

LPP S.A.

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI EMITENTA W 2001 ROKU**

1. Najważniejsze dokonania spółki w 2001 roku.

- 1) Osiągnięcie przychodów ze sprzedaży na poziomie 171 mln zł (wyższe o 19% niż w roku 2000),
- 2) Wypracowanie zysku netto w wysokości ponad 10 mln zł (większy o 63% od osiągniętego w roku poprzednim),
- 3) Osiągnięcie wskaźnika zwrotu z kapitałów własnych na poziomie 24,47%
- 4) Zakończona sukcesem pierwsza publiczna emisja akcji,
- 5) Wzrost przychodów ze sprzedaży kolekcji Reserved o ponad 145 % do poziomu 48 mln zł, co stanowi potwierdzenie przyjęcia właściwej strategii polegającej na budowie sieci Salonów firmowych,
- 6) Zwiększenie łącznej powierzchni Salonów firmowych do poziomu 7 tys. m kw.
- 7) Pozyskanie nowych dostawców o istotnym znaczeniu dla przyszłych kolekcji,
- 8) Rozbudowanie działu projektowego, stanowiącego jedno z podstawowych źródeł bieżących i przyszłych sukcesów LPP S.A.,
- 9) Zakupienie pomieszczeń magazynowych, które będą wykorzystane jako centrum logistyczne.

2. Przedmiot działalności Emitenta. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach, wraz z określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów towarów i usług albo ich grup w sprzedaży ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym.

LPP S.A. jest firmą zajmującą się projektowaniem i dystrybucją odzieży w Polsce i krajach Europy Centralnej i Wschodniej.

Specyfika funkcjonowania Spółki polega na połączeniu działalności projektowej i dystrybucyjnej z aktywnym kreowaniem na rynku polskim i w coraz większym stopniu na rynkach zagranicznych własnych produktów i znaków towarowych wśród różnych grup konsumenckich. Zakres działalności LPP S.A. nie jest ograniczony do konkretnych segmentów rynku odzieżowego. Ważną cechą filozofii działania Emitenta jest elastyczność w reagowaniu na potrzeby konsumentów, natomiast przewodnim celem pozostaje maksymalizacja zadowolenia klientów oraz osiągnięcie jak najlepszych wyników finansowych Spółki.

Emitent po dokonaniu wtórnych i pierwotnych badań rynku zajmuje się projektowaniem kolekcji odzieżowych oraz opakowań, a następnie przystępuje do produkcji wyrobów na zasadzie outsourcingu, czyli zlecenia produkcji instytucjom lub firmom zewnętrznym, przy czym proces produkcji kontrolowany jest pod względem jakości przez LPP S.A.

Spółka osiąga także niewielkie przychody ze sprzedaży usług (głównie wynajmowanie lokali w posiadanym budynku oraz wynajmowanie środków transportu, a także świadczenie usług merchandiserskich w hipermarketach).

Źródło przychodu	2001		2000		Zmiana
	tys. zł	udział w sprzedaży%	tys. zł	udział w sprzedaży%	%
Sprzedaż towarów handlowych	169 258	97,79	141 993	98,72	19,20
Sprzedaż usług	2 067	1,21	1 842	1,28	12,21
Razem	171 325	100,00	143 835	100,00	19,11

Podstawowe towary handlowe oferowane przez Spółkę opisuje tabela poniżej.

Znak towarowy	Opis linii asortymentowej
Henderson	<ul style="list-style-type: none"> - koszule męskie wizytowe i weekendowe, - bielizna męska (majtki, koszulki, podkoszulki), - skarpety męskie klasyczne i sportowe, - szaliki męskie, - kurtki sportowe.
T-line	<ul style="list-style-type: none"> - koszulki bawełniane dla dorosłych i dla dzieci, - bluzy jednokolorowe dla dorosłych i dla dzieci.
Promo Stars	<ul style="list-style-type: none"> - koszulki bawełniane o różnej gramaturze i kolorach, - koszulki typu polo o różnym składzie materiału, - bluzy różnych modeli, - czapki różnych fasonów, - kurtki na wszystkie pory roku, - torebki, walizki, plecaki.
Reserved	<ul style="list-style-type: none"> - koszulki, - koszulki typu polo, - bluzy, - kurtki, - swetry, - bluzki damskie, - spodnie, - spódnice, - bielizna męska.
ROSS	<ul style="list-style-type: none"> - dresy, - bluzy sportowe, - szaliki, - skarpety, - kurtki, - czapki.
RUNNER	<ul style="list-style-type: none"> - dresy oraz bluzy sportowe, - koszule męskie wizytowe i weekendowe, - szaliki, - kurtki.
GEFFER	<ul style="list-style-type: none"> - dresy oraz bluzy sportowe, - koszule męskie wizytowe i weekendowe, - szaliki, - kurtki.
LE FORT	<ul style="list-style-type: none"> - dresy oraz bluzy sportowe, - koszule męskie wizytowe i weekendowe, - szaliki, - skarpety, - kurtki.
CROPP	<ul style="list-style-type: none"> - koszulki, - dresy, - bluzy, - kurtki.
EXQUIS	<ul style="list-style-type: none"> - slipy męskie, - podkoszulki.

Struktura asortymentowa ulega ciągłym zmianom, gdyż w ofercie Spółki pojawiają się stale nowe pozycje, zarówno poszerzające istniejące linie produktów, jak i tworzące nowe ich grupy, wprowadzane na rynek pod nowymi markami. Spółka prowadzi ewidencje przychodów dla danej grupy towarowej, lub w niektórych przypadkach dla marki odzieży. Ponieważ asortymenty składające się na daną grupę towarową są bardzo zróżnicowane, niecelowe jest przedstawianie sprzedaży w ilościach sztuk. Łącznie w 2001 roku sprzedano około 11 milionów sztuk odzieży ze wszystkich asortymentów.

Przychody ze sprzedaży poszczególnych grup towarów oraz ich udział w całości przychodów obrazuje tabela poniżej.

