



LPP

PREZENTACJA WYNIKÓW ZA 1Q24

GDAŃSK, 13 CZERWCA 2024

RESERVED

CROPP

HOUSE

M O H I T O

sinsay



OŚWIADCZENIE

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez LPP SA ("Spółka") z należytą starannością. Może ona jednak posiadać pewne nieścisłości lub pominięcia. Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej Spółki, jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie Spółki opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych raportach sporządzonych i opublikowanych zgodnie z przepisami prawa obowiązującymi Spółkę. Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży instrumentów finansowych.

Prezentacja może zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości, jednak nie mogą być one odbierane jako projekcje przyszłych wyników Spółki. Stwierdzenia dotyczące przyszłych wyników finansowych nie stanowią gwarancji, że takie wyniki zostaną osiągnięte. Oczekiwania Zarządu Spółki są oparte na bieżącej wiedzy i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza świadomością i kontrolą Spółki czy też możliwością ich przewidzenia.

Spółka, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy i przedstawiciele tych osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności w związku z dowolnym wykorzystaniem niniejszej Prezentacji. Ponadto, wszelkie informacje zawarte w Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony Spółki, jej kierownictwa czy dyrektorów, doradców lub przedstawicieli tych osób. Stwierdzenia zawarte w Prezentacji wyrażają stanowisko Spółki na dzień sporządzenia Prezentacji. Nie muszą być prawdziwe dla kolejnych okresów. Spółka nie podejmuje żadnego zobowiązania do publikowania korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w Prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian zaistniałych po dacie sporządzenia Prezentacji.

PODSUMOWANIE 1Q24

- Bardzo dobre przyjęcie kolekcji przez klientów, co skutkowało wysokim wzrostem sprzedaży oraz zysku operacyjnego w kwartale.
- 4,3 mld PLN sprzedaży w kwartale, co daje wzrost r/r 18,3%, oraz 25,5% przy sprzedaży w walutach stałych (silne umacnianie PLN wobec innych walut nie oddaje realnego tempa wzrostu LPP).
- Rekordowy zysk operacyjny (EBIT) 411 mln PLN, wzrost r/r o 78%.
- 277 mln PLN zysku netto tj. wzrost o 148% r/r.
- Marża brutto na sprzedaży 52,1% (+2,5 pp. r/r). Marża operacyjna 9,5% (+3,2 pp. r/r).
- 30 kwietnia 2024 wypłata zaliczki na dywidendę w kwocie 285 PLN na akcję.
- Otwarcie 112 sklepów z czego 71 dedykowanych marce Sinsay.

POZYTYWNY OUTLOOK NA 2Q24

- Kolekcje letnie (jak wcześniej wiosenne) są przyjmowane pozytywnie przez klientów/klientki, dzięki czemu sprzedaż omnichannel Grupy w okresie 1 maja – 10 czerwca wzrosła w stosunku do ubiegłego roku o 19% w walutach stałych.
- Bazując na bieżących danych, Grupa spodziewa się w 2Q24 znacząco wyższej r/r marży brutto na sprzedaży.
- Prognozy otworzyć sklepów w drugim kwartale wynoszą około 130 nowych salonów, jednocześnie podtrzymane są plany otworzyć ok. 700 sklepów dla całego roku 2024.

RAPORTOWANIE DYNAMIKI PRZYCHODÓW W WALUTACH STAŁYCH (CC, ANG. CONSTANT CURRENCY)

