

LPP S.A.

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI EMITENTA W 2002 ROKU**

1. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów, towarów i usług (jeżeli są istotne) albo ich grup w sprzedaży emitenta 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.

Odzież jest jedynym towarem, jakim zajmuje się Spółka. Każdy z wyrobów wprowadzany jest do obrotu pod jednym z poniżej przedstawionych znaków towarowych:

- Reserved,
- Ross,
- Promo Stars,
- Henderson,
- Le Fort,
- Runner,
- Geffer,
- Cropp
- T-Line

Wszystkie znaki są zarejestrowane i Spółka ma do nich wyłączne prawo.

Projekty odzieży sporządzone w biurze projektowym mieszczącym się w siedzibie Spółki w Gdańsku są następnie przekazywane do działu zakupów, który zleca produkcję poszczególnych wyrobów nawiązując w tym celu współpracę z zakładami w Polsce i poza granicami. Lokowanie produkcji w Chinach przebiega za pośrednictwem biura handlowego Spółki znajdującego się w Szanghaju. Wyroby sprzedawane przez Spółkę mieszczą się w kategorii ubrań o charakterze młodzieżowym. Są to zarówno okrycia wierzchnie (kurtki, płaszcze), swetry, bluzy, spodnie, sukienki, bluzki, koszule, jak i bielizna, a także dodatki uzupełniające – czapki, szale, rękawiczki itp

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	2002		2001		Zmiana
	tys. zł	udział w sprzedaży%	tys. zł	udział w sprzedaży%	%
Sprzedaż towarów handlowych	259 327	99,12	169 258	98,79	53,21
Sprzedaż usług	2 307	0,88	2 067	1,21	11,12
Razem	261 634	100,00	171 325	100,00	52,71

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. Spółka prowadzi ewidencje przychodów osiąganych w poszczególnych kanałach dystrybucji, które często pokrywają się z konkretnymi markami odzieży. Łącznie w 2002 roku sprzedano około 13 milionów sztuk odzieży ze wszystkich asortymentów.

2. 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 udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu oraz jego formalne powiązania z emitentem.

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

Ok. 9 % sprzedaży Spółki kierowane jest na rynki zagraniczne. Główni odbiorcy eksportowi Spółki to firmy z Rosji, Ukrainy, Słowacji, Czech, 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 2002 r. w podziale na krajowe i zagraniczne rynki zbytu w porównaniu do roku ubiegłego przedstawia poniższa tabela:

Kierunek sprzedaży	2002		2001		zmiana
	tys. zł	udział w sprzedaży %	tys. zł	udział w sprzedaży %	%
Sprzedaż krajowa	236 287	91,12	151 563	89,55	55,90
Sprzedaż eksportowa	23 040	8,88	17 695	10,45	30,21
Razem	259 327	100,00	169 258	100,00	53,21

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

Kraj	2002		2001	
	wartość eksportu w tys. zł	udział w eksporcie w %	wartość eksportu w tys. zł	udział w eksporcie w %
Czechy	2374	10,30	981	5,54
Rosja	10096	43,82	7050	39,84
Słowacja	2000	8,68	1799	10,17
Węgry	555	2,41	922	5,21
Ukraina	1590	6,90	2366	13,37
Litwa	1269	5,51	1411	7,97
Estonia	2194	9,52	1365	7,71
Łotwa	2109	9,15	910	5,14
Słowenia	98	0,43	198	1,12
Jugosławia	19	0,08	0	0
Chorwacja	680	2,95	535	3,02
Białoruś	56	0,24	58	0,33
Razem	23040	100	17695	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 %	%
Salony Reserved	128 100	49,40	47 238	27,91	171,18
Odzież promocyjna	14 565	5,62	12 962	7,67	12,37
Hurtownie	14 435	5,57	16 395	9,69	-11,95
Filie	10 692	4,12	9 862	5,83	8,42
Hipermarkety	45 309	17,47	38 491	22,73	17,71
Eksport	23 040	8,88	17 695	10,45	30,21
Sprzedaż bezpośrednia do sklepów (akwizycyjna)	23 186	8,94	26 100	15,42	-11,16
Pozostałe	-	-	515	0,30	—
Razem	259 327	100,00	169 258	100,00	53,21

Podstawowym kanałem dystrybucji, który zapewnia Spółce możliwość rozwoju jest budowana sieć Salonów Reserved.

