

Wyniki osiągnięte w I kwartale 2011 roku

11 maja 2011 roku

RESERVED

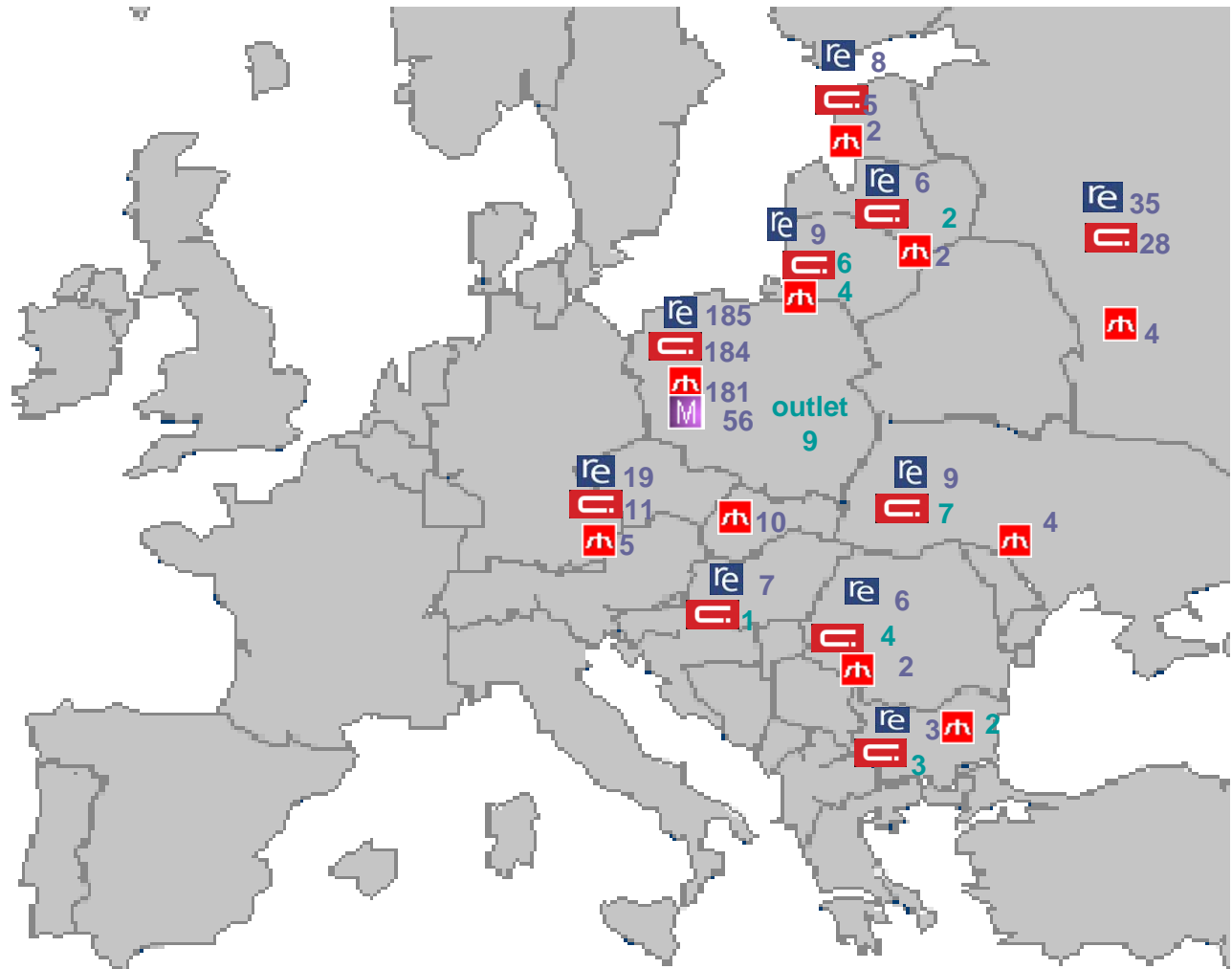

cropp

 house

MOHITO

Nasze marki obecne w całym regionie

31 marca 2011 roku sieć
detałiczna LPP liczyła 820
sklepów, z czego:
287 Reserved
252 CROPP
216 House
56 Mohito



Realizacja planu rozwoju sieci

| Powierzchnia [tys. m ²] | 31.03.2010 | 31.03.2011 | Zmiana |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Reserved | 181,1 | 197,7 | 9% |
| Polska | 108,7 | 124,2 | 14% |
| UE | 42,6 | 40,8 | -4% |
| Rosja i Ukraina | 29,7 | 32,7 | 10% |
| CROPP | 51,4 | 55,9 | 9% |
| Polska | 35,0 | 37,9 | 8% |
| zagranica | 16,4 | 18,0 | 10% |
| ESOTIQ | 6,8 | - | -100% |
| Polska | 6,5 | - | -100% |
| zagranica | 0,3 | - | -100% |
| House | 45,4 | 48,4 | 7% |
| Polska | 38,1 | 39,5 | 4% |
| zagranica | 7,3 | 8,8 | 21% |
| Mohito | 9,9 | 10,0 | 1% |
| Polska | 9,9 | 10,0 | 1% |
| outlet Polska | - | - | - |
| RAZEM | 296,8 | 314,7 | 6% |

- Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 6% (17,9 tysięcy m²)
- Średnia powierzchnia sieci w IQ2011 roku była większa o 8% od średniej powierzchni w IQ roku 2010