Grupa towarowa	2001		2000		zmiana
	tys. zł	udział w sprzedaży %	tys. zł	udział w sprzedaży %	%
Odzież sportowa	21 753	12,85	25 403	17,89	-0,14
Koszule	13 158	7,77	13 283	9,35	-0,94
Wyroby letnie	17 697	10,46	20 081	14,14	-11,87
Kurtki	8 409	4,98	7 405	5,22	13,56
Promo Stars	22 529	13,31	24 652	17,36	-8,61
Bielizna	20 917	12,36	17 427	12,27	20,03
Swetry	2 024	1,19	1 658	1,17	22,07
Cropp	4 246	2,50	4 278	3,01	-0,75
Reserved	48 731	28,79	19 875	14,00	145,19
T-line	9 226	5,46	6 573	4,63	40,36
Fruit of the Loom	568	0,33	1 358	0,96	-58,17
Razem	169 258	100,00	141 993	100,00	19,20

Analiza wyników sprzedaży grup wyrobów, które osiągnęły największą dynamikę przy jednocześnie znaczącym wolumenie :

- 1) Reserved – kontynuacja strategii polegającej na uruchamianiu nowych placówek – Salonów Reserved oraz poszerzaniu tej kolekcji ,
- 2) Bielizna i T-line– kontynuacja działań mających na celu pozyskanie szerokiego grona klientów dokonujących zakupy w niedużych sklepach dzięki atrakcyjnej cenie i dobrej jakości przy zastosowaniu nowoczesnego systemu dystrybucji.

3. Informacje o zmianach rynków zbytu, w podziale na krajowe i zagraniczne oraz o zmianach źródeł zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi, ze wskazaniem uzależnienia od jednego lub kilku odbiorców i dostawców, a w przypadku gdy udział jednego odbiorcy lub dostawcy osiąga co najmniej 10% przychodów ze sprzedaży ogółem – nazwy dostawcy lub odbiorcy, jego udziały w sprzedaży lub zaopatrzeniu oraz jego formalne powiązania z emitentem.

Odbiorcy LPP S.A. zlokalizowani są w Polsce i poza granicami.

Ok. 10 % sprzedaży Spółki kierowane jest na rynki zagraniczne. Główni odbiorcy eksportowi Spółki to firmy z Rosji, Ukrainy, Słowacji, Estonii, Łotwy i Litwy.

Ze względu na fakt, iż Spółka korzysta z różnych kanałów dystrybucyjnych nie jest prowadzona ewidencja przychodów ze sprzedaży wg struktury geograficznej w kraju. W wewnętrznej ewidencji Spółka prowadzi podział na sprzedaż krajową i eksportową oraz ze względu na kanały dystrybucji.

Sprzedaż towarów w 2001 r. w podziale na krajowe i zagraniczne rynki zbytu w porównaniu do roku ubiegłego przedstawia poniższa tabela:

Kierunek sprzedaży	2001		2000		zmiana
	tys. zł	udział w sprzedaży %	tys. zł	udział w sprzedaży %	%
Sprzedaż krajowa	151 563	89,55	126 212	88,89	20,09
Sprzedaż eksportowa	17 695	10,45	15 781	11,11	12,13
Razem	169 258	100,00	141 993	100,00	19,20

Główne kierunki eksportu LPP S.A. przedstawia poniższa tabela. (w tabeli przedstawiono kraje docelowe, a nie kraje siedziby importera)

Kraj	2001		2000	
	wartość eksportu w tys. zł	udział w eksporcie w %	wartość eksportu w tys. zł	udział w eksporcie w %
Czechy	981	5,54	1874	11,88
Rosja	7050	39,84	5606	35,52
Słowacja	1799	10,17	1494	9,47
Węgry	922	5,21	1344	8,52
Ukraina	2366	13,37	1429	9,06
Litwa	1411	7,97	1431	9,07
Estonia	1365	7,71	1070	6,78
Łotwa	910	5,14	710	4,50
Słowenia	198	1,12	0	0
Chorwacja	535	3,02	753	4,77
Białoruś	58	0,33	28	0,18
Islandia	100	0,57	42	0,27
Razem	17695	100	15781	100

Wartość przychodów ze sprzedaży osiągniętych w poszczególnych kanałach dystrybucji oraz ich udział w całości sprzedaży przedstawia poniższa tabela.

Kanał dystrybucji	2001		2000		Zmiana
	tys. zł	udział w sprzedaży %	tys. zł	udział w sprzedaży %	%
Hipermarkety	38 491	22,73	39 314	27,69	-2,09
Odzież promocyjna	12 962	7,67	15 079	10,62	-14,04
Hurtownie	16 395	9,69	19 553	13,77	-16,15
Filie	9 862	5,83	9 666	6,81	2,03
Salony firmowe	47 238	27,91	17 883	12,59	164,15
Eksport	17 695	10,45	15 781	11,11	12,13
Sprzedaż bezpośrednia do sklepów (akwizycyjna)	26 100	15,42	24 717	17,41	5,60
Pozostałe	515	0,30	0	0	—
Razem	169 258	100,00	141 993	100,00	19,20

Analiza wielkości przychodów osiągniętych przez poszczególne kanały dystrybucji.