Uzależnienie Emitenta od dostawców

Spółka nie jest uzależniona od żadnego z dostawców.

Firmy produkcyjne - podwykonawcy LPP S.A. przeważnie mają swoje siedziby w Chinach. Zakupy dokonane w tym kraju stanowiły 86% wszystkich zakupów. Poza tym Spółka zakupiła towary u polskich producentów (ok. 10%), w Turcji (ok. 3%) oraz w Indiach (ok. 1%). Wartość zakupów dokonanych u żadnego z dostawców nie przekroczyła wielkości 10% sprzedaży.

Spółka zawarła umowy ramowe, które określają ogólne warunki współpracy. Konkretny wyrobę 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 2002 roku odbiorca ten miał udział w wysokości 10,6% 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.

3. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno – finansowych, ujawnionych w rocznym sprawozdaniu finansowym, w szczególności opis czynników i zdarzeń, w tym nietypowych, mających znaczący wpływ na działalność emitenta i osiągnięte przez niego zyski lub poniesione straty w roku obrotowym.

Podstawowym czynnikiem mającym wpływ na działalność emitenta ma przyjęty i sukcesywnie doskonalony model biznesowy, którego istotą jest ściśle dopasowanie produktów do potrzeb klientów, a także częściowo stymulowanie potrzeb klientów poprzez stworzenie rozpoznawalnej marki. Szczegółowe omówienie czynników zewnętrznych i wewnętrznych zamieszczono w punkcie 14.

Najważniejsze dokonania spółki w 2002 roku.

- 1) Osiągnięcie przychodów ze sprzedaży na poziomie 261,6 mln zł (wyższe o 53% niż w roku 2001),
- 2) Wypracowanie zysku netto w wysokości ponad 18,6 mln zł (większy o 61% od osiągniętego w roku poprzednim),
- 3) Osiągnięcie wskaźnika zwrotu z kapitałów własnych na poziomie 28,3%
- 4) Wzrost przychodów ze sprzedaży kolekcji Reserved o ponad 170 % do poziomu 128 mln zł, co stanowi potwierdzenie przyjęcia właściwej strategii polegającej na budowie sieci Salonów firmowych,
- 5) Zwiększenie łącznej powierzchni Salonów firmowych do poziomu ponad 17 tys. m kw. w kraju i 3,8 tys m kw. poza granicami,
- 6) Zakończenie prac przy organizacji centrum logistycznego w Pruszczu Gdańskim,
- 7) Zakończenie procesu doboru i podpisanie stosownych umów dotyczących zakupu i implementacji specjalistycznego oprogramowania wspomagającego organizację procesów sprzedaży detalicznej.

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

wielkość	2002 rok (tys. zł)	2001 rok (tys. zł)	zmiana %
przychody netto ze sprzedaży	261 634	171 325	52,71
zysk brutto na sprzedaży	120 485	74 938	60,78
zysk na sprzedaży	29 408	16 366	79,69
zysk na działalności operacyjnej	28 636	15 922	79,85
zysk na działalności gospodarczej	25 003	14 540	71,96
zysk netto	18 556	11 172	66,09
kapitał własny	74 694	56 276	32,73
zobowiązania:	92 127	65 340	41,00
zobowiązania długoterminowe	7 344	7 221	1,70

zobowiązania krótkoterminowe:	87 744	56 293	55,87
kredyty bankowe	38 911	21 271	82,93
wobec dostawców	40 133	32 606	23,08
majątek trwały	48 020	26 373	82,08
majątek obrotowy	118 801	95 244	24,73
zapasy	76 603	63 685	20,28
należności krótkoterminowe	34 304	26 882	27,61

Wzrost przychodów ze sprzedaży o 53% oraz wzrost zysku brutto na sprzedaży o 61% 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 osiąganej, średniorocznej marży brutto na sprzedaży z 43,7% w 2001 roku do 46,05% w 2002 roku.

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 prawie o 80% to efekt samego wzrostu sprzedaży jak i jej efektywności, której miarą jest m. in. marża, a w przypadku Salonów przychody pozyskiwane z jednostki powierzchni handlowej. Wzrost ten jest znaczący pomimo wzrostu kosztów sprzedaży o 66% spowodowanego tym, że podstawowy obecnie kanał dystrybucji – Salony, charakteryzuje się większymi niż pozostałe kanały kosztami operacyjnymi, szczególnie w fazie intensywnego rozwoju.