3

Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

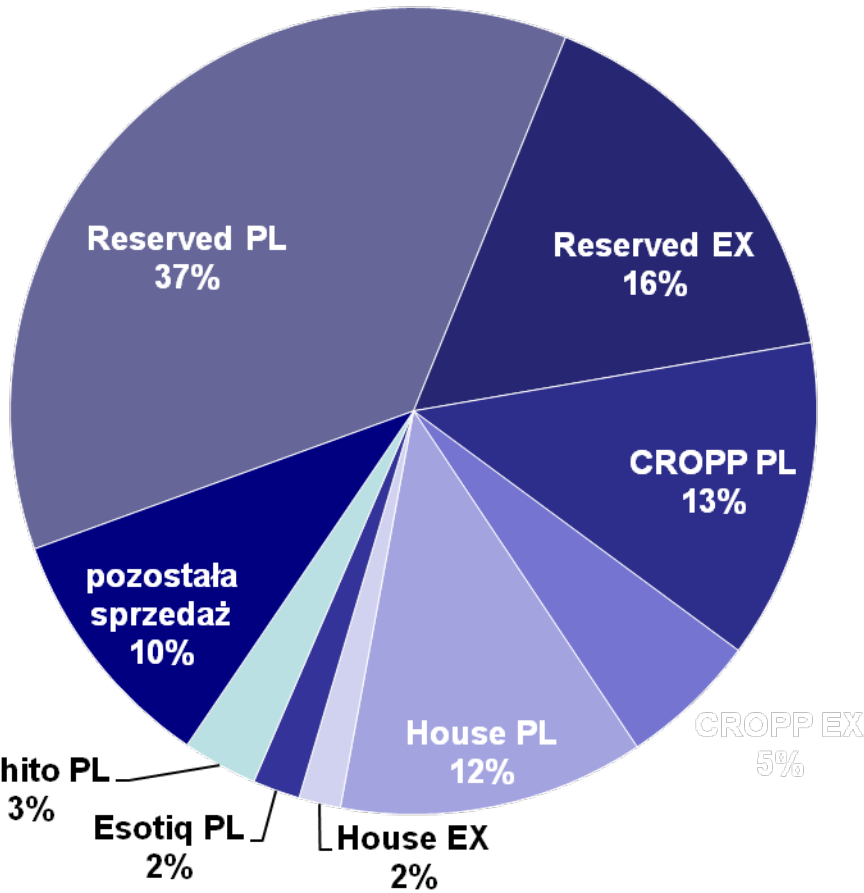
RESERVED



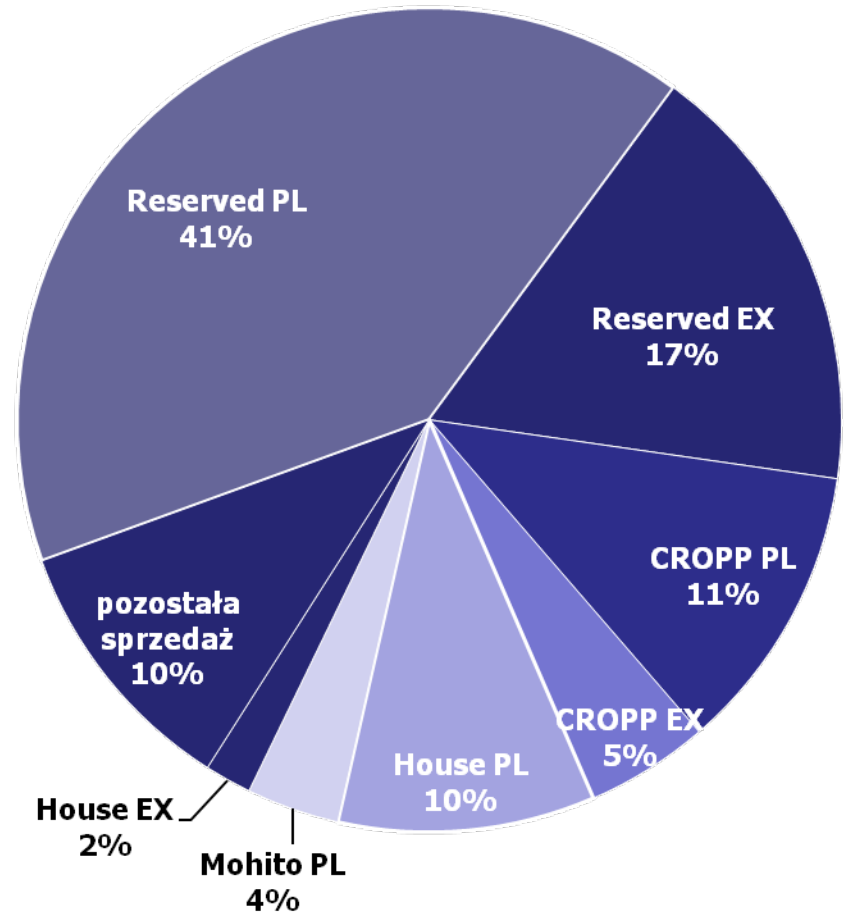