- 1) zdecydowanie największy wzrost sprzedaży osiągnięto w Salonach firmowych. Było to związane z rozwojem tego nowego kanału dystrybucji. W 2001 roku zostało uruchomionych 8 nowych Salonów o łącznej powierzchni około 3 tys. m kw. W efekcie Emitent posiadał 24 salony na koniec 2001 roku o łącznej powierzchni 7 tys. mkw. Drugim czynnikiem wzrostu udziału sprzedaży w salonach RESERVED był stale szybko zwiększający się przychód ze statystycznego metra kwadratowego powierzchni handlowej.
- 2) przychody ze sprzedaży osiągnięte w eksporcie związane były z umacnianiem pozycji marki Promo Stars i Henderson w krajach odbiorców, oraz polityką Spółki polegającą na utrzymywaniu kontaktów z bardzo ograniczoną ilością sprawdzonych odbiorców, którzy wiążą niejednokrotnie swój rozwój z rozwojem LPP,
- 3) kanał dystrybucji „odzież promocyjna”, który tożsamy jest z grupą wyrobów o nazwie Promo Stars, pomimo wzrostu znaczenia tej marki w kraju, zanotował spadek przychodów w związku z trudną sytuacją występującą w branży reklamowej,
- 4) wzrost sprzedaży bezpośredniej (akwizycyjnej) do sklepów obejmującej głównie bieliznę męską oraz odzież marek Cropp i T-line, pomimo ogólnie złej sytuacji niedużych sklepów wskazuje na trafność decyzji co do formy dystrybucji i jednocześnie mówi o rosnącym znaczeniu marki Henderson,
- 5) stabilny poziom przychodów ze sprzedaży osiąganych w hipermarketach, szczególnie w trudnej sytuacji rynkowej, daje pewność co do wysokiej pozycji LPP w tej grupie odbiorców.
- 6) spadek przychodów ze sprzedaży był najbardziej widoczny w hurtowniach odzieżowych. Decydujący wpływ na to zjawisko miała zmian preferencji konsumentów co do miejsc, w których najchętniej dokonywane są zakupy odzieży spotęgowana dodatkowo trudną sytuacją rynkową.

Uzależnienie Emitenta od dostawców

Firmy produkcyjne - podwykonawcy LPP S.A. przeważnie mają swoje siedziby w Chinach. Firmy te charakteryzują się wysoko rozwiniętą technologią i wykorzystywaniem w procesie wytwórczym najnowocześniejszych maszyn i urządzeń. W 2001 roku, nieznaczne ilości wyrobów zostały zakupione u polskich producentów oraz w Indiach.

W roku 2001 podobnie jak w 2000 nie wystąpiło uzależnienie Emitenta od dostawców. Udział większości z nich w ogólnej wartości zakupów nie przekroczył 1%.

Spółka dokonała jedynie u dwóch dostawców zakupów przekraczających 10% całości zakupów (11,83% i 13,02%). Z większością dostawców Spółka zawarła umowy ramowe, które określają ogólne warunki współpracy. Konkretnie wyroby produkowane są dla Spółki na podstawie szczegółowych umów, zawieranych dla realizacji poszczególnych dostaw.

Uzależnienie Emitenta od odbiorców

Spółka nie jest uzależniona od żadnego odbiorcy.

Jedynym odbiorcą, którego udział w przychodach ze sprzedaży przekroczył 10% całości przychodów, jest Metro Kooperacja Polska Spółka Komandytowa. W 2001 roku odbiorca ten miał udział w wysokości 10,15% ogólnej wartości przychodów ze sprzedaży LPP S.A. pośrednio poprzez następujących zamawiających:

- Makro Cash and Carry Poland Sp. z o.o., Warszawa,
- Real Sp. z o.o., Warszawa

Pomiędzy LPP S.A. a Metro Kooperacja Polska Spółka Komandytowa zawarta została umowa ramowa określająca podstawowe warunki współpracy.

4. Omówienie wybranych wielkości ekonomiczno – finansowych ujawnionych w rocznym sprawozdaniu finansowym, opis czynników i zdarzeń mających znaczący wpływ na działalność i wyniki emitenta w danym roku obrotowym.

Podstawowe wielkości ekonomiczno - finansowe oraz dynamikę ich zmian w stosunku do poprzedniego roku, przedstawia tabela poniżej.

wielkość	2001 rok (tys. zł)	2000 rok (tys. zł)	zmiana %
przychody netto ze sprzedaży	171 325	143 835	19,11
zysk brutto na sprzedaży	74 938	56 577	32,45
zysk na sprzedaży	16 218	15 154	7,02
zysk na działalności operacyjnej	15 762	15 859	-0,61
zysk na działalności gospodarczej	14 182	8 689	63,22
zysk netto	10 139	6 154	64,75
kapitał własny	53 696	29 157	84,16
zobowiązania:	63 514	55 188	15,09
zobowiązania długoterminowe	7 221	8 630	-19,51

zobowiązania krótkoterminowe:	56 293	46 558	20,91
kredyty bankowe	21 271	24 149	-11,92
wobec dostawców	32 684	19 507	40,32
majątek trwały	24 966	15 044	65,95
majątek obrotowy	94 063	68 645	37,03
zapasy	63 685	45 064	41,32
należności krótkoterminowe	27 433	21 410	28,13

Wzrost przychodów ze sprzedaży o ponad 19% oraz wzrost zysku brutto na sprzedaży o ponad 32% wskazuje na bardzo dobre funkcjonowanie podstawowej działalności przedsiębiorstwa. Osiągnięcie tak istotnych wzrostów przychodów ze sprzedaży umożliwił rozwój sieci Salonów. Co więcej, wzrost udziału tego kanału dystrybucji pozwolił na poprawę osiąganą, średnioroczną marżę brutto na sprzedaży z 39,3% w 2000 roku do 43,7% w 2001.

Zjawisko to obrazuje zaobserwowane uprzednio na rynkach zachodnich tendencje wzrostu znaczenia na rynku handlu odzieżą sieci salonów firmowych kierujących swą ofertę do sprecyzowanej grupy odbiorców.

Wzrost zysku na sprzedaży jedynie o 7,02% był spowodowany wzrostem kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu. Chodzi tu przede wszystkim o koszty związane z inwestycjami w rozwój sieci sklepów firmowych RESERVED, w tym głównie wydatki na zakup wyposażenia do nowych sklepów oraz zwiększone wydatki marketingowe. Wzrosły również inne koszty związane z rozwojem firmy, w tym koszty najmu powierzchni sklepowych (w 2001 roku liczba salonów wzrosła o 8), poszukiwania nowych dostawców odzieży na rynkach dalekowschodnich oraz innych usług obcych.

Wzrost kosztów ogólnego zarządu był spowodowany poniesieniem nakładów na remont i modernizację magazynu w Pruszczu Gdańskim, który spółka kupiła w październiku 2001r.