Wpływ CC dla wybranych rynków w 1Q24

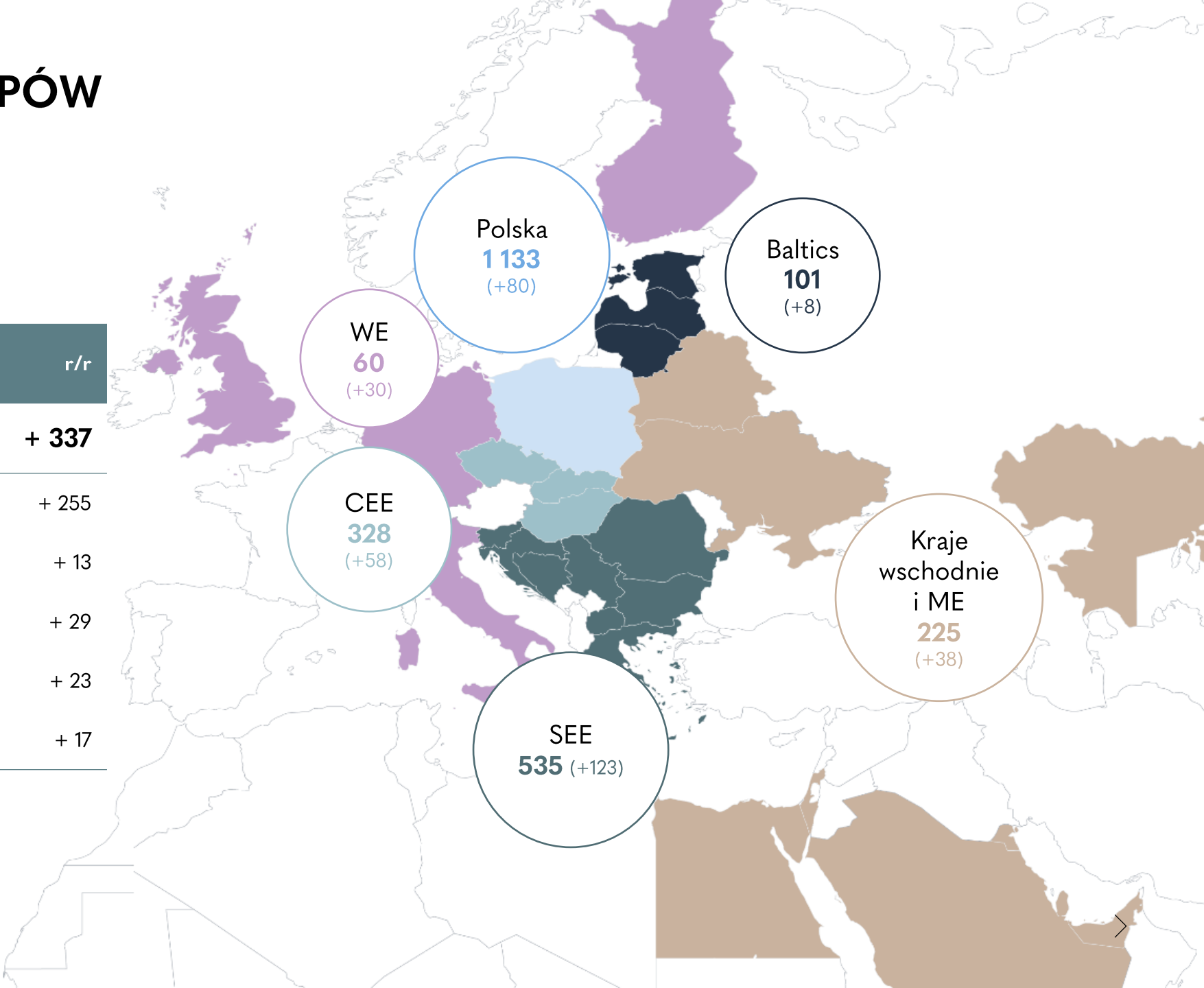
Przychody, mln PLN		1Q23	1Q24	r/r
Czechy	Raportowane	215	207	-3,7%
	FX CZK/PLN	0,1985	0,1706	-14,1%
	W walucie stałej	185	207	12,0%
Niemcy	Raportowane	137	164	19,5%
	FX EUR/PLN	4,6826	4,3087	-8,0%
	W walucie stałej	126	164	29,9%
Węgry	Raportowane	126	141	12,3%
	FX HUF/PLN	0,0123	0,0110	-10,6%
	W walucie stałej	112	141	25,5%
GK LPP	Raportowane	3 639	4 306	18,3%
	W walucie stałej	3 432	4 306	25,5%