Na wynik operacyjny wpłynęło dodatkowo ujemne saldo na pozostałej działalności operacyjnej w wysokości 772 tys. zł. Podstawowe wielkości występujące po stronie pozostałych kosztów operacyjnych to aktualizacja wyceny należności i towarów, zaś po stronie pozostałych przychodów operacyjnych – zwrot podatku VAT oraz zmniejszenie aktualizacji wyceny towarów i należności.

Zysk na działalności gospodarczej wzrósł o 72% w stosunku do roku ubiegłego. Dodatkowy wpływ na tą wartość miało saldo przychodów i kosztów finansowych, które w znacznej mierze zależne było od kosztów odsetek od kredytów bankowych i niekorzystnego salda różnic kursowych.

W efekcie, w omawianym okresie Emitent zanotował poprawę marży netto z 6,52% do poziomu 7,09%.

Kapitał własny LPP S.A. wzrósł w 2002 roku o ponad 32%, co było związane przeniesieniem wypracowanego zysku w całości na kapitał.

Stan zobowiązań długoterminowych pozostaje na niezmiennym poziomie.

Wzrost zadłużenia krótkoterminowego wynika ze wzrostu ilości zakupionych towarów oraz wzrostu zadłużenia w bankach. Wzrost wartości towarów związany jest z planowanym na 2003 wzrostem sprzedaży o ok. 49%. Podobnie jak w latach poprzednich, istotne ilości towarów, które zostały zaliczone do zapasów, w rzeczywistości na dzień 31.12.2002 roku są dopiero w drodze do Polski. Zwiększenie zadłużenia w postaci kredytów bankowych związane było z intensywnymi inwestycjami w sieć Salonów.

Znaczny (o 82%) wzrost majątku trwałego to przede wszystkim efekt dużych inwestycji, głównie w postaci nakładów rzeczowych w Salonach firmowych.

Majątek obrotowy wzrósł w omawianym okresie o 25% w stosunku do końca 2001 roku, co było spowodowane przede wszystkim wzrostem stanu zapasów oraz należności. Przyrost majątku obrotowego jest ściśle związany z rozwojem firmy, aczkolwiek istotnym jest fakt, że rotacja zapasów i należności poprawia się.

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 pieniężnych.

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	2002 r. %	2001 r. %	Zmiana %
marża zysku brutto na sprzedaży	46,05	43,74	5,28
marża zysku operacyjnego	10,95	9,29	17,87
marża zysku netto (ROS)	7,09	6,52	8,74
rentowność aktywów (ROA)	12,87	10,78	19,39
rentowność kapitałów własnych (ROE)	28,34	26,15	8,37

Przedstawione poniżej wskaźniki płynności pogorszyły się w stosunku do poprzedniego roku przede wszystkim w związku ze wzrostem krótkoterminowego zadłużenia odsetkowego, którym Spółka finansuje swój rozwój. W porównaniu z 2002 rokiem poprawiły się rotacje zapasów, należności i zobowiązań.

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	2002 r.	2001 r.	zmiana %
wskaźnik płynności bieżący	1,44	1,69	-14,79
wskaźnik płynności szybki	0,51	0,56	-8,93
rotacja zapasów (dni)	181	206	-12,14
rotacja należności (dni)	43	52	-17,31
rotacja zobowiązań handlowych (dni)	94	99	-5,05

Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym uległ pogorszeniu ze względu na zjawiska opisane wyżej (intensywny proces inwestycyjny przy wykorzystaniu kredytów). Pozostałe wskaźniki osiągają wartości zbliżone do ubiegłorocznych.

