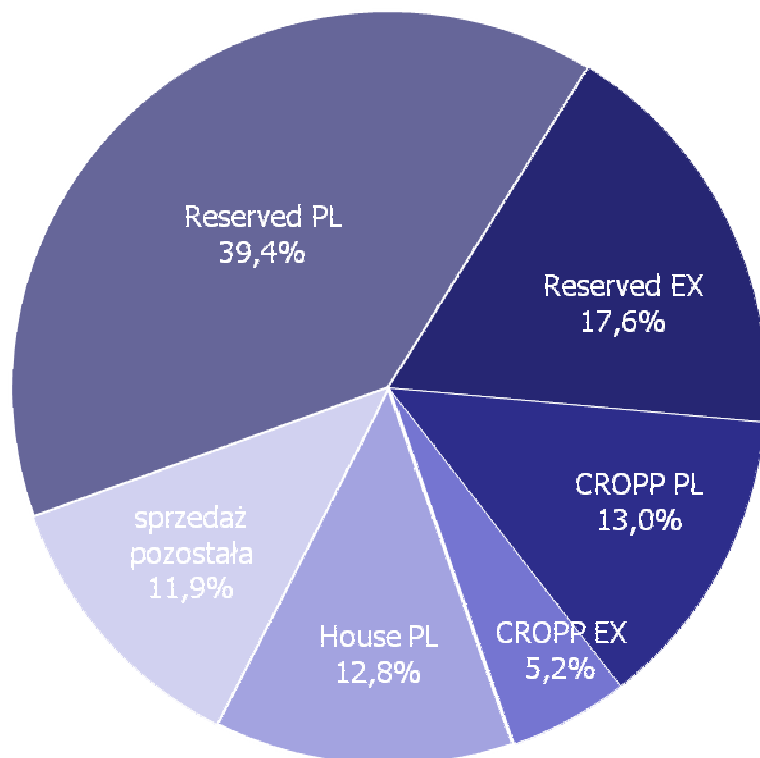
Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 34% (64,6 tys. m²), zaś w IH 2009 o 28 tys. m². Wydatki inwestycyjne poczynione na rozwój sieci w IH2009 wyniosły 38 mln złotych.

Średnia powierzchnia działająca sieci w okresie IH2009 roku była wyższa o 32% w stosunku do średniej powierzchni działającej w okresie IH2008

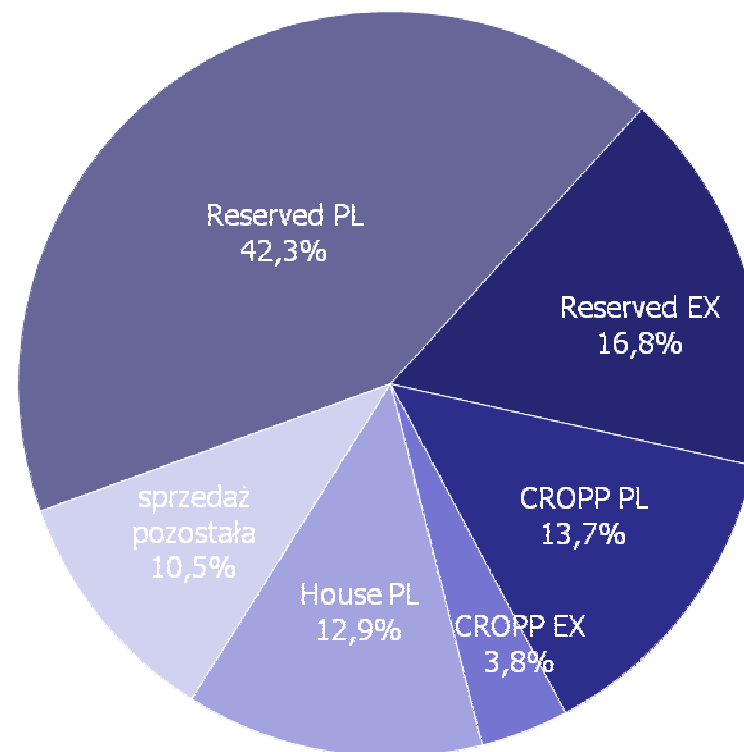
powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