Dlaczego waluty stałe:

- Już ponad 50% przychodów Grupy generowanych jest ze sprzedaży eksportowej.
- Realizowany rozwój na rynkach zagranicznych będzie systematycznie zwiększać ten trend i w 2026 sprzedaż w walutach obcych powinna stanowić ok. 67% przychodów Grupy.
- Rekalkulacja okresu porównawczego do walut stałych (kursem bieżącym) oczyszcza zmiany między okresami o wpływy makro niezależne od spółki.
- Sprowadzenie do „wspólnego mianownika” dynamiki przychodów generowanych na rynkach eksportowych.
- Suplementarne raportowanie dynamiki sprzedaży w CC pozwala dokładniej ocenić efektywność biznesową grupy, w szczególności na tle rozwoju powierzchni handlowej.

PRAWIE 2 400 SKLEPÓW

Stan na 30.04.2024	Liczba sklepów	r/r
GRUPA LPP	2 382	+ 337
Sinsay	1 041	+ 255
Reserved	363	+ 13
Cropp	378	+ 29
House	366	+ 23
Mohito	234	+ 17



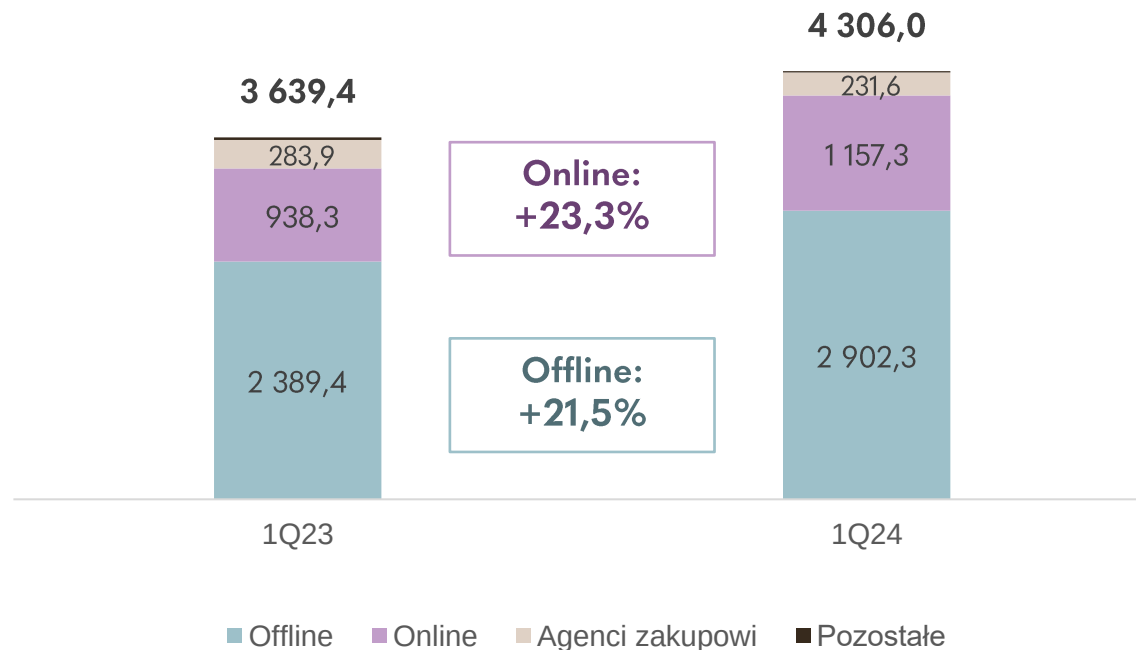
WYNIKI FINANSOWE 1Q24



DWUCYFROWE WZROSTY SPRZEDAŻY W OFFLINE I ONLINE

SPRZEDAŻ GRUPY

(mln PLN)