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 (wraz z rezerwami na zobowiązania)
- c) wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego – stosunek zadłużenia krótkoterminowego do sumy bilansowej
- d) wskaźnik zadłużenia długoterminowego - stosunek zadłużenia długoterminowego do sumy bilansowej

wielkość	2002 r. %	2001 r. %	zmiana %
wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym	1,55	2,13	-27,23
wskaźnik zadłużenia ogółem	54,28	52,79	2,82
wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	49,60	46,29	7,15

wskaźnik zadłużenia długoterminowego	4,40	5,94	-25,93
--------------------------------------	------	------	--------

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

W 2002 roku Spółka zawarła następujące istotne umowy:

- Umowa ubezpieczenia z dnia 175 października 2002 roku wraz z dodatkami, zawarta z Allianz Polska S.A. w Warszawie. Polisa obejmuje ubezpieczenie całego majątku LPP S.A., w tym sklepów firmowych.
- Umowy zakupu przez LPP S.A. udziałów w spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością opisanych w punkcie 8(4).
- Umowa o udzielanie gwarancji ubezpieczeniowych w ramach określonego limitu gwarancyjnego zawarta z TUiR „Warta” S.A. 19 lutego 2002 roku, wraz z aneksami. Limit gwarancji wynosi 20 mln zł.
- Umowa o świadczenie profesjonalnych usług konsultingowych i umowa o udzielenie sublicencji zawarte z Accenture Sp. z o.o. w Warszawie. Celem umowy jest wdrożenie specjalistycznego oprogramowania firmy Retek zapewniającego kompleksową obsługę obrotu towarowego w sieci sklepów detalicznych. Wartość umowy to 3,3 mln USD.
- W 2002 roku Spółka zawarła 12 znaczących umów najmu z dystrybutorami powierzchni w obiektach handlowych, dotyczących 15 lokali przeznaczonych do prowadzenia sprzedaży detalicznej.

Ponadto znaczące dla działalności LPP S.A. były umowy zawarte lub przedłużane w roku 2002 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.
- 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.

5. 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 jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania.

Na dzień 31.12.2001r. LPP S.A. była jednostką dominującą wobec dziesięciu spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, w których posiadała po 100% udziałów.

W 2002r. miały miejsce następujące istotne zmiany w powiązaniach organizacyjnych i kapitałowych LPP S.A.:

W II kwartale 2002 roku LPP S.A. nabyła 100% udziałów w estońskiej spółce OU Front Trade z siedzibą w Tallinie oraz w Reserved Sp. z o.o. (firmę spółki zmieniono na AMA Sp. z o.o.). Szczegóły dotyczące nabycia udziałów w tych jednostkach zostały podane do publicznej wiadomości w raportach bieżących nr 24/2002 z dnia 29.04.2002r. oraz nr 28/2002 z dnia 28.05.2002r.

Ponadto LPP S.A. powołała i objęła wszystkie udziały w dwóch nowych spółkach: Lima Sp. z o.o. oraz Kama Sp. z o.o.

W III kwartale 2002 roku LPP S.A. nabyła 100% udziałów w czeskiej spółce LWD 10 s.r.o. z siedzibą w Pradze (firmę spółki zmieniono na LPP Retail Czech Republic s.r.o.). Ponadto LPP S.A. założyła spółkę LPP Retail Latvia Ltd. z siedzibą w Rydze. Szczegóły dotyczące nabycia udziałów w tych jednostkach zostały podane do publicznej wiadomości w raportach bieżących nr 48/2002 z dnia 16.09.2002r. oraz nr 53/2002 z dnia 30.09.2002r.

W IV kwartale 2002 roku LPP S.A. nabyła 50% udziałów w cypryjskiej spółce Obgain Management Ltd. oraz 100% udziałów w spółce LPP Hungary Kft. z siedzibą w Budapeszcie. Ponadto LPP S.A. założyła pięć nowych spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, w których objęła po 100% udziałów. Szczegóły dotyczące założenia lub zakupu jednostek podporządkowanych zostały podane do publicznej wiadomości w raportach bieżących nr 55/2002 z dnia 9.10.2002r., 57/2002 z dnia 14.10.2002r. oraz nr 60/2002 z dnia 18.10.2002r.

W wyniku opisanych powyżej zmian w powiązaniach kapitałowych, na dzień 31.12.2002r. LPP S.A. była jednostką dominującą wobec dwudziestu dwóch spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, w których posiada po 100% udziałów oraz znaczącym inwestorem wobec jednej spółki, w której posiada 50% udziałów.

Zakładanie nowych podmiotów lub nabywanie udziałów w spółkach już istniejących wiąże się z planami rozwoju sklepów RESERVED w Polsce i poza granicami.

W 2002 roku kontynuowane były prace modernizacyjno – adaptacyjne w zakupionym w 2001 roku obiekcie magazynowym w Pruszczu Gdańskim.