M O H I T O

Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

2010



IQ2011

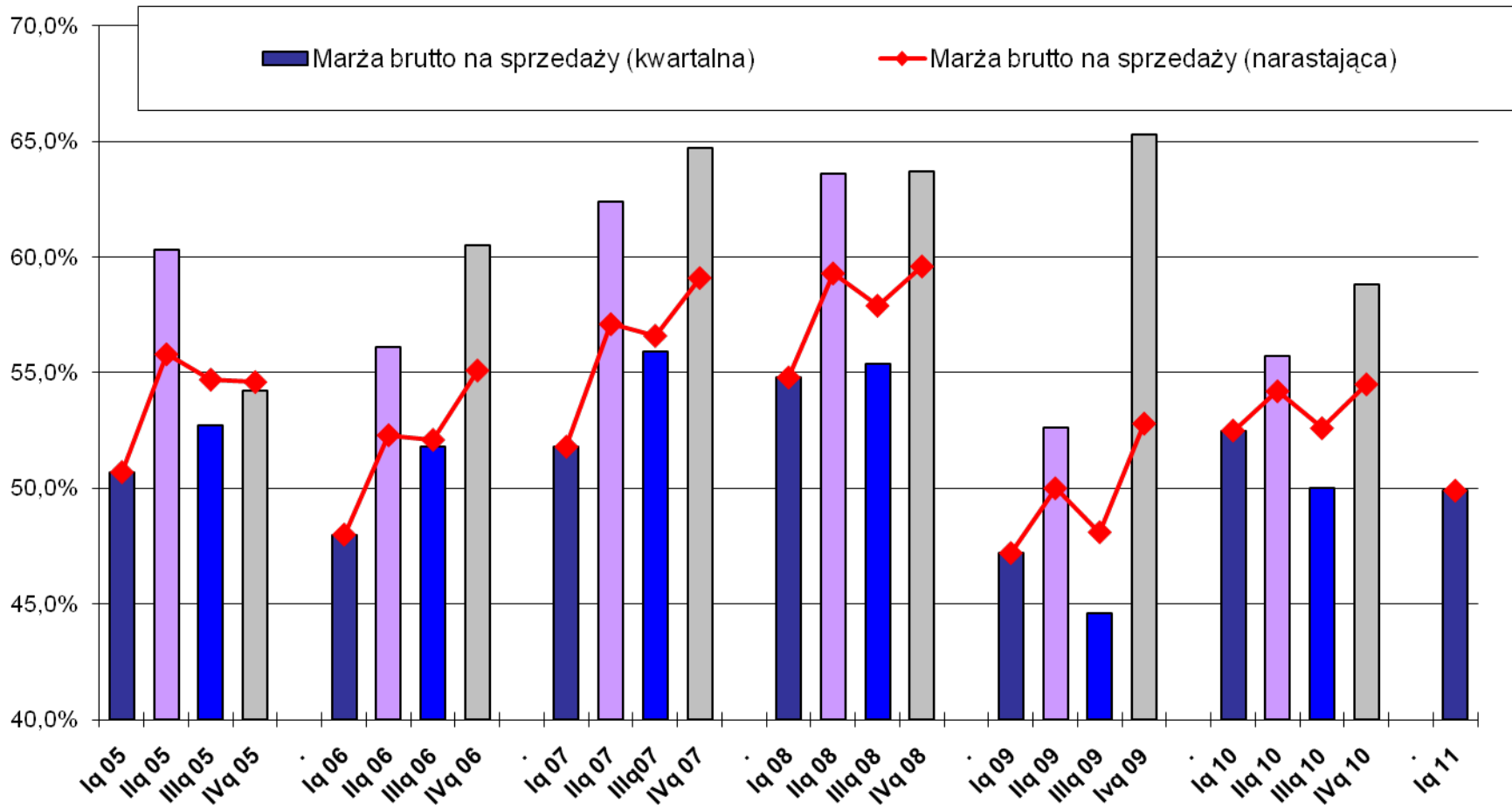


RESERVED

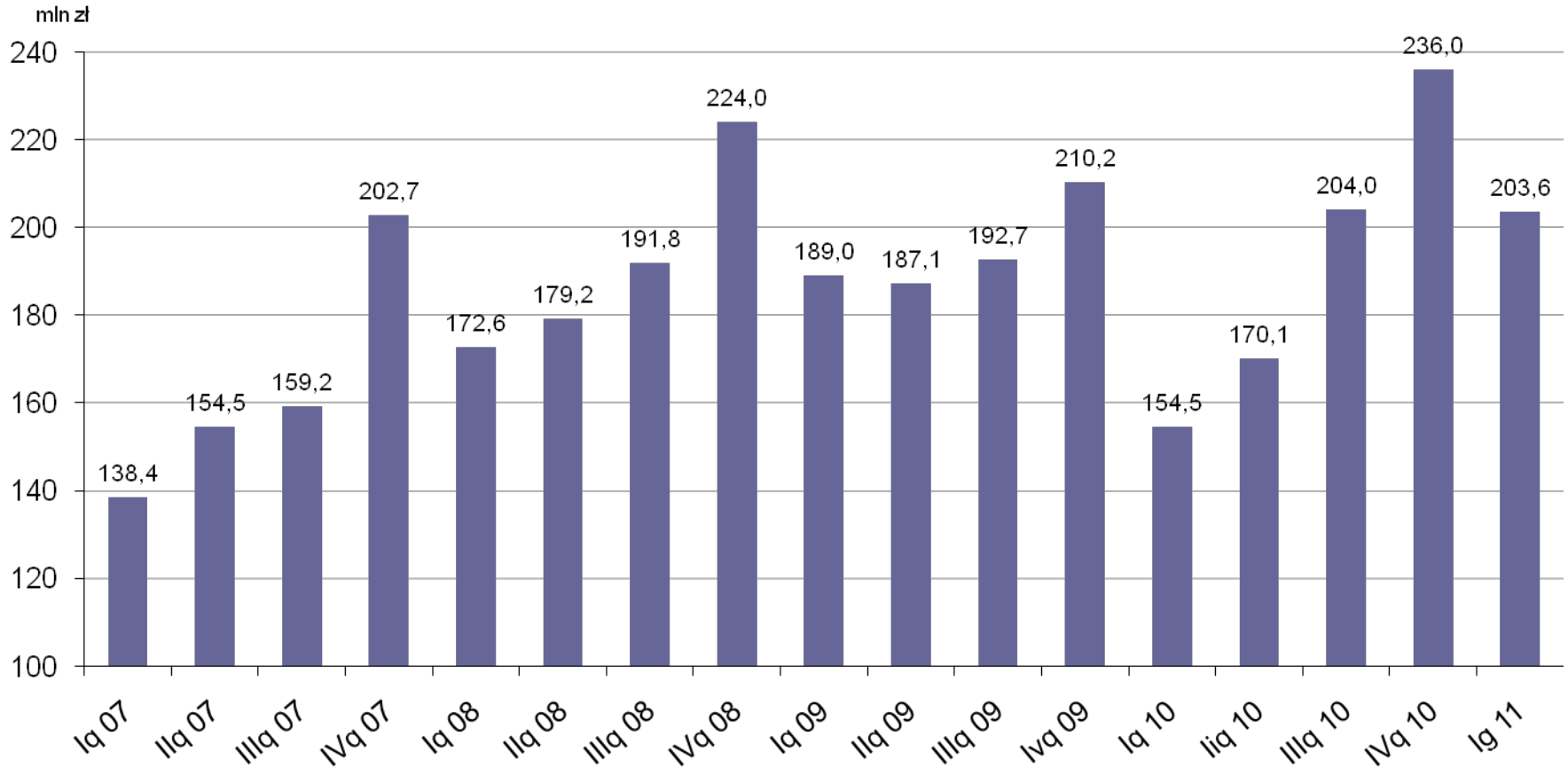