Na wynik operacyjny wpłynęło dodatkowo ujemne saldo na pozostałej działalności operacyjnej, w tym szczególnie aktualizacja wyceny zapasów zmniejszająca ich wartość o 1.592 tys. zł.

Zysk na działalności gospodarczej znacząco wzrósł (o ponad 63%) w stosunku do roku ubiegłego. Wpływ na to miało istotne zmniejszenie kosztów odsetkowych kredytów bankowych, rezygnacja z leasingu kapitałowego w finansowaniu inwestycji oraz dodatnie saldo różnic kursowych. W efekcie, w omawianym okresie Emitent zanotował poprawę marży netto z 4,28% do poziomu 5,92%.

Kapitał własny LPP S.A. wzrósł w 2001 roku o ponad 84%, co było przede wszystkim efektem emisji akcji serii G, ale również odpisowi całego zysku wypracowanego za 2000 rok na kapitał zapasowy oraz osiągnięcia dużego zysku za rok 2001.

Pomimo zaciągnięcia w październiku 2001 nowego kredytu inwestycyjnego na zakup i wyposażenie magazynu w Pruszczu Gdańskim, stan zobowiązań długoterminowych spadł o 19% na skutek zakończenia umów leasingu kapitałowego.

Wzrost zadłużenia krótkoterminowego to efekt dużego zakupu towarów, które zostały zaliczone do zapasów, a w rzeczywistości na dzień 31.12.2001 roku są dopiero w drodze do Polski. Spółka planuje w 2002 roku zwiększyć sprzedaż o ok. 18%, a ponadto coraz większy udział w sprzedaży sklepów firmowych powoduje potrzebę utrzymywania wyższych stanów magazynowych.

Znaczny (o 66%) wzrost majątku trwałego to przede wszystkim efekt dużych inwestycji, w tym szczególnie: zakupu gruntu i budynków magazynowych w Pruszczu Gdańskim oraz wzrost nakładów rzeczowych w Salonach firmowych. Istotny wpływ na wartość aktywów trwałych miał również zakup

samochodów oraz przeniesienie z rozliczeń międzyokresowych sumy kosztów związanych z emisją akcji serii G.

Majątek obrotowy wzrósł w omawianym okresie o 37% w stosunku do końca 2000 roku, co było spowodowane przede wszystkim znacznym (o 41%) wzrostem stanu zapasów oraz należności (wzrost o 28%). Przyrost majątku obrotowego jest ściśle związany z rozwojem firmy. Sytuacja rynkowa wymusza powszechne stosowanie kredytu kupieckiego, dzięki czemu w połączeniu z atrakcyjnością wyrobów, można pozyskiwać i utrzymywać wielu klientów.

Wielkość zapasów jest elementem przewagi konkurencyjnej i choć relatywnie wysoka ma właściwy stosunek do skali działania Spółki. Wyższe stany magazynowe są konieczne, ze względu na coraz większy udział w sprzedaży salonów firmowych RESERVED, których prawidłowe funkcjonowanie wymusza odpowiednio dużą ilość eksponowanych towarów. Zaletą tego kanału dystrybucji jest to, że zapasy są zamieniane bezpośrednio na gotówkę, co powoduje poprawę płynności finansowej Emitenta poprzez generowanie znaczących strumieni pieniędzy.

Wartość syntetycznych wskaźników rentowności przedstawionych w poniższej tabeli wynika wprost z opisanych wyżej przyczyn kształtujących wartość poszczególnych kategorii zysku.

Spółka osiąga coraz wyższą rentowność, pomimo szybkiego przyrostu sprzedaży, aktywów i kapitału własnego.

Przedstawione w tabeli wskaźniki, wyliczone są według następujących formuł:

- a) marża zysku brutto na sprzedaży – stosunek zysku brutto na sprzedaży do przychodów ze sprzedaży towarów i usług,
- b) marża zysku operacyjnego – stosunek zysku operacyjnego do przychodów ze sprzedaży towarów i usług,
- c) marża zysku netto – stosunek zysku netto do przychodów ze sprzedaży towarów i usług,
- d) rentowność aktywów – stosunek zysku netto do średniego stanu aktywów w ciągu roku,
- e) rentowność kapitałów własnych – stosunek zysku netto do średniego stanu kapitałów własnych w ciągu roku.

wielkość	2001 r. %	2000 r. %	Zmiana %
marża zysku brutto na sprzedaży	43,74	39,33	11,21
marża zysku operacyjnego	9,20	12,65	-27,27
marża zysku netto (ROS)	5,92	4,28	38,32
rentowność aktywów (ROA)	9,87	8,02	23,07
rentowność kapitałów własnych (ROE)	24,47	23,60	3,69

Przedstawione poniżej wskaźniki płynności i efektywności pozostały na porównywalnym z rokiem 2000 poziomie. W porównaniu z 2000 rokiem poprawiła się płynność bieżąca i szybka spółki. Istotne znaczenie ma tu fakt coraz większego udziału sprzedaży gotówkowej w przychodach ze sprzedaży ogółem.

Wskaźniki zostały wyliczone według poniższych formuł:

- a) wskaźnik płynności bieżący - stosunek majątku obrotowego do bilansowej wartości zobowiązań krótkoterminowych;

- b) wskaźnik płynności szybki - stosunek majątku obrotowego pomniejszonego o zapasy do bilansowej wartości zobowiązań krótkoterminowych;
- c) wskaźnik rotacji zapasów w dniach – stosunek średniej wysokości zapasów, do kosztów sprzedanych towarów i produktów pomnożony przez liczbę dni danego okresu;
- d) wskaźnik rotacji należności w dniach – stosunek średniej wysokości należności, do przychodów ze sprzedaży pomnożony przez liczbę dni danego okresu;
- e) wskaźnik rotacji zobowiązań handlowych w dniach – stosunek średniej wysokości zobowiązań wobec dostawców, do kosztów sprzedanych towarów i produktów pomnożony przez liczbę dni danego okresu;

wielkość	2001 r.	2000 r.	zmiana %
wskaźnik płynności bieżący	1,67	1,47	13,61
wskaźnik płynności szybki	0,54	0,51	5,88
rotacja zapasów (dni)	206	183	12,57
rotacja należności (dni)	52	53	-1,89
rotacja zobowiązań handlowych (dni)	99	90	10,00

Wskaźniki zadłużenia wskazują na coraz lepszą strukturę finansowania majątku. Znaczna przewaga kapitału własnego nad aktywami trwałymi wskazuje, że spółka ma zapewnione utrzymanie długoterminowej płynności finansowej.