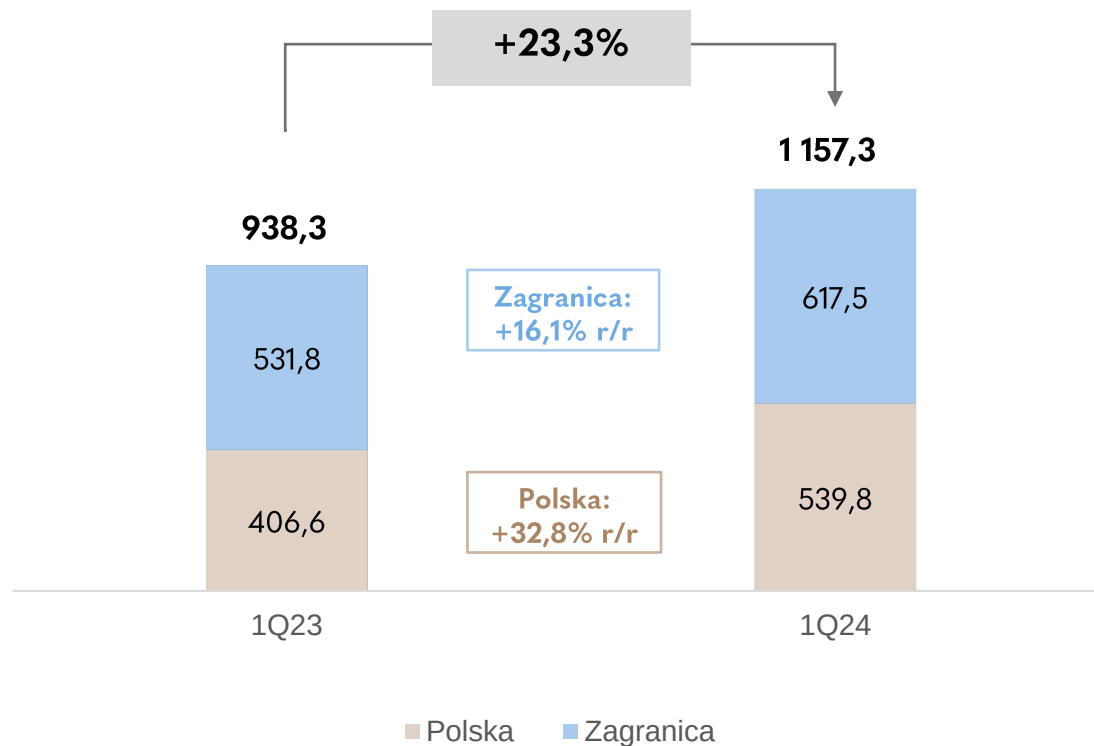


- +23,3% r/r wzrostu sprzedaży online dzięki rozwojowi aplikacji mobilnych i szerszej ofercie dedykowanej sprzedaży internetowej.
- +21,5% r/r wzrostu sprzedaży offline uzyskanych dzięki otwarciom 112 nowych sklepów oraz pozytywnym LFL.
- Wzrost przychodów ze sprzedaży Grupy w 1Q24 o 18,3% r/r.

DWUCYFROWE WZROSTY SPRZEDAŻY ONLINE

SPRZEDAŻ ONLINE WG REGIONÓW

(mln PLN)