M O H I T O

Wysokość marży brutto na sprzedaży



Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



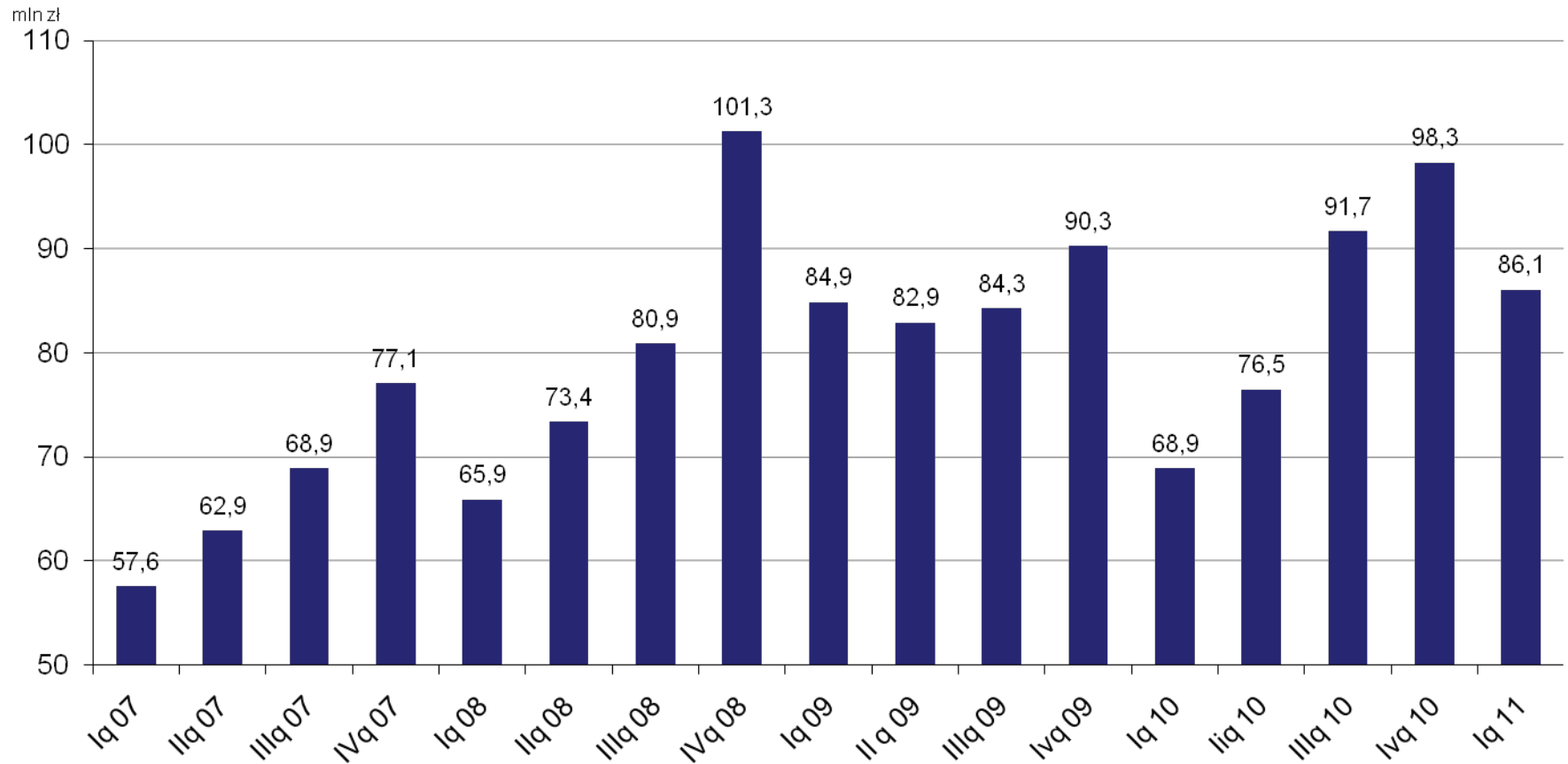