Wskaźniki zostały wyliczone wg poniższych formuł:

- a) wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym – stosunek kapitału własnego do majątku trwałego
- b) wskaźnik zadłużenia ogółem – stosunek zadłużenia długo- i krótkoterminowego do sumy bilansowej
- c) wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego – stosunek zadłużenia krótkoterminowego do sumy bilansowej
- d) wskaźnik zadłużenia długoterminowego - stosunek zadłużenia długoterminowego do sumy bilansowej

wielkość	2001 r. %	2000 r. %	zmiana %
wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym	2,15	1,94	10,82
wskaźnik zadłużenia ogółem	52,94	64,49	-17,91
wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	46,92	54,40	-13,75
wskaźnik zadłużenia długoterminowego	6,02	10,08	-40,28

5. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta , zagrożeń oraz opis perspektyw rozwoju działalności emitenta co najmniej do końca trwającego roku obrotowego, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej.

Na realizację strategicznych zadań i celów Emitenta będzie miał wpływ szereg czynników wewnętrznych i zewnętrznych.

< Czynniki wewnętrzne

a) Strategia działania Spółki na rynku

LPP S.A. koncentruje swoją działalność na projektowaniu i dystrybucji odzieży zlecając wykonanie wielu działań firmom zewnętrznym. Spółka nie posiada własnych mocy produkcyjnych i nie zamierza rozwijać własnych zakładów produkcyjnych. W związku z powyższym wszystkie inwestycje Spółki kierowane są na zwiększenie potencjału handlowego, utrzymanie przewagi konkurencyjnej na rynku, tworzenie własnej sieci dystrybucji, budowanie pozytywnej opinii o LPP S.A. na rynku odzieżowym, pozyskiwanie lojalnych wobec Spółki i jej produktów konsumentów.

b) Pozycja rynkowa LPP S.A.

Działania marketingowe dotyczące marek Reserved i Henderson doprowadziły do wyraźnego wzrostu znajomości tych marek u docelowej grupy klientów. Dynamika rozwoju LPP S.A. pod względem przychodów ze sprzedaży oraz zysku osiąga bardzo duże tempo.

c) Poszerzanie i odnawianie oferty dla klientów Spółki

Wyroby wprowadzane na rynek przez LPP S.A. spełniają oczekiwania docelowych grup klientów związanych z poszczególnymi kanałami dystrybucji. Obserwując zmieniające się preferencje klientów, LPP S.A. wprowadza co roku nowe grupy wyrobów starając się uprzedzać potrzeby rynku. W pewnym stopniu, szczególnie w przypadku Salonów firmowych i odzieży Reserved LPP S.A. stara się kreować własny styl, opierając się oczywiście na światowych tendencjach w tym zakresie.

< Czynniki zewnętrzne

a) Zmiany i wzrost detalicznego rynku odzieżowego w Polsce

W odpowiedzi na zmiany zachodzące na detalicznym rynku odzieżowym LPP S.A. konsekwentnie realizuje plan budowy dużej sieci Salonów firmowych sprzedających odzież o znanej szeroko marce.

b) Relatywnie niskie koszty wejścia na rynek odzieżowy

Relatywnie niskie bariery wejścia na rynek odzieżowy mogą powodować wzrost konkurencji. Spowoduje to konieczność wzmocnienia wysiłków LPP S.A. w celu utrzymania pozycji rynkowej i zapewnienia dalszej ekspansji na rynku, a w szczególności uruchomienie znacznej ilości Salonów firmowych. Wejście na Polski rynek handlu odzieżą dużych konkurentów zachodnich nastąpi prawdopodobnie po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej.

c) Wejście Polski do Unii Europejskiej

Wejście Polski do Unii Europejskiej może spowodować ograniczenia o charakterze administracyjnym np. konieczność nabywania kwot importowych przy imporcie odzieży produkowanej w Chinach do Unii

Europejskiej, a także wzrost zainteresowania naszym rynkiem wśród zachodnich firm zajmujących się handlem odzieżą.

d) Poziom kursów walut

Bieżące obserwacje kursu USD (waluta, w której następują rozliczenia z dostawcami oraz odbiorcami eksportowymi) i czynników mogących mieć wpływ na poziom tego kursu wywołują obawy związane z możliwością wzrostu cen kupowanych towarów. Rozsądne przewidywania co do ceny USD w 2002 roku oparte na opiniach poważnych instytucji finansowych dają podstawy do stwierdzenia, że nie spowoduje to istotnych utrudnień dla działalności LPP S.A.

Specyfika działalności firmy pozwala na częściowe przeniesienie wzrostu kursu USD na nabywców końcowych w związku z kalkulacją ceny sprzedaży danego produktu na chwilę przed wprowadzeniem go na rynek. Przedstawiona 28 lutego 2002 roku prognoza wyników Spółki na 2002 rok sporządzona została przy założeniu m.in. średniorocznego kursu USD na poziomie 4,25 zł. Istotna dewaluacja złotówki w stosunku do USD może spowodować zagrożenie w realizacji przedstawionej prognozy zysku. Spółka monitorując zmiany na rynku walutowym, rozważa możliwość wykorzystania instrumentów zabezpieczających przed ryzykiem kursowym.

e) Ogólna sytuacja gospodarcza w kraju. Poziom wydatków na dobra konsumpcyjne, w tym odzież.

