

## KOMENTARZ ZARZĄDU

Przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu 2001 roku wzrosły o 16.6% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Na osiągnięty wzrost całkowitych przychodów ze sprzedaży szczególny wpływ miał wzrost sprzedaży osiągnięty we własnych salonach firmowych oferujących odzież pod marką Reserved.

Całkowita powierzchnia salonów sprzedaży na koniec okresu sprawozdawczego wyniosła około 4,5 tys.m2, w porównaniu do około 1,7 tys. m2 na koniec pierwszego półrocza 2000 oraz 4,0 tys. m2 na koniec 2000 roku. Na koniec okresu sprawozdawczego Spółka posiadała 19 sklepów zlokalizowanych w największych miastach Polski.

W ciągu okresu sprawozdawczego otwarte zostały następujące salony:

1. w Toruniu o pow. 369 m2
2. w Poznaniu o pow. 193m2
3. w Gdyni o pow. 206 m2

Jeden salon został zamknięty.

W okresie sprawozdawczym, struktura sprzedaży według kanałów dystrybucji, była następująca:

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 1. Hipermarkety              | 26% |
| 2. Salony firmowe „Reserved” | 19% |
| 3. Sklepy detaliczne         | 18% |
| 4. Hurt                      | 17% |
| 5. Eksport                   | 11% |
| 6. Odzież promocyjna         | 9%  |

Spowolnienie gospodarki odbiło się negatywnie na sprzedaży odzieży promocyjnej z uwagi na ograniczanie budżetów korporacji działających w Polsce.

### Osiągnięte marże

Marża brutto na sprzedaży towarów i materiałów wzrosła w okresie sprawozdawczym do 41.3% w porównaniu do 38.8% w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wzrost marży był rezultatem wzrostu udziału salonów firmowych w całości sprzedaży oraz umocnienia się złotego.

Marże EBITDA oraz operacyjna w okresie sprawozdawczym utrzymały się na podobnym poziomie w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego. Wpływ na poziom marż EBITDA i operacyjnej miały zwiększone koszty sprzedaży, wynikające ze wsparcia marketingowego i promocyjnego otwieranych salonów firmowych.

Środki pozyskane z publicznej emisji akcji pozwoliły na obniżenie poziomu długu odsetkowego co doprowadziło do znaczącej poprawy marż przed opodatkowaniem oraz netto. Zadłużenie odsetkowe wyniosło na dzień sprawozdawczy 28,0 mln zł., wobec 34,2 mln zł na koniec 2000 roku

|                     |             |             |
|---------------------|-------------|-------------|
| <b>Marża (%)</b>    | <b>1H01</b> | <b>1H00</b> |
| Brutto na sprzedaży | 41.3        | 38.8        |
| EBITDA              | 12.7        | 12.4        |

|                      |      |      |
|----------------------|------|------|
| Operacyjna           | 11.2 | 11.3 |
| Przed opodatkowaniem | 10.9 | 4.8  |
| Po opodatkowaniu     | 8.0  | 2.6  |

Na wyniki osiągnięte przez LPP S.A. bezpośredni wpływ mają relacje PLN/USD, co wynika z faktu, iż niemal całość produkcji jest importowana z Chin. W dłuższym okresie możliwe jest przeniesienie zmian kursów walutowych na klientów, jednakże w krótkim okresie istnieje ryzyko negatywnego wpływu na osiągnięte marże. Z uwagi na dotychczasową współpracę z dostawcami z Chin, istnieje możliwość takiego regulowania płatności, aby uniknąć wpływu krótkoterminowych wahań kursu. Dodatkowym zabezpieczeniem jest rosnący udział eksportu, rozlicznego w USD. Wpływy z tytułu eksportu wyniosły 6,6 mln zł, a wydatki z tytułu importu towarów wyniosły 38,5 mln zł w okresie sprawozdawczym.

#### Kapitał obrotowy

Poziom zapasów wzrósł w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego o 2.7%, natomiast poziom należności krótkoterminowych wzrósł o 4.4%. Wzrost wartości zapasów i należności krótkoterminowych był znacząco niższy, niż wzrost przychodów ze sprzedaży. Rosnący udział sprzedaży poprzez salony firmowe będzie prowadził do skrócenia okresu spłaty należności (sprzedaż za gotówkę) oraz wzrostu poziomu zapasów. Zobowiązania z tytułu dostaw spadły w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego o 30%

#### Inwestycje

Wydatki inwestycyjne wyniosły 2,9 mln zł i obejmowały nakłady poniesione w nowych salonach 1.2 mln zł, zakup komputerów i innych urządzeń 0,3 mln zł., zakup oprogramowania i licencji 0,5 mln zł koszty podwyższenia kapitału 0,9 mln zł. Na poczet zakupu obiektów magazynowych wpłacono kwotę 0,6 mln zł.

W drugim półroczu 2001 roku Zarząd planuje kontynuację ekspansji w zakresie sprzedaży poprzez salony firmowe. Planowane jest otwarcie 7 sklepów o łącznej powierzchni 3,1 tys m<sup>2</sup>. Na koniec 2001 roku LPP S.A. będzie zarządzało siecią 26 sklepów o łącznej powierzchni sprzedaży około 7,5 tys m<sup>2</sup>.

Rozwój sieci salonów firmowych będzie wsparty inwestycjami w markę Reserved, na co zostanie przeznaczony budżet w wysokości 1,1 mln zł.

W drugim półroczu 2001 roku prowadzone będą prace adaptacyjne w centrum logistycznym o powierzchni 11 tys. m<sup>2</sup> zlokalizowanym w Pruszczu Gdańskim. Nowe centrum uruchomione zostanie w I kwartale 2002 roku. Pozwoli to na skoncentrowanie działalności logistycznej co będzie miało wpływ na dalszy wzrost jakości obsługi klientów oraz obniżkę kosztów bieżącej działalności.