6

RESERVED



M O H I T O

Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą



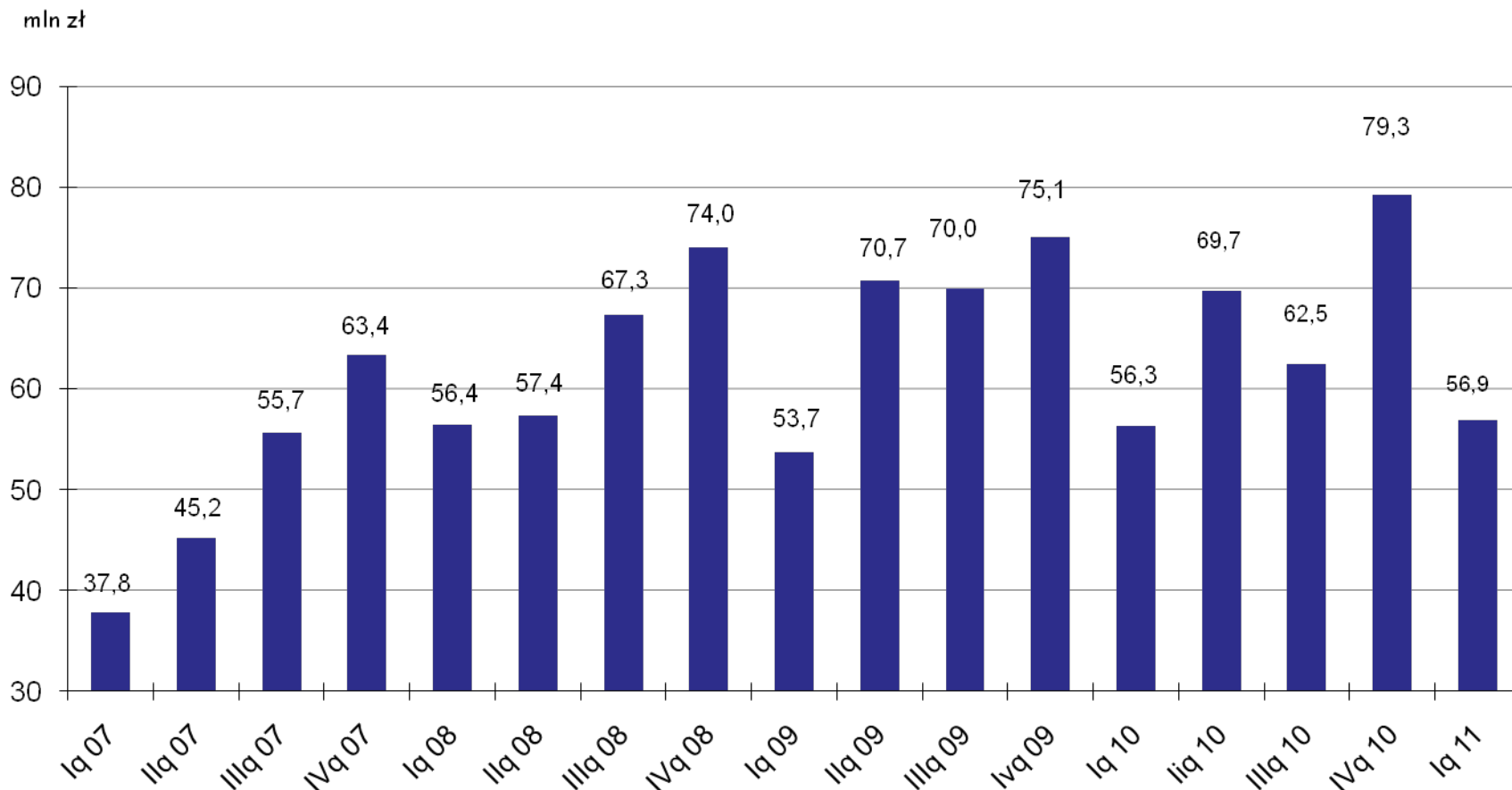
7

RESERVED



M O H I T O

Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce



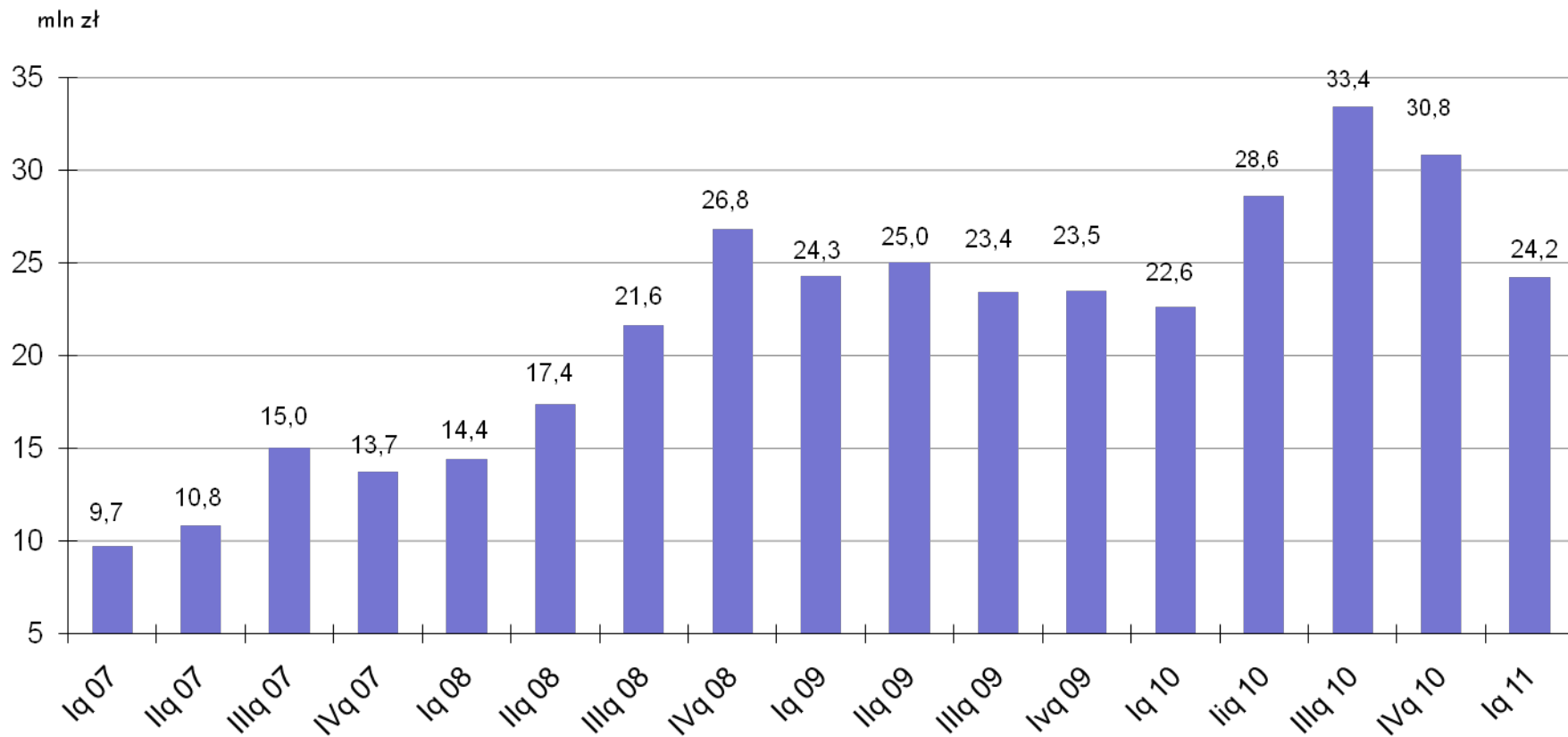
8

RESERVED

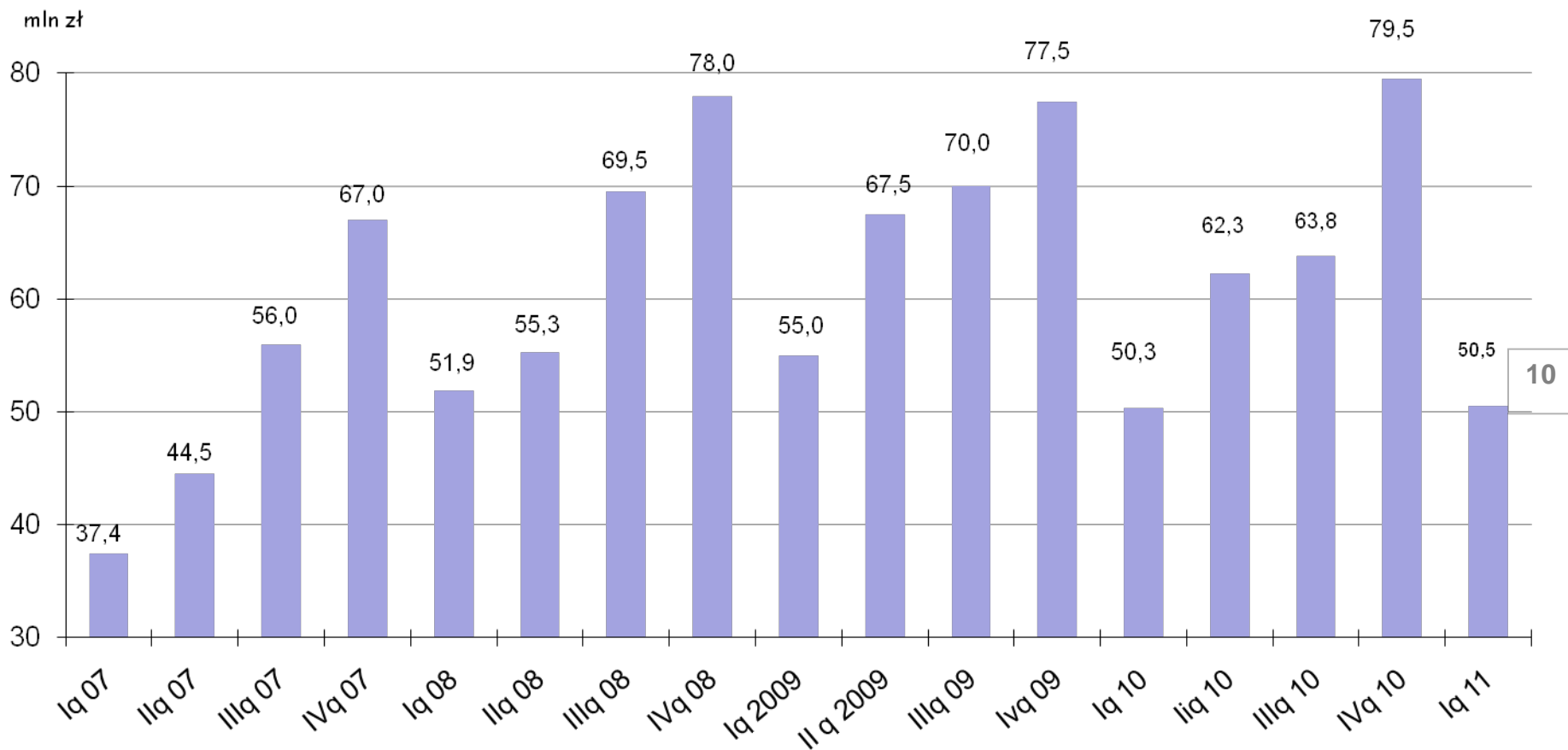