Doświadczenia roku 2001 roku wskazują na to, że pomimo złej sytuacji rynkowej, udało się LPP S.A. zwiększyć przychody ze sprzedaży w sposób znaczący. Ponieważ plany rozwoju firmy w roku 2002 i w latach następnych oparte są na założeniu rozbudowy sieci Salonów Reserved, a w tym kanale dystrybucji osiągnąć największe przyrosty sprzedaży, brak wzrostu wydatków na odzież w kraju nie spowoduje zagrożenia dla działalności LPP S.A.

< Perspektywy rozwoju działalności gospodarczej Emitenta

Według najnowszych badań detaliczny rynek odzieżowy w Polsce szacowany jest na 3,5-4 mld USD. W 2005 roku wartość sprzedaży ma wynieść 4-4,5 mld USD. W ujęciu nominalnym wzrost rynku jest bardzo niewielki, jednak obserwowane są istotne zjawiska, jeśli chodzi o pozycję różnych podmiotów na tym rynku. Mianowicie, spodziewana jest stabilizacja sprzedaży odzieży poprzez duże sieci hipermarketów i supermarketów, znacząco zmniejszy się udział sprzedaży poprzez pojedyncze sklepy odzieżowe na rzecz wyspecjalizowanych sieci sklepów odzieżowych.

W 2001 roku LPP S.A. zakłada ekspansję w najdynamiczniej rozwijającym się segmencie rynku odzieżowego. Można uznać, że perspektywy rozwoju Spółki są dobre i nie ma obecnie zagrożeń, które w istotny sposób wpłynęłyby na wyniki działalności LPP S.A. Dotychczasowe dokonania LPP S.A. w zakresie budowy sieci Salonów Reserved dają podstawę aby stwierdzić, że przyjęte na 2002 rok założenia, czyli uruchomienie 17 nowych placówek o łącznej powierzchni około 9.000 m kw., będą zrealizowane. Dodatkowo w 2002 roku Emitent planuje uruchomienie pierwszych salonów w głównych miastach krajów Europy Środkowej i Wschodniej – pierwszy z nich powstał w lutym 2002 roku w Tallinie. Koncepcja budowy salonów w obrębie Europy Środkowo-Wschodniej wynika z obranej strategii, zakładającej zbudowanie silnej marki w omawianym regionie Europy.

Prognozy dotyczące 2002 roku zakładają:

- a) osiągnięcie przychodów ze sprzedaży na poziomie 200 mln zł,
- b) osiągnięcie zysku netto na poziomie 15 mln zł,

i zostały sporządzone przy założeniach: średnioroczny kurs USD – 4,25 zł, inflacja na poziomie 4,5%, stopa WIBOR – 10,7%, nakłady inwestycyjne – 12 mln zł, z czego około 10 mln zł na dalszy rozwój salonów firmowych.

6. Wykorzystanie wpływów z emisji.

Wpływy z emisji przeprowadzonej na początku 2001 roku wyniosły netto 13.269.827,58 zł. Wpływy te miały być wykorzystane na budowę sieci Salonów firmowych wraz z finansowaniem zakupu towarów handlowych, oraz nakłady związane z informatyką.

Zgodnie z planami, środki te zostały wydatkowane na rozwój sieci Salonów firmowych, i tak w 2001 roku LPP S.A. przeznaczyła:

- a) na prace budowlane i wyposażenie Salonów kwotą łączną ponad 7.950 tys. zł,
- b) finansowanie wzrostu wartości stanów magazynowych kolekcji Reserved w 2001 roku (wzrost o 9.472 tys. zł)
- c) oraz na zakup sprzętu komputerowego i oprogramowania - ponad 850 tys. zł.

7. Umowy znaczące dla działalności emitenta. Informacje o umowach znaczących dla działalności gospodarczej emitenta, w tym znanych emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami) oraz umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

W 2001 roku Spółka zawarła następujące istotne umowy:

- Umowa zakupu nieruchomości składającej się z obiektów magazynowych o powierzchni około 11.000 m kw. wraz z zapleczem socjalnym, zawarta 10 października.2001 roku z firmą Marcam Kögel Spółka Akcyjna Fabryka Pojazdów, jako sprzedającym. Cena nabycia nieruchomości – 3 mln zł.
- Umowa o kredyt inwestycyjny na zakup, modernizację i wyposażenie nieruchomości magazynowej w Pruszczu Gdańskim, zawarta 8 października 2001 roku z BIG Bankiem Gdańskim S.A. Kwota kredytu – 4,16 mln zł. Termin spłaty kredytu – 30 września 2005 roku.
- Umowa ubezpieczenia z dnia 17 października 2001 roku wraz z dodatkami, zawarta z AIG Polska Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. w Warszawie. Polisa obejmuje ubezpieczenie całego majątku LPP S.A., w tym sklepów firmowych.
- Umowy zakupu przez LPP S.A. 100% udziałów w dziesięciu spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością zawarte 27 września 2001 roku z Panią Magdaleną Grzonek, właścicielką udziałów. W wyniku tej transakcji powstała grupa kapitałowa, w której LPP S.A. jest podmiotem dominującym. Spółki zależne zajmują się podnajmowaniem LPP S.A. powierzchni sklepowej w centrach handlowych.
- Umowa o udzielanie gwarancji ubezpieczeniowych w ramach określonego limitu gwarancyjnego zawarta z TUiR „Warta” S.A. 26 lutego 2001 roku. Limit gwarancji został określony na 10 mln zł.
- W 2001 roku Spółka zawarła 12 nowych umów najmu z dystrybutorami powierzchni w centrach handlowych, co prowadzi do zwiększenia powierzchni handlowej sklepów RESERVED o ok. 5400 mkw. Siedem spośród dwunastu nowych lokalizacji, zaczęło sprzedaj jeszcze w 2001 roku.

Ponadto znaczące dla działalności LPP S.A. były umowy zawarte lub przedłużane w roku 2001 lub wcześniej, a w szczególności

- Umowy współpracy i kooperacji z największymi odbiorcami, w tym:
 - Metro Kooperacja Polska Spółka Komandytowa
 - Jeronimo Martins Dystrybucja Sp. z o.o.
 - Auchan Polska Sp. z o.o.
 - HIT Centrala Polska Sp. z o.o.