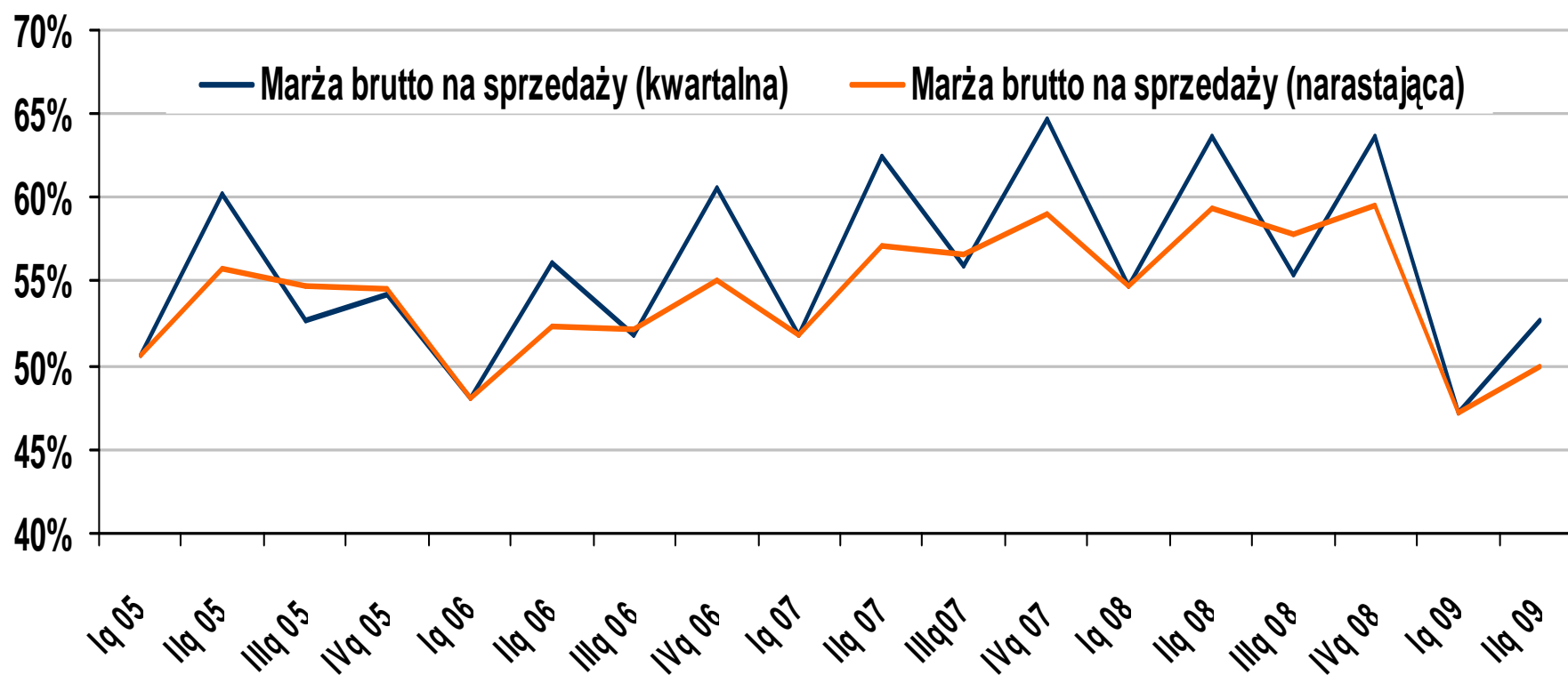
IH 2009



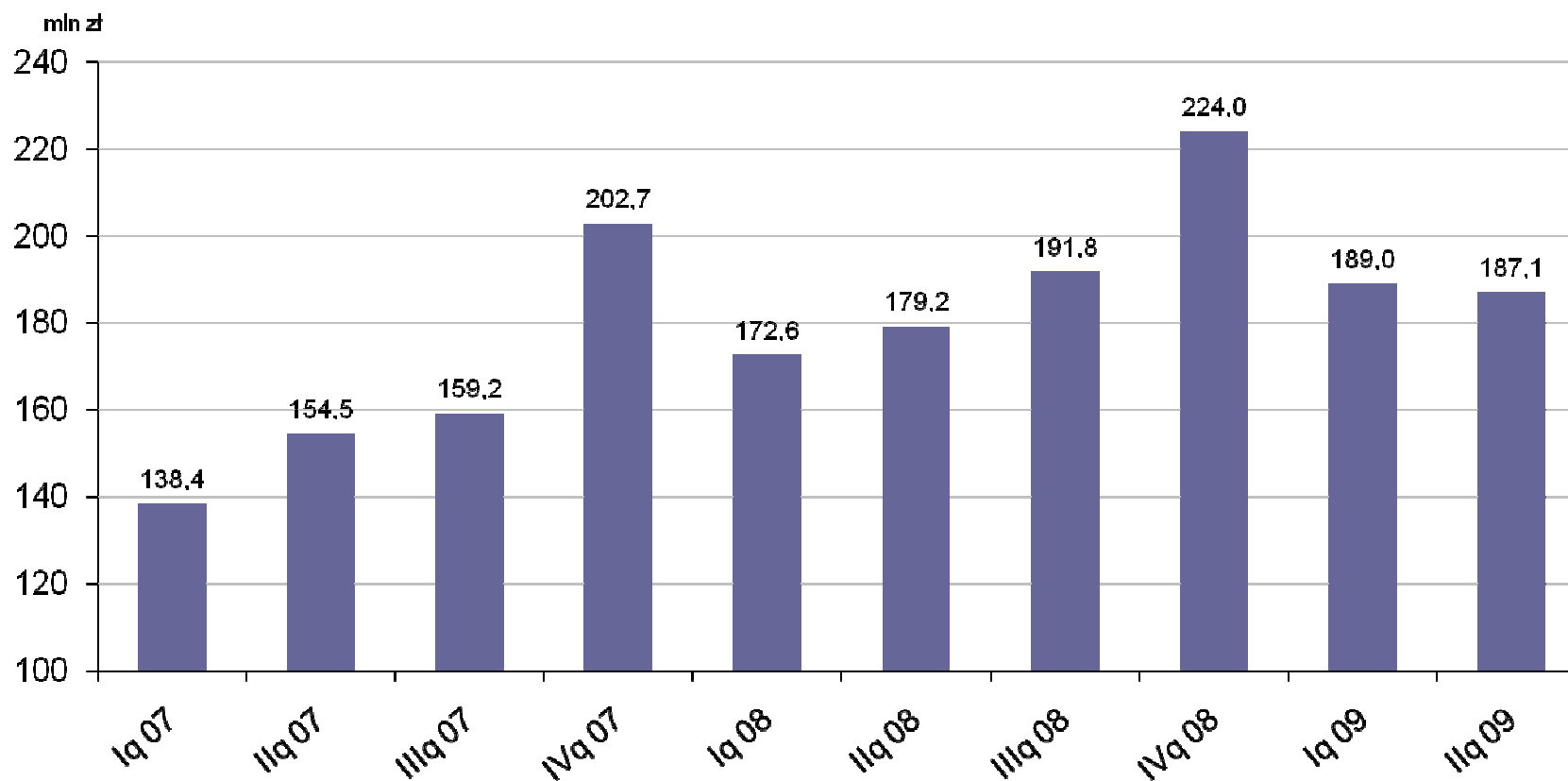