M O H I T O

Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce

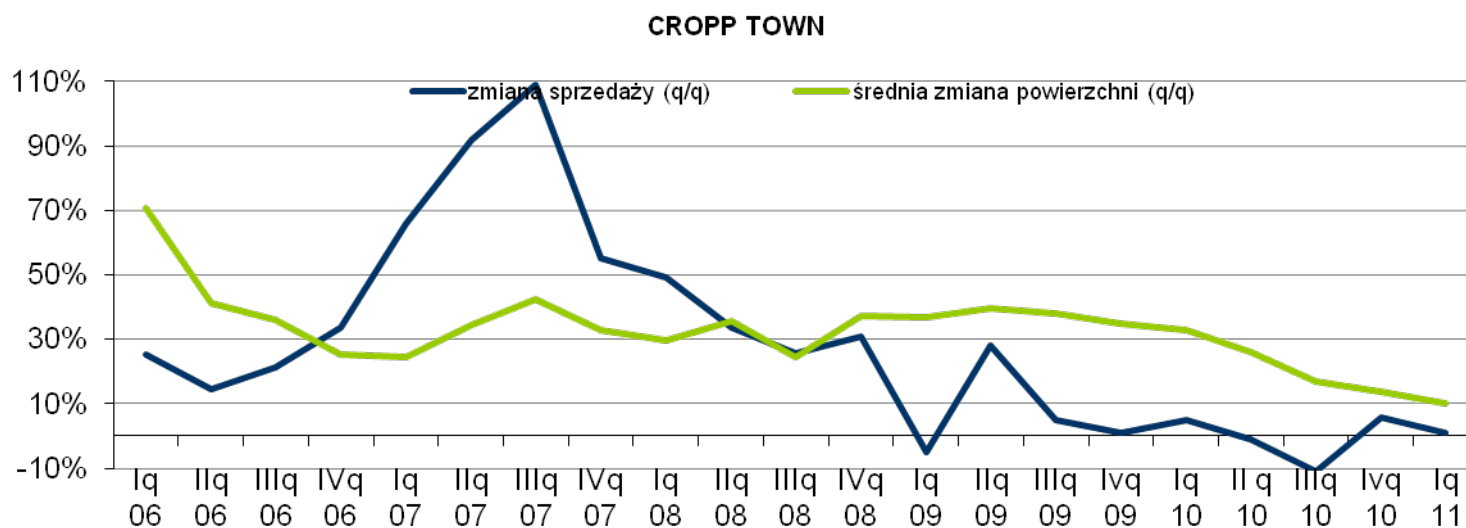
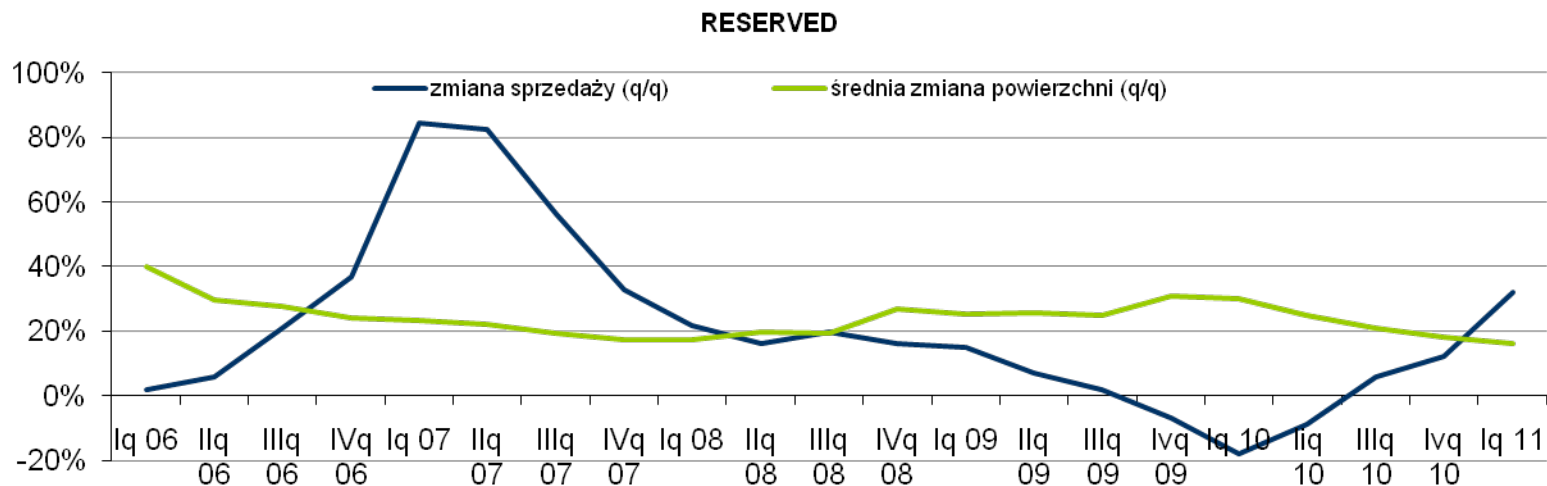