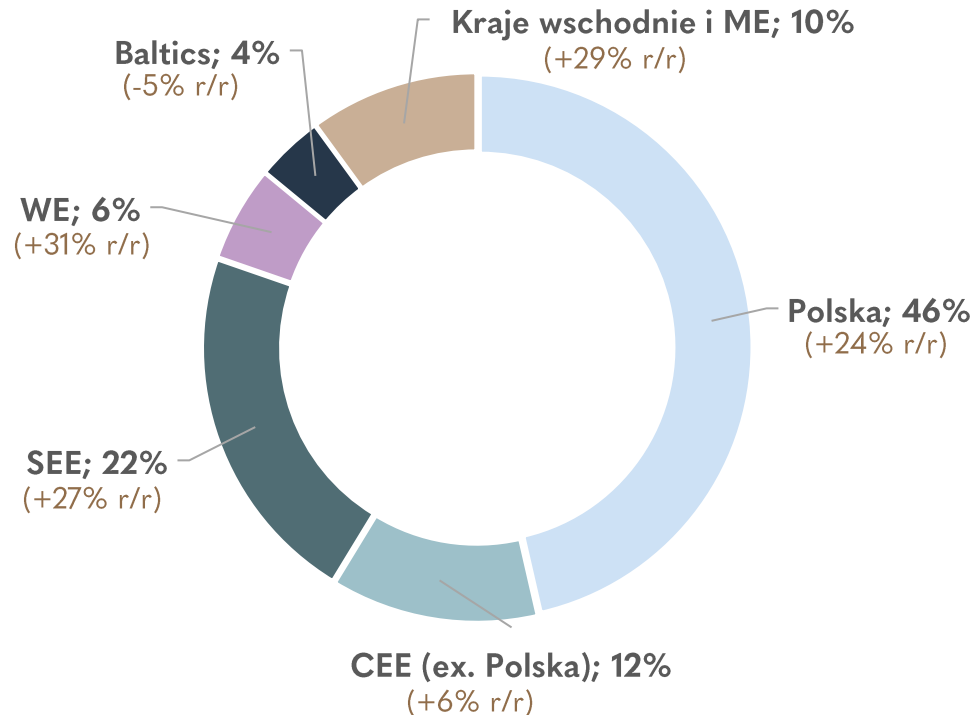


- +23,3% wzrostu r/r sprzedaży internetowej, odmiennie od rynkowych trendów spadkowych.
- +32,8% wzrostu r/r przychodów online w Polsce dzięki rozpoznawalności marek oraz wprowadzonym aplikacjom.
- Zróżnicowane dynamiki sprzedaży na rynkach zagranicznych. Największe wzrosty w Niemczech, Serbii i Chorwacji. Sprzedaż online wsparta przez otwarty w 4Q23 sklep internetowy w Bośni i Hercegowinie.
- Sprzedaż internetowa w 1Q24 stanowiła 28,5% przychodów z Polski (26,6% w 1Q23) oraz 26,9% przychodów Grupy (25,8% w 1Q23).
- Rosnący udział sprzedaży generowany przez aplikacje mobilne.

PRZYCHODY Z ZAGRANICY WIĘKSZE NIŻ Z POLSKI

UDZIAŁ SPRZEDAŻY OMNICHANNEL WG REGIONÓW W 1Q24

(dynamiki sprzedaży r/r)



- Sprzedaż omnichannel za granicą w 1Q24 była wyższa niż w Polsce i stanowiła 53,6% sprzedaży omnichannel Grupy.
- Dwucyfrowe dynamiki sprzedaży w 1Q24 zarówno w Polsce (+23,9% r/r) jak i za granicą (+19,4% r/r) dzięki udanym kolekcjom, poprawie nastrojów konsumenckich i dynamicznemu rozwojowi sieci.
- Największe sprzedaże w 1Q24 poza Polską osiągnęły m.in. Rumunia i Czechy.