Realizując plan rozwoju sieci sklepów detalicznych Spółka ponosiła nakłady rzeczowe o charakterze budowlanym w wynajmowanych lokalach, nie dokonując zakupu tych nieruchomości.

Wartość inwestycji związanych z nieruchomościami przekroczyła 17 mln zł.

Wartości niematerialne i prawne, które zostały przyjęte do użytkowania w 2002 roku (ok. 1,5 mln zł) to przede wszystkim licencje na programy komputerowe.

Większość powyższych inwestycji została sfinansowana z bieżących środków, bez zaciągania zobowiązań celowo przeznaczonych na te działania. Wyjątek stanowiło finansowanie części inwestycji w Pruszczu Gdańskim, w przypadku której Spółka skorzystała w 2002 roku z transzy (w wysokości 2,6 mln zł) kredytu inwestycyjnego udzielonego w 2001 roku przez BIG Bank Gdański.

6. Opis transakcji z podmiotami powiązanimi, jeżeli jednorazowa lub łączna wartość transakcji zawartych z danym podmiotem powiązanym w okresie 12 miesięcy przekracza wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500.000 EURO.

Łączna wartość transakcji zawartych z podmiotami powiązanimi przekroczyła w dwóch przypadkach równowartość 500.000 EURO.

A. Transakcje zawarte ze spółką LPP Retail Czech Republic s.r.o o wartości łącznej 3.572.823,24 zł, na które składa się:

- a) udzielona pożyczka w równowartości 2.000.932,46 zł przeznaczona na nakłady rzeczowe w budowanych na terenie Czech Salonach Reserved,
- b) sprzedaż towarów handlowych w równowartości 1.571.890,78 zł przeznaczonych do sprzedaży w Salonach Reserved na terenie Czech.

B. Transakcje zawarte ze spółką LPP Retail Latvia LTD o wartości łącznej 2.029.877,51 zł, na które składają się:

- a) udzielona pożyczka w równowartości 820.513,00 zł,
- b) sprzedaż towarów handlowych w równowartości 1.209.364,51 zł, przeznaczonych do sprzedaży w Salonie Reserved na terenie Łotwy,

Transakcje zostały zawarte na warunkach rynkowych w ramach grupy kapitałowej.

7. Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek, z uwzględnieniem terminów ich wymagalności oraz udzielonych (emitentowi) poręczeniach i gwarancjach.

Informacje o zaciągniętych kredytach wg stanu na 31.12.2002r. oraz o terminach ich wymagalności przedstawia nota nr 18.C do sprawozdania finansowego.

W 2002 r. Spółka korzystała z gwarancji bankowych na zabezpieczenie zapłaty czynszu z tytułu najmu powierzchni pod sklepy firmowe. Spółka występowała o udzielenie gwarancji bankowych dla zabezpieczenia umów najmu, w których najemcą jest Spółka oraz dla zabezpieczenia umów najmu, w których najemcą są jednostki powiązane ze Spółką, lub inne jednostki.

Łączna wartość gwarancji bankowych wystawionych na zlecenie i odpowiedzialność LPP wyniosła na dzień 31.12.2002r. - 7.461 tys. zł, z czego

- wartość gwarancji wystawionych z tyt. zabezpieczenia umów najmu zawartych przez LPP wynosiła 4.021 tys. zł,
- wartość gwarancji wystawionych z tyt. zabezpieczenia umów najmu zawartych przez podmioty powiązane wynosiła 2.527 tys. zł,
- wartość gwarancji wystawionych z tyt. zabezpieczenia umów najmu zawartych przez inne jednostki wynosiła 913 tys. zł,

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

8. Informacje o udzielonych pożyczkach, z uwzględnieniem terminów ich wymagalności oraz o udzielonych (przez emitenta) poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek, poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym emitenta.

W 2002 roku Spółka udzieliła następujących pożyczek:

a. Pożyczki udzielone jednostkom zależnym:

Nazwa jednostki	Kwota pożyczki	Data zawarcia umowy	Data spłaty pożyczki
LPP Retail Czech Republic Ltd..	500.000 EUR	18.09.2002	31.12.2004
LPP Retail Latvia Ltd.	250.000 USD	30.09.2002	31.12.2003
LPP Hungary Ltd.	250.000 EUR	25.10.2002	31.12.2003

b. Pożyczki udzielone pozostałym jednostkom:

- pożyczka udzielona 14.08.2002r. osobie fizycznej, w kwocie: 26.000 PLN. Termin spłaty 07.12.2005r.
- pożyczka udzielona 23.01.2002r. osobie fizycznej, w kwocie 17.000 PLN. Termin spłaty 7.11.2004r.