IH 2008



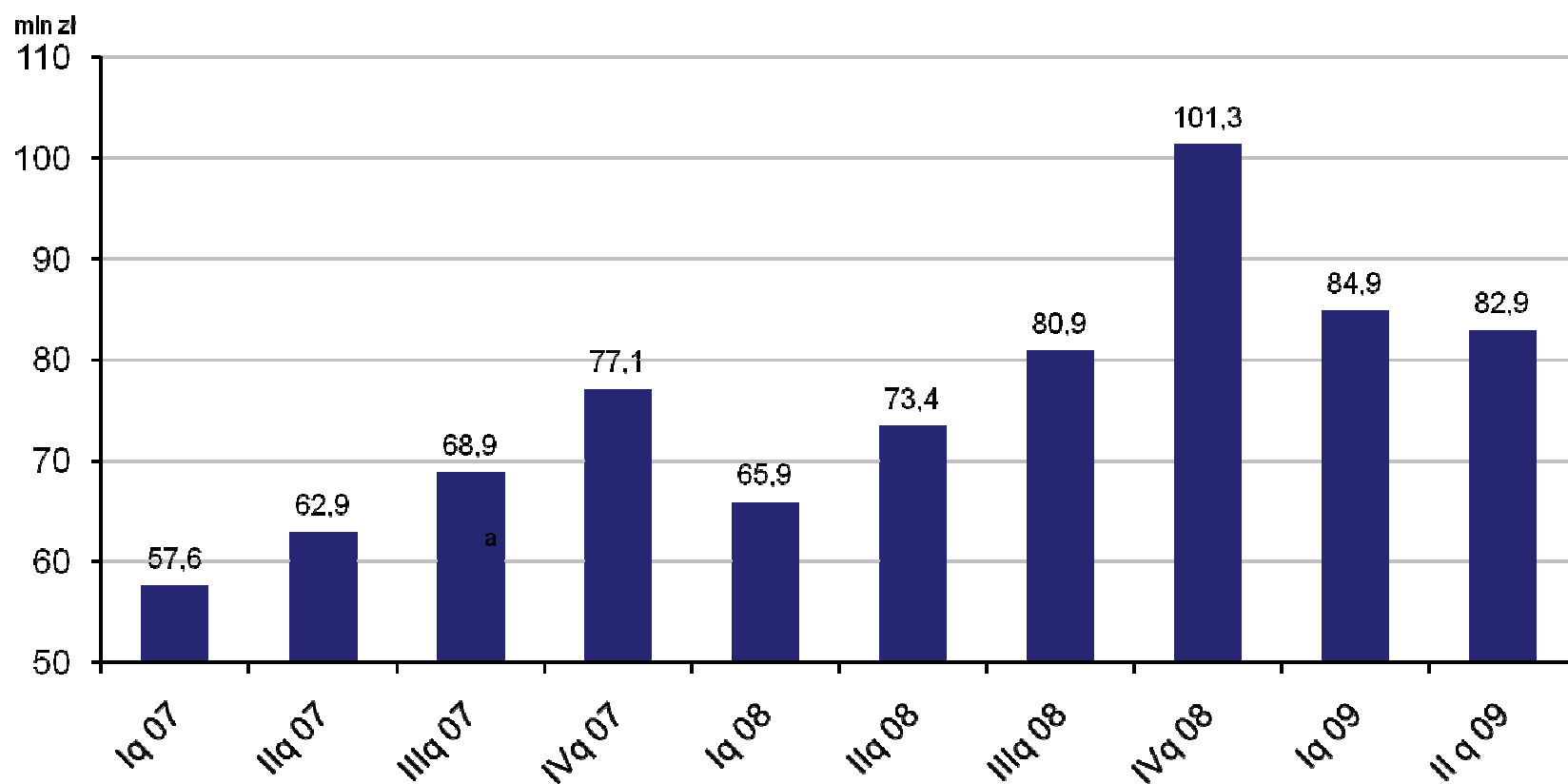
Wysokość marży brutto na sprzedaży