RESERVED

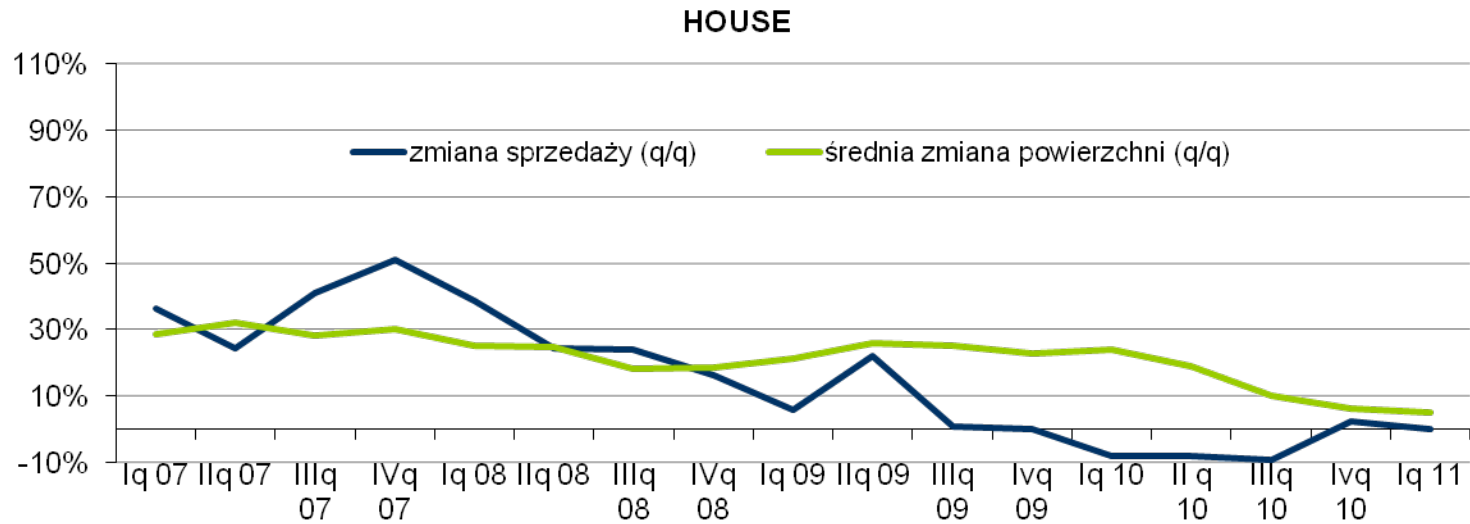


M O H I T O

Zmiana efektywności



Zmiana efektywności



Skonsolidowany rachunek zysków i strat IQ 2011

| Wyszczególnienie [mln zł] | IQ 2011 | IQ 2010 | Zmiana [%] |
|---|--------------|--------------|----------------|
| Przychody ze sprzedaży | 500,5 | 424,5 | 18% |
| Koszt własny sprzedaży | 251,0 | 201,8 | 24% |
| Zysk brutto na sprzedaży | 249,6 | 222,7 | 12% |
| <i>Marża brutto na sprzedaży</i> | <i>49,9%</i> | <i>52,5%</i> | <i>-2,6 pp</i> |
| Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A) | 237,3 | 213,0 | 11% |
| EBITDA | 34,4 | 31,5 | 9% |
| <i>Marża EBITDA</i> | <i>6,9%</i> | <i>7,4%</i> | <i>-0,5 pp</i> |
| EBIT | 10,8 | 8,5 | 27% |
| <i>Marża EBIT</i> | <i>2,2%</i> | <i>2,0%</i> | <i>0,2 pp</i> |
| Zysk netto | 14,1 | -4,8 | -394% |
| <i>Marża netto</i> | <i>2,8%</i> | <i>-1,1%</i> | <i>3,9 pp</i> |

13

Bilans skonsolidowany

| [mln PLN] | 31 marca 2011 | 31 grudnia 2010 | 31 marca 2010 |
|--|---------------|-----------------|---------------|
| <u>Aktywa trwałe, w tym:</u> | <u>707,6</u> | <u>712,6</u> | <u>748,6</u> |
| - wartości niematerialne (z wartością firmy) | 271,7 | 272,2 | 272,9 |
| - rzeczowe aktywa trwałe | 418,9 | 422,5 | 440,3 |
| <u>Aktywa obrotowe, w tym:</u> | <u>650,5</u> | <u>716,4</u> | <u>587,4</u> |
| - zapasy | 420,3 | 424,4 | 334,3 |
| - należności krótkoterminowe handlowe | 94,6 | 95,7 | 73,6 |
| - środki pieniężne i inne aktywa finansowe | 94,4 | 166,0 | 147,4 |
| Aktywa razem | 1358,0 | 1 429,0 | 1 336,0 |
| <u>Kapitał własny, w tym:</u> | <u>765,3</u> | <u>736,6</u> | <u>681,7</u> |
| - kapitał podstawowy | 3,5 | 3,5 | 3,5 |
| - zysk netto okresu bieżącego | 14,1 | 139,1 | -4,8 |
| <u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u> | <u>262,5</u> | <u>281,2</u> | <u>343,7</u> |
| - kredyty bankowe i pożyczki | 153,3 | 156,1 | 224,2 |
| - obligacje | 105,6 | 121,5 | 115,5 |
| <u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u> | <u>330,2</u> | <u>411,2</u> | <u>310,6</u> |
| -zobowiązania z tytułu dostaw i usług | 228,7 | 312,7 | 222,9 |
| - kredyty bankowe i pożyczki | 92,9 | 86,6 | 76,9 |
| Pasywa razem | 1358,0 | 1 429,0 | 1 336,0 |

14

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 |
| RAZEM | 288,2 | 322,7 | 349,0 |

- 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