W okresie sprawozdawczym spółka udzieliła poręczeń wekslowych dla Cargosped Składy Celne Sp. z o.o.. Poręczenie LPP S.A. jest zabezpieczeniem należności STU Ergo Hestia S.A z tytułu 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 31.12.2002r. wynosiła 6 mln zł.

9. Wykorzystanie wpływów z emisji.

W 2002 roku nie przeprowadzono emisji papierów wartościowych.

10. 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 przekazanej do publicznej wiadomości prognozie.

Wyniki osiągnięte przez LPP S.A. były nieznacznie wyższe od publikowanych prognoz.

11. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.

Dostępne zasoby finansowe pozwalają w sposób płynny regulować wszystkie istotne zobowiązania Spółki. Nie wystąpiły znaczące zachwiania w realizacji zobowiązań wobec Państwa, pracowników ani kontrahentów. W roku 2002 w sposób istotny wzrósł udział przychodów osiąganych w sieci własnych sklepów, które zapewniają natychmiastowe pozyskiwanie środków za sprzedane towary. Udział ten wynoszący w całym 2002 roku 49% (w czwartym kwartale 65%) pozwolił na skrócenie cyklu rotacji należności. Ponieważ ogólna sytuacja rynkowa wywołuje powszechnie znane zatory płatnicze, Spółka realizuje decyzje o ograniczeniu grupy odbiorców (rezygnacja ze współpracy ze złymi płatnikami) i prowadzi jednocześnie intensywne działania windykacyjne wobec kontrahentów nieterminowo regulujących swoje zobowiązania .

12. 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 w bieżącym roku dotyczą dalszej rozbudowy sieci Salonów Reserved oraz zakupu i wdrożenia specjalistycznego oprogramowania (wraz z niezbędnym sprzętem komputerowym), które będzie wykorzystywane do prawidłowego zarządzania procesem sprzedaży detalicznej. Łączne nakłady inwestycyjne mają w 2003 roku wynieść około 35 mln zł. Spółka zamierza wyemitować kolejną emisję akcji, z której wpływy ze sprzedaży przeznaczone zostaną na realizację zadań inwestycyjnych w ciągu dwóch lat. W przypadku gdyby nie doszło do uplasowania emisji, środki na realizację zamierzeń inwestycyjnych będą pochodziły z wpływów bieżących i kredytów bankowych. Biorąc pod uwagę planowane inwestycje Zarząd zwróci się do akcjonariuszy o zwiększenie kapitału własnego o całość wypracowanego w 2002 roku.

13. 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 2002 nie wystąpiły żadne nietypowe zdarzenia mające wpływ na osiągnięty wynik.

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

Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem w jakim stopniu emitent jest na nie narażony.

Podstawowe zadanie Spółki, których realizacja zdecyduje w przyszłości o jej pozycji to:

- a) stworzenie sieci Salonów w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej,
- b) budowa silnej marki odzieży (Reserved),

Na realizację strategicznych zadań i celów Emitenta będzie miał wpływ szereg czynników wewnętrznych i zewnętrznych, stanowiących szanse i zagrożenia.

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 głównie marki Reserved doprowadziły do wyraźnego wzrostu jej znajomości 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 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. Przyjęta strategia budowy sieci własnych Salonów, w odróżnieniu do innych kanałów dystrybucji jest naturalną metodą ochrony LPP S.A. przed konkurencją podmiotów o mniejszych zasobach finansowych. Inwestycje w budowę sieci sklepów i budowanie marki wymaga bowiem znacznych środków

c) Wejście Polski do Unii Europejskiej

Całkowite otwarcie granic po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej może spowodować większe zainteresowanie naszym rynkiem przez duże firmy zagraniczne zajmujące się tym samym co Spółka sektorem rynku. LPP S.A. próbuje minimalizować to zagrożenie poprzez intensywny rozwój sieci Salonów, dla których pozyskuje najlepsze w kraju lokalizacje. Dobre umiejscowienie Salonu jest jednym z podstawowych warunków osiągnięcia sukcesu w handlu detalicznym.