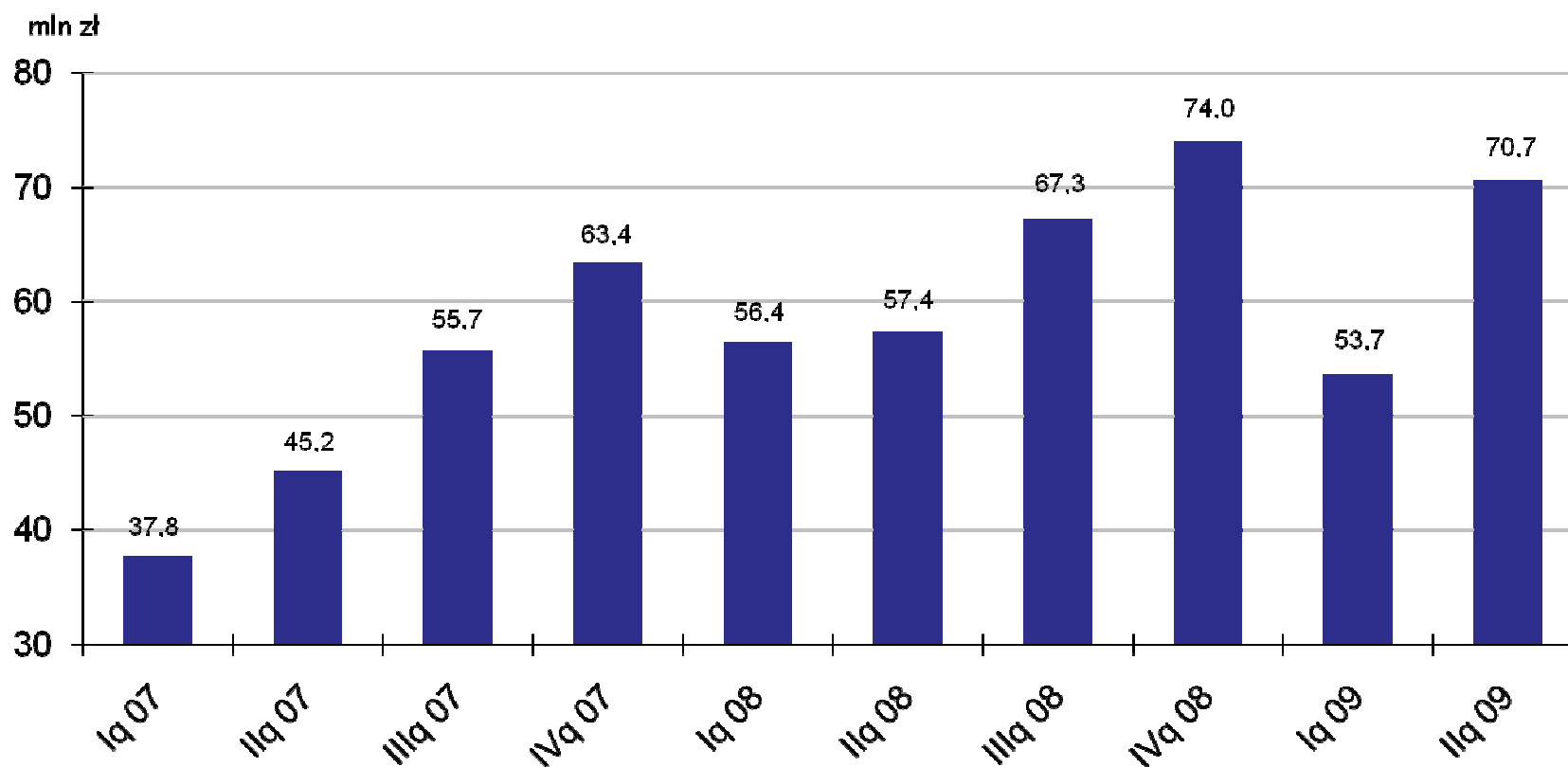
Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