- Umowy, na podstawie których podmioty zewnętrzne świadczą na rzecz LPP S.A usługi w zakresie m.in.: pośrednictwa handlowego, obsługi towarowej w magazynach, doradztwa prawnego, marketingu, prowadzenia dokumentacji importowo-eksportowej.

Spółce nie są znane istotne dla jej działalności umowy zawarte pomiędzy Akcjonariuszami.

8. Informacje o zmianach w powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości), w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą kapitałową oraz opis metod ich finansowania.

W 2001r. miały miejsce istotne zmiany w powiązaniach kapitałowych LPP S.A. 26 września 2001r. Spółka nabyła po 100% udziałów w dziesięciu spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością. Szczegóły dotyczące transakcji zakupu udziałów zostały podane do wiadomości w raporcie bieżącym nr 63/2001 z 27.09.2001r.

W wyniku zakupu 100% udziałów w spółkach, stały się one jednostkami zależnymi od LPP S.A., w rozumieniu art. 3 ust.1 pkt 4 Ustawy z dnia 29 września 1994r. o rachunkowości i wraz z LPP S.A. stanowią grupę kapitałową, w której LPP S.A. jest jednostką dominującą.

W 2001r. Spółka rozpoczęła inwestycję, związaną z zakupem w październiku 2001r. nieruchomości w Pruszczu Gdańskim, obejmującej grunt i budynki magazynowe. LPP S.A. planuje powstanie w Pruszczu Gdańskim centrum magazynowo- logistycznego. Część pomieszczeń będzie wykorzystana na składy celne, część zaś na magazyny krajowe. Magazyny zostaną całkowicie oddane do użytkowania na przełomie I i II kwartału 2002 roku.

Zakup nieruchomości oraz jej remont i modernizacja są finansowane częściowo ze środków własnych (ok. 30%), a częściowo z kredytu inwestycyjnego zaciągniętego w BIG Banku Gdańskim S.A. w kwocie 4.160.000 PLN.

9. Opis transakcji z podmiotami powiązanimi, jeżeli jednorazowa lub łączna wartość transakcji zawartych przez dany podmiot powiązany w okresie 12 miesięcy stanowi wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500.000 EURO.

W dniu 13.12.2001r. spółka zawarła umowę z podmiotem zależnym - PL&GM Sp. z o.o., której wartość przekracza równowartość w złotych kwoty 500.000 euro. Umowa dotyczy podnajmu przez LPP S.A. lokalu handlowego od spółki PL&GM, która jest najemcą lokalu handlowego mieszczącego się w Centrum Handlowym Kraków Plaza w Krakowie. Łączna wartość umowy - 1,3 mln euro.

Umowa ma charakter typowej i rutynowej transakcji, zawartej na warunkach rynkowych w ramach grupy kapitałowej.

10. Informacje o zaciągniętych kredytach, pożyczkach, otrzymanych poręczeniach i gwarancjach.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na 31.12.2001r. oraz o terminach ich wymagalności przedstawia nota nr 18.C do sprawozdania finansowego (SA-R 2001).

W 2001 r. Spółka korzystała z gwarancji bankowych na zabezpieczenie zapłaty czynszu z tytułu najmu powierzchni pod sklepy firmowe.

Łączna wartość wystawionych gwarancji wyniosła na dzień 31.12.2001r. - 2.419.164,05 zł.

W minionym roku Spółka nie zaciągała pożyczek i nie otrzymywała poręczeń.

11. Informacje o udzielonych pożyczkach, z uwzględnieniem terminów wymagalności oraz o udzielonych poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek, poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom grupy kapitałowej emitenta.

W minionym roku Spółka udzieliła następujących pożyczek:

1. Pożyczka udzielona 23.01.2001r. spółce Reserved Sp. z o.o. Kwota pożyczki: 30.000 PLN. Termin spłaty 30.06.2002r.

Pożyczki udzielone osobom fizycznym.

2. Pożyczka udzielona 30.08.2001r. Pani Edycie Likszy.
Kwota pożyczki: 21.000 PLN. Termin spłaty: 01.10.2006r.
3. Pożyczka udzielona 30.08.2001r. Panu Maciejowi Kaźmierczakowi.
Kwota pożyczki: 21.000 PLN. Termin spłaty: 01.10.2006r.
4. Pożyczka udzielona 30.08.2001r. Pani Bogusławie Filipczak.
Kwota pożyczki: 21.000 PLN. Termin spłaty: 01.10.2006r.
5. Pożyczka udzielona 30.08.2001r. Panu Andrzejowi Włodkowi.
Kwota pożyczki: 21.000 PLN. Termin spłaty: 01.10.2006r.
6. Pożyczka udzielona 30.08.2001r. Pani Agnieszce Pietrzak.
Kwota pożyczki: 21.000 PLN. Termin spłaty: 01.10.2006r.
7. Pożyczka udzielona 30.08.2001r. Panu Robertowi Purchała.
Kwota pożyczki: 22.000 PLN. Termin spłaty: 01.10.2006r.
8. Pożyczka udzielona 30.08.2001r. Panu Arkadiuszowi Przyłuckiemu.
Kwota pożyczki: 22.000 PLN. Termin spłaty: 01.10.2006r.

W okresie sprawozdawczym spółka udzieliła trzech poręczeń wekslowych dla Cargosped Składy Celne Sp. z o.o., z tytułu zabezpieczenia należności STU Ergo Hestia S.A. Każdorazowa wartość poręczenia wynosiła 2 mln zł. i dotyczyła gwarancji zapłaty długu celnego wykorzystywanej przez Cargosped Składy Celne Sp. z o.o. w związku z magazynowaniem towarów na rzecz LPP S.A. Wartość zobowiązania pozabilansowego z tyt. udzielonych poręczeń na dzień 31.12.2001r. wynosiła 4 mln zł.