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. Problem ten, na mocy zawartych przez Unię umów w 1995 roku przestanie istnieć 1 stycznia 2005 roku. Wtedy bowiem znikają wszelkie bariery formalne w handlu odzieżą pomiędzy Unią Europejską, a krajami zrzeszonymi w WTO. Natomiast wysokość ceł na odzież w przypadku jej importu do krajów Unii (z Chin) jest niższa niż obecnie w przypadku importu odzieży do Polski (Polska – 18%, do Unia – 12%)

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 2003 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 prognoza wyników Spółki na 2003 rok sporządzona została przy założeniu m.in. średniorocznego kursu USD na poziomie 4,10 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 2002 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 2003 i w latach następnych oparte są na założeniu dalszej 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.

f) Zmienność mody, która wpływa na atrakcyjność oferowanych produktów.

Jednym z podstawowych kryteriów warunkujących powodzenie w sprzedaży tej grupy odzieży, która stanowi o rozwoju Spółki, jest podążanie za trendami mody i umiejętność kreowania wśród klientów odpowiednich potrzeb. Zdając sobie sprawę z powagi zagadnienia, Spółka na przestrzeni kilku lat zbudowała bardzo silny zespół projektowy, składający się z odpowiednio przygotowanych osób. Praca tego zespołu jest tak organizowana, aby uniknąć istotnego wpływu pojedynczych osób na końcowy kształt wielu elementów poszczególnych kolekcji. Dywersyfikacja ta zapewnia bezpieczeństwo w przypadku braku akceptacji przez klientów pewnych elementów poszczególnych linii. Praca zespołu jest organizowana w sposób przyjęty powszechnie wśród światowych liderów branży.

Perspektywy rozwoju działalności gospodarczej Emitenta

W 2003 roku LPP S.A. zakłada dalszą 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 (41 placówek w Polsce i 7 poza granicami) dają podstawę aby stwierdzić, że przyjęte na 2003 rok założenia, czyli uruchomienie 20-30 nowych placówek, będą zrealizowane. Dodatkowo w 2003 roku Emitent planuje uruchomienie kolejnych 10 Salonów w krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Koncepcja budowy salonów w obrębie Europy Środkowo-Wschodniej wynika z obranej strategii, zakładającej zbudowanie silnej marki w omawianym regionie Europy.

Prognozy dotyczące 2003 roku zakładają:

a) osiągnięcie przychodów ze sprzedaży na poziomie 390 mln zł,

b) osiągnięcie zysku netto na poziomie 31 mln zł,

i zostały sporządzone przy założeniach: średnioroczny kurs USD – 4,10 zł, stopa WIBOR – 6,2%, nakłady inwestycyjne – 35 mln zł.

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

W 2002 roku nie nastąpiły żadne istotne zmiany w zasadach zarządzania Spółką.

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

W minionym roku obrotowym nie miały miejsca żadne zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących Spółki..

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

Wg stanu na dzień przekazania raportu rocznego za 2002 rok, 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 Zarządu	279 945	559 890
2.	Prezes Rady Nadzorczej	278 338	556 676
3.	Wiceprezes Zarządu	4 388	8 776
4.	Wiceprezes Zarządu	4 053	8 106
5.	Wiceprezes Zarządu	2 948	5 896
6.	Członek Rady Nadzorczej	1 728	3 546
7.	Członek Rady Nadzorczej	1 271	2 542
8.	Członek Rady Nadzorczej	216	432

Powyższe osoby nie posiadały akcji ani udziałów w jednostkach powiązanych.

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

Na dzień przekazania raportu rocznego za 2002 rok, 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	279 945	18,50	979 945	33,63
2.	Jerzy Lubianiec	278 338	18,39	978 338	33,58
3.	Grangefont Ltd	550 000	36,34	550 000	18,88

19. 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 menedżerskich Rada Nadzorcza Spółki określa liczbę udostępnionych w danym roku akcji oraz wskazuje osoby uprawnione do ich nabycia.

Marek Piechocki

Prezes Zarządu

Alicja Milińska

Stanisław Dreliszak

Dariusz Pachla

Wiceprezes Zarządu

Wiceprezes Zarządu

Wiceprezes Zarządu