PONAD 2 MLN M² POWIERZCHNI HANDLOWEJ

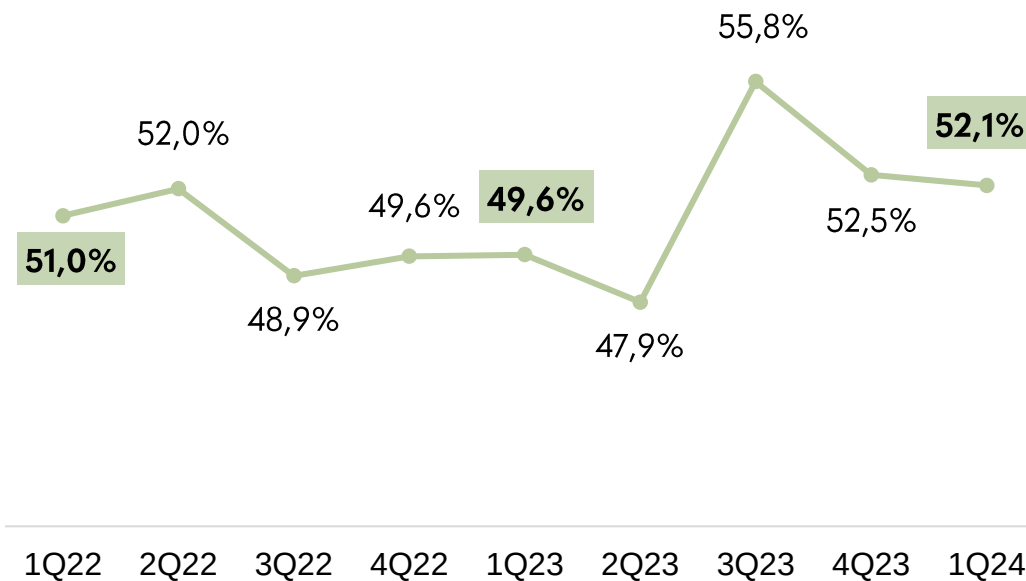
POWIERZCHNIA WG REGIONÓW

tys. m ²	1Q23	1Q24	r/r
GRUPA LPP	1 748,2	2 080,6	19,0%
Polska	783,1	869,8	11,1%
CEE (ex. Polska)	241,7	293,5	21,4%
SEE	405,8	519,9	28,1%
WE	56,7	90,5	59,7%
Baltics	83,2	91,9	10,6%
Kraje wschodnie i ME	177,7	215,0	21,0%

- +25,5% r/r wzrost powierzchni poza granicami kraju.
- Największe nominalne wzrosty w Europie Południowo-Wschodniej (Rumunia, Bułgaria) i Środkowo-Wschodniej (Czechy, Węgry).
- Wysoki 11,1% r/r wzrost powierzchni w Polsce dzięki rozwojowi w retail parkach w mniejszych miejscowościach.

POPRAWA MARŻY BRUTTO

KWARTALNA MARŻA BRUTTO GRUPY



Marże brutto w 3Q22 i 4Q22 uległy zmianie w ramach korekty UKNF.

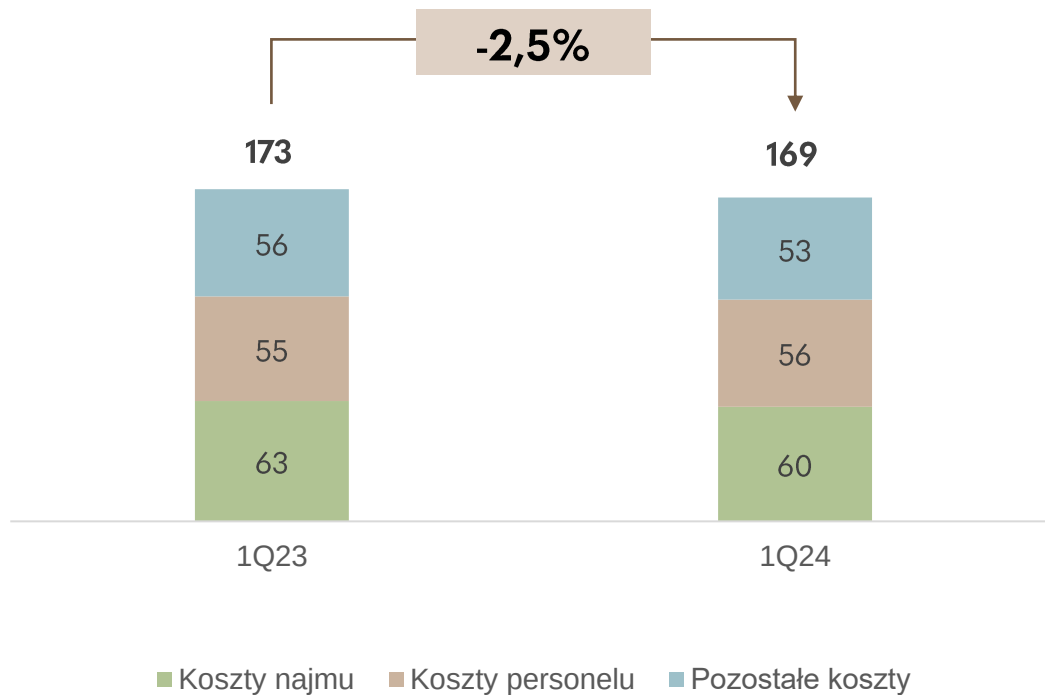
Marża brutto na sprzedaży w 1Q24 wyższa r/r o 2,5 pp. ze względu na:

- znacząco niższe koszty nominalne zakupów kolekcji,
- bardziej korzystny r/r kurs USD/PLN,
- mniejsze r/r akcje promocyjne wspierające sprzedaż.

NIŻSZE KOSZTY SKLEPÓW/ M²

KOSZTY SKLEPÓW WŁASNYCH/ M²

(MSR17)

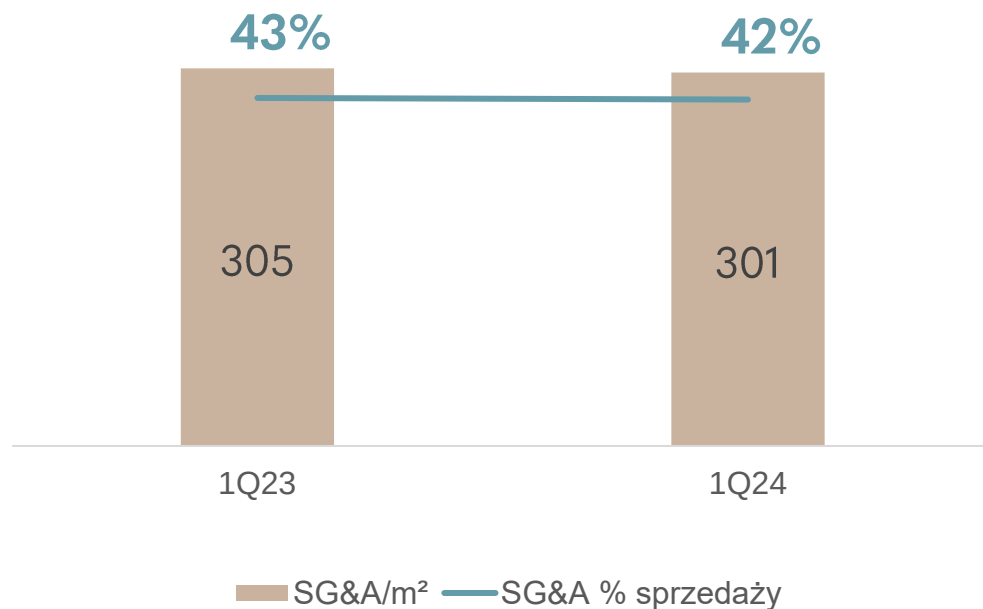


- Spadek r/r kosztów najmu/ m² → większa liczba otwieranych salonów marki Sinsay z niższymi czynszami, bardziej korzystny kurs EUR/PLN.
- Stabilne r/r koszty personelu/ m² → efektywne zarządzanie czasem pracy i większa automatyzacja w salonach.
- Spadek r/r pozostałych kosztów/ m² → optymalizacja zużycia energii i kosztów usług zewnętrznych.

KOSZTY SG&A POD KONTROLĄ

KOSZTY SG&A/ M²