W 2001 roku na zlecenie Spółki bank udzielił gwarancji zapłaty czynszu z tytułu umów najmu lokali wykorzystywanych na Salony Reserved zawartych przez spółki zależne, na kwotę 795.704,98 zł. (na 31 grudnia 2001 roku)

12. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok, jeżeli przynajmniej jedna z pozycji składających się na wynik finansowy różni się w znacznym stopniu w stosunku do pozycji opublikowanej w ostatniej prognozie przekazanej przez emitenta.

Spółka nie publikowała prognozy wyników za 2001 rok.

13. Ocena zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, ze wskazaniem ewentualnych zagrożeń oraz działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.

Suma zasobów finansowych jaką dysponuje Spółka pozwala na regulowanie zobowiązań w sposób płynny. Ze względu na sezonowość sprzedaży, a co za tym idzie również przychodów, występują okresy wymagające dużego wysiłku organizacyjnego ze strony Spółki dla zapewnienia płynności. Spółka korzysta z usługi faktoringu, którą objęta jest grupa znaczących odbiorców hurtowych, a także prowadzi działania windykacyjne wobec odbiorców nieterminowo regulujących swoje zobowiązania wobec Spółki. Tymi działaniami zajmuje się wydzielony dział windykacji należności.

Szybki rozwój salonów firmowych, w których sprzedaż odbywa się wyłącznie za gotówkę, w znaczącym stopniu poprawia płynność bieżącą Emitenta, generując pokaźne strumienie pieniężne.

14. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania tej działalności.

Podstawowe zamierzenia inwestycyjne dotyczą dalszej rozbudowy sieci Salonów Reserved. Łączne nakłady inwestycyjne mają w 2002 roku wynieść łącznie około 12 mln zł., z czego około 10 mln zł pochłonie budowa nowych salonów. Środki na realizację tych zamierzeń będą pochodziły z wpływów własnych i kredytów bankowych. Biorąc pod uwagę dzisiejszą sytuację nie powinny wystąpić żadne utrudnienia w realizacji tych zamierzeń.

15. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik.

W ocenie Zarządu w roku 2001 nie wystąpiły żadne nietypowe zdarzenia mające wpływ na osiągnięty wynik.

16. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem emitenta i jego grupą kapitałową.

W 2001 roku nie nastąpiły żadne istotne zmiany w zasadach zarządzania Spółką.

17. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących emitenta w ciągu ostatniego roku obrotowego.

Uchwałą z dnia 2 stycznia 2001 roku rada Nadzorcza LPP S.A. przyjęła rezygnację Pana Marcina Szuleckiego i odwołała go z funkcji członka zarządu.

29 czerwca 2001 roku Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy LPP S.A. podjęło uchwałę o odwołaniu z funkcji członka Rady Nadzorczej Pana Krzysztofa Podniesińskiego i powołaniu na jego miejsce Pana Bogdana Małachwieja.

18. Łączna wartość wynagrodzeń i nagród (w pieniądzu i w naturze), wypłaconych lub należnych, odrębnie dla osób zarządzających i nadzorujących, za ostatni zakończony rok obrotowy, bez względu na to czy były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku, a w przypadku gdy emitentem jest jednostka dominująca - informacje o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek zależnych i stowarzyszonych.

Łączna wartość wynagrodzeń brutto Członków Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki w 2001 roku wyniosła:

Zarząd	477,95 tys. zł
Rada Nadzorcza	124,56 tys. zł

Łączna wartość wynagrodzeń i nagród wypłacona osobie zarządzającej za 2001 rok z tytułu pełnienia funkcji w zarządzie spółki zależnej wyniosła 760 zł.

19. Wartość wszystkich nie spłaconych zaliczek, kredytów, pożyczek, gwarancji, poręczeń lub innych umów zobowiązujących do świadczeń na rzecz emitenta lub jednostek od niego zależnych, udzielonych przez emitenta lub jednostki zależne osobom zarządzającym i nadzorującym, ich współmałżonkom, krewnym i innym osobom, z którymi są one osobiście powiązane.

W 2001r. Spółka nie udzieliła pożyczek, gwarancji ani poręczeń osobom zarządzającym i nadzorującym, ich współmałżonkom, krewnym i innym osobom, z którymi są one osobiście powiązane.

20. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów) emitenta oraz akcji i udziałów w jednostkach grupy kapitałowej emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Wg stanu na 31.12.2001 r. w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących były następujące ilości akcji Spółki:

Lp.	Funkcja w organach Spółki	Łączna liczba akcji	Wartość nominalna w zł.
1.	Prezes Rady Nadzorczej	277 150	554 300
2.	Prezes Zarządu	278 250	556 500
3.	Wiceprezes Zarządu	3 200	6 400
4.	Wiceprezes Zarządu	3 200	6 400
5.	Wiceprezes Zarządu	2 100	6 400
6.	Członek Rady Nadzorczej	1 050	2 100
7.	Członek Rady Nadzorczej	1 050	2 100
8.	Członek Rady Nadzorczej	700	1 400

21. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio poprzez podmioty zależne co najmniej 5 % w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu emitenta.

Wg stanu na 31.12.2001 r. akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na WZA byli:

Lp.	Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym w %	Liczba głosów na WZA	Udział w głosach na WZA w %
1.	Marek Piechocki	278 250	18,38	978 250	33,58
2.	Jerzy Lubianiec	277 150	18,31	977 150	33,54
3.	Grangefont Ltd	550 000	36,34	550 000	18,88

22. Informacje o znanych emitentowi umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

Zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy mogą nastąpić w wykonaniu umowy o usługowe nabycie 56.700 akcji serii F zawartej z Centrum Operacji Kapitałowych Banku Handlowego w Warszawie S.A. w dniu 21 września 2000 roku.

W kolejnych latach realizacji programu opcji menedżerskiej Rada Nadzorcza Spółki określi liczbę udostępnionych w danym roku akcji oraz wskaże osoby uprawnione do ich nabycia.

Program opcji menedżerskiej będzie kontynuowany do końca 2004 roku.

Marek Piechocki

Prezes Zarządu

Alicja Milińska

Stanisław Dreliszak

Dariusz Pachla

Wiceprezes Zarządu

Wiceprezes Zarządu

Wiceprezes Zarządu