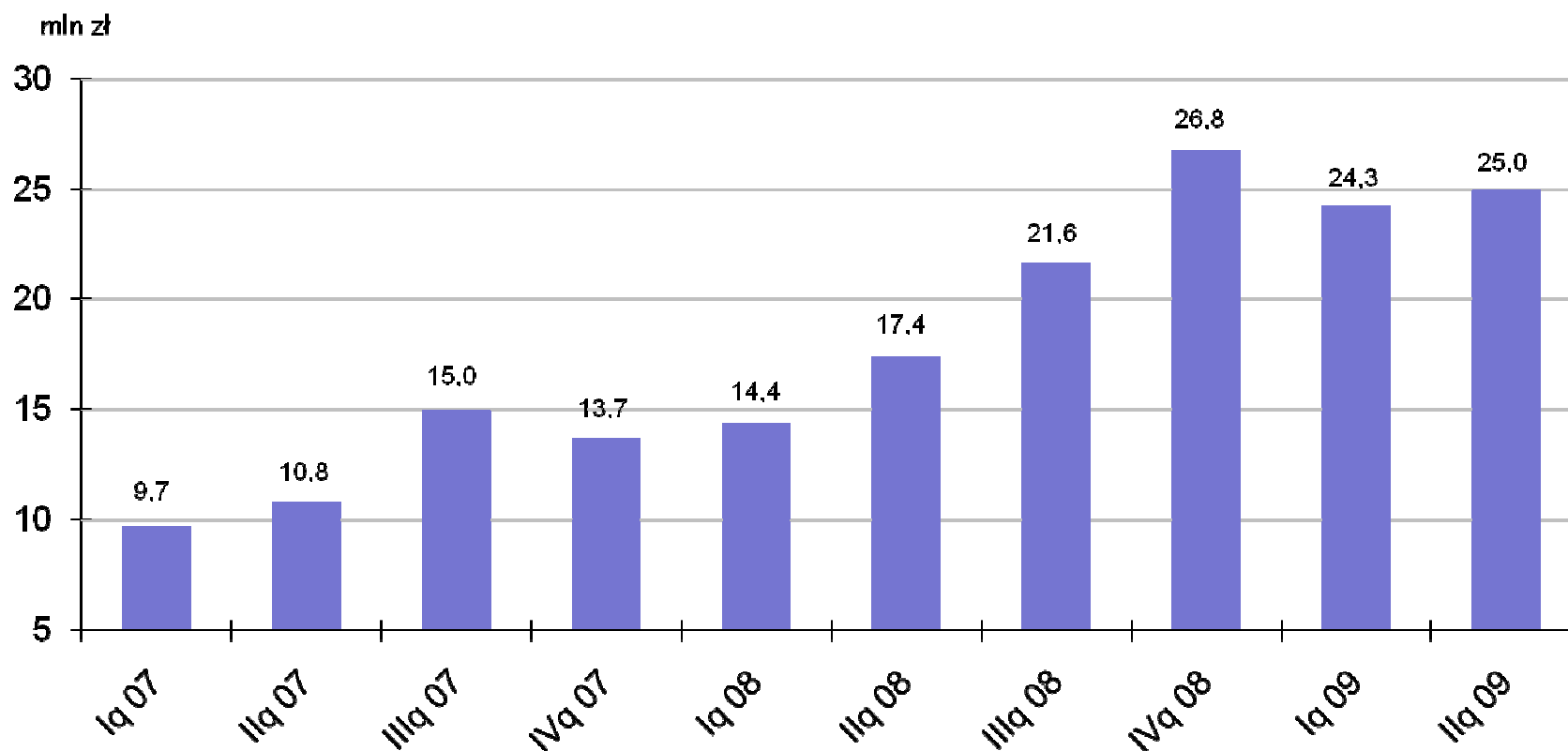
Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą



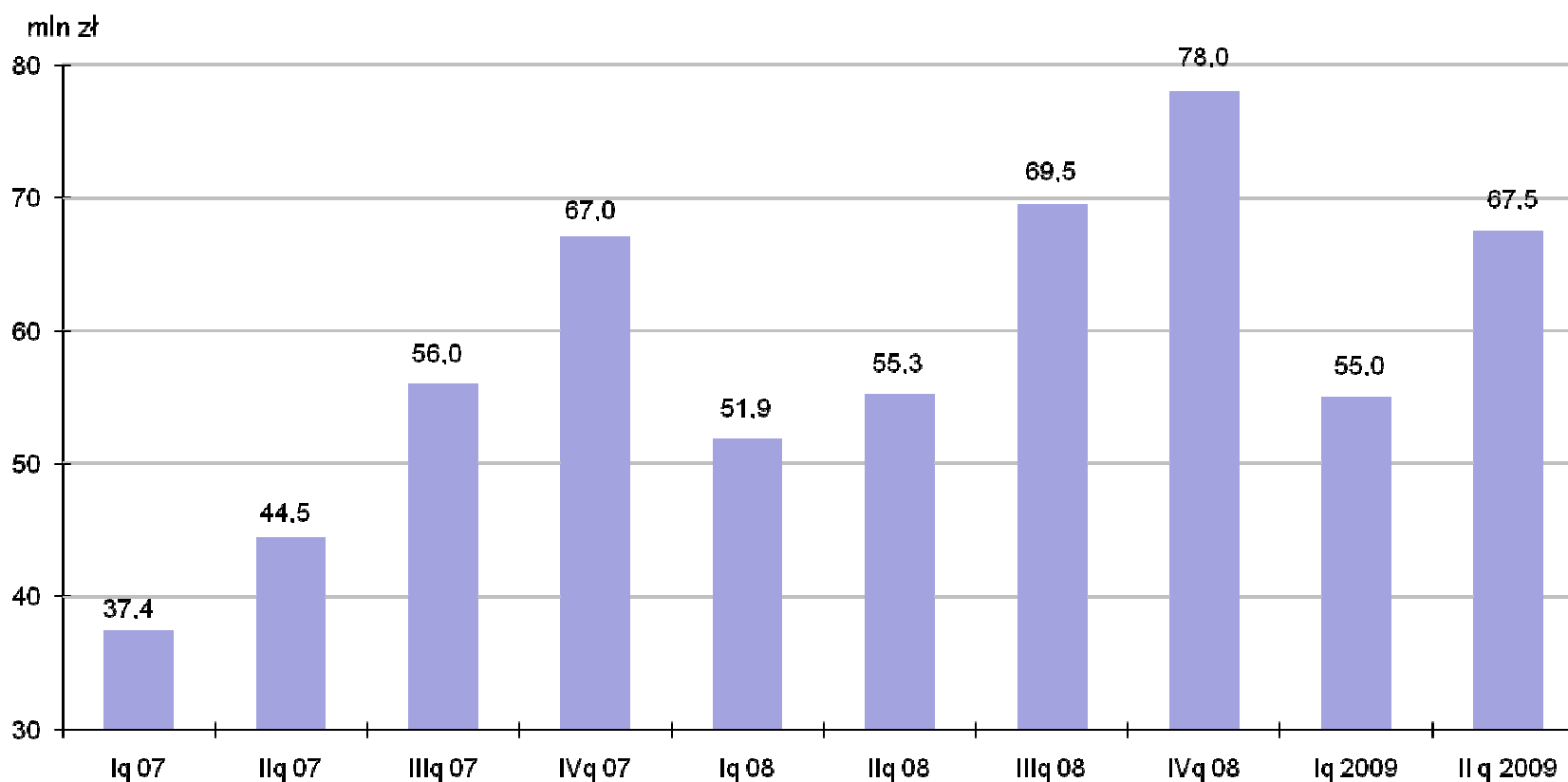
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce



Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą

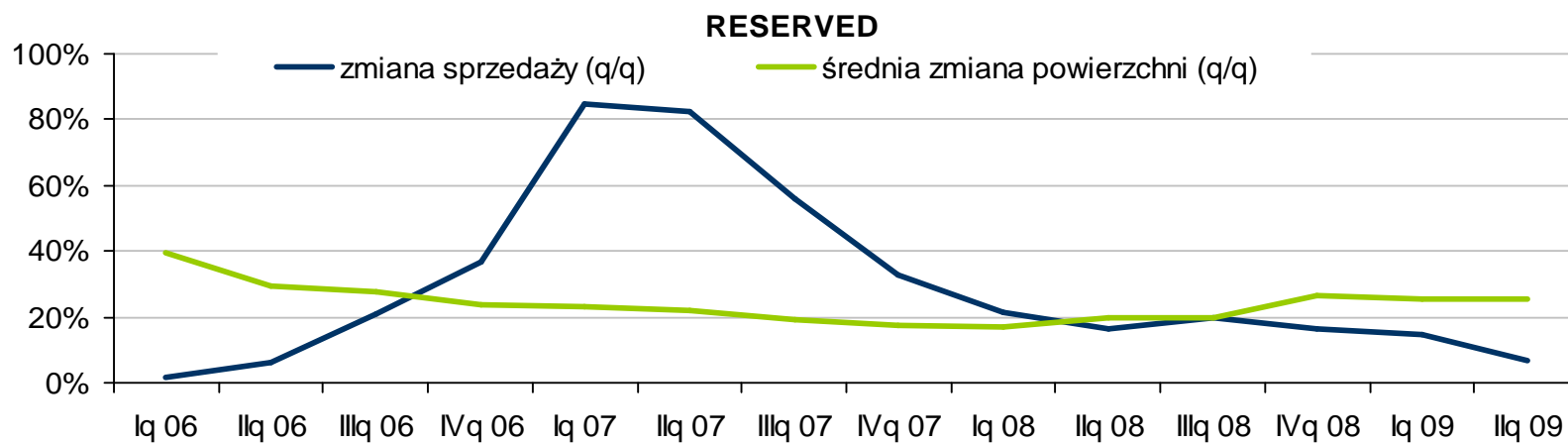


Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce

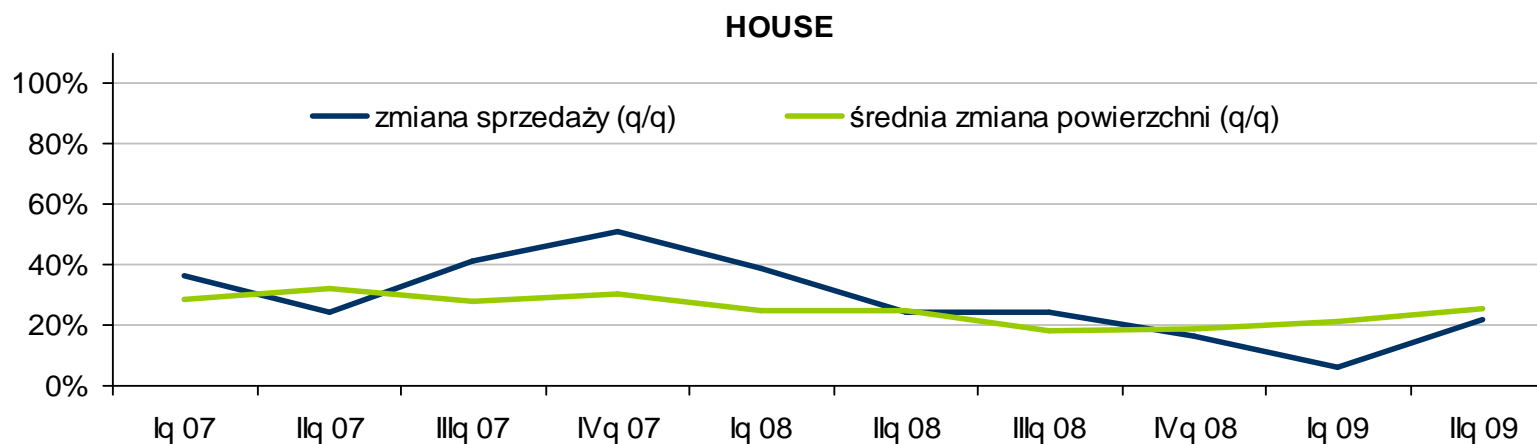
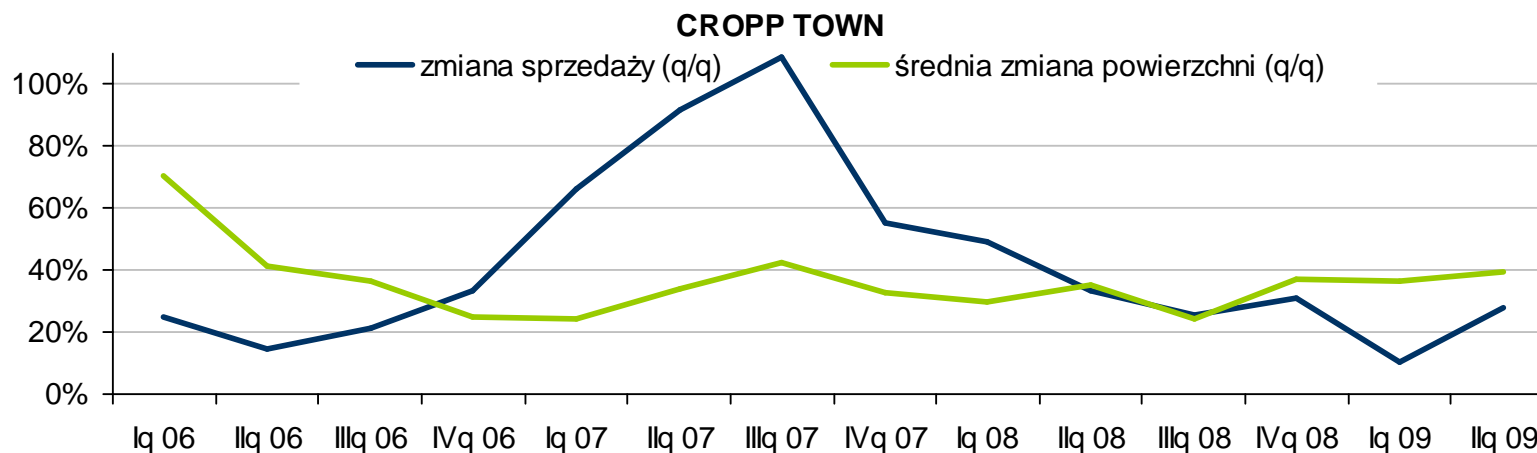


10

Zmiana efektywności



Zmiana efektywności



Skonsolidowany rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie [mln zł]	IH2008	IH2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	697,8	953,9	+37%
Koszt własny sprzedaży	284,0	477,2	+68%
Zysk brutto na sprzedaży	413,8	476,8	+15%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>59,3%</i>	<i>50,0%</i>	<i>-9,3 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	336,3	435,2	+29%
EBITDA	101,0	86,5	-14%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>14,5%</i>	<i>9,1%</i>	<i>-5,4p.p.</i>
EBIT	72,2	37,1	-49%
<i>Marża EBIT</i>	<i>10,3%</i>	<i>3,9%</i>	<i>-6,4 p.p.</i>
Zysk netto	52,8	22,2	-58%
<i>Marża netto</i>	<i>7,6%</i>	<i>2,3%</i>	<i>-5,3p.p.</i>

Rachunek zysków i strat – dane skonsolidowane za IH2009 oraz suma danych z GK LPP i GK Artman za IH2008

Wyszczególnienie [mln zł]	IH2008	IH2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	831,1	953,9	+15%
Koszt własny sprzedaży	347,4	477,2	+37%
Zysk brutto na sprzedaży	483,7	476,8	-1%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>58,2%</i>	<i>50,0%</i>	<i>-8,2 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	400,6	435,2	+9%
EBITDA	110,5	86,5	-22%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>13,3%</i>	<i>9,1%</i>	<i>-4,2p.p.</i>
EBIT	77,2	37,1	-52%
<i>Marża EBIT</i>	<i>9,3%</i>	<i>3,9%</i>	<i>-5,4p.p.</i>
Zysk netto	55,3	22,2	-60%
<i>Marża netto</i>	<i>6,7%</i>	<i>2,3%</i>	<i>-4,4p.p.</i>

Rachunek zysków i strat – dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	IIq2008	IIq2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	358,1	490,9	+37%
Koszt własny sprzedaży	130,3	232,7	+79%
Zysk brutto na sprzedaży	227,8	258,2	13%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>63,6%</i>	<i>52,6%</i>	<i>-11,0p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	178,7	216,7	+21%
EBITDA	61,6	65,2	+6%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>17,2%</i>	<i>13,3%</i>	<i>-3,9p.p.</i>
EBIT	46,8	39,8	-15%
<i>Marża EBIT</i>	<i>13,1%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-5,0p.p.</i>
Zysk netto	34,7	30,1	-13%
<i>Marża netto</i>	<i>9,7%</i>	<i>6,1%</i>	<i>-3,6p.p.</i>

Rachunek zysków i strat – dane skonsolidowane za IIQ2009 oraz suma danych z GK LPP i GK Artman za IIQ2008

Wyszczególnienie [mln zł]	IIq2008	IIq2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	425,0	490,9	+15%
Koszt własny sprzedaży	158,2	232,7	+47%
Zysk brutto na sprzedaży	266,8	258,2	-3%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>62,8%</i>	<i>52,6%</i>	<i>-10,2p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	211,7	216,7	+2%
EBITDA	69,5	65,2	-6%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>16,4%</i>	<i>13,3%</i>	<i>-3,1p.p.</i>
EBIT	52,2	39,8	-24%
<i>Marża EBIT</i>	<i>12,3%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-4,2p.p.</i>
Zysk netto	37,5	30,1	-20%
<i>Marża netto</i>	<i>8,8%</i>	<i>6,1%</i>	<i>-2,7p.p.</i>

Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	30 czerwca 2009	30 czerwca 2008
Aktywa trwałe, w tym:	771,3	383,2
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	272,8	11,9
- rzeczowe aktywa trwałe	471,8	348,4
Aktywa obrotowe, w tym:	575,1	460,8
- zapasy	414,8	316,6
- należności krótkoterminowe	104,3	89,0
- środki pieniężne	48,3	49,7
Aktywa razem	1 346,4	844,0
Kapitał własny, w tym:	585,8	414,3
- kapitał podstawowy	3,5	3,4
- pozostałe kapitały	498,6	327,9
- zysk netto	22,2	52,8
Zobowiązania długoterminowe, w tym:	277,0	96,9
- kredyty bankowe i pożyczki	263,5	91,4
Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	483,6	332,8
- kredyty bankowe i pożyczki	271,9	150,6
Pasywa razem	1 346,4	844,0

Wciąż widzimy miejsce na dalszy rozwój

powierzchnia [tys. m ²]	2007	2008	1H2009	2009P
Reserved	113,5	143,9	158,5	168,5
Polska	68,2	81,2	91,4	99,3
UE	27,3	37,7	41,0	41,1
Rosja i Ukraina	18,0	24,9	26,1	28,1
CROPP	27,8	38,1	44,1	46,6
Polska	20,7	25,4	30,0	31,8
zagranica	7,1	12,7	14,1	14,8
ESOTIQ	1,2	4,4	5,1	5,8
Polska	1,2	4,1	4,8	5,5
zagranica	-	0,3	0,3	0,3
House		34,3	38,5	41,4
Polska		30,3	33,6	36,0
zagranica		4,0	4,9	5,4
Mohito		3,6	6,5	8,0
Polska		3,4	6,5	8,0
zagranica		0,2	0,0	0,0
<u>RAZEM</u>	<u>142,5</u>	<u>224,2</u>	<u>252,7</u>	<u>270,3</u>

- W 2H2009 dodamy 18 tysięcy m² powierzchni handlowej
- na koniec 2009 roku powinniśmy mieć 768 sklepów:
 - 250 RESERVED
 - 214 CROPP TOWN
 - 73 ESOTIQ
 - 188 HOUSE
 - 43 MOHITO

18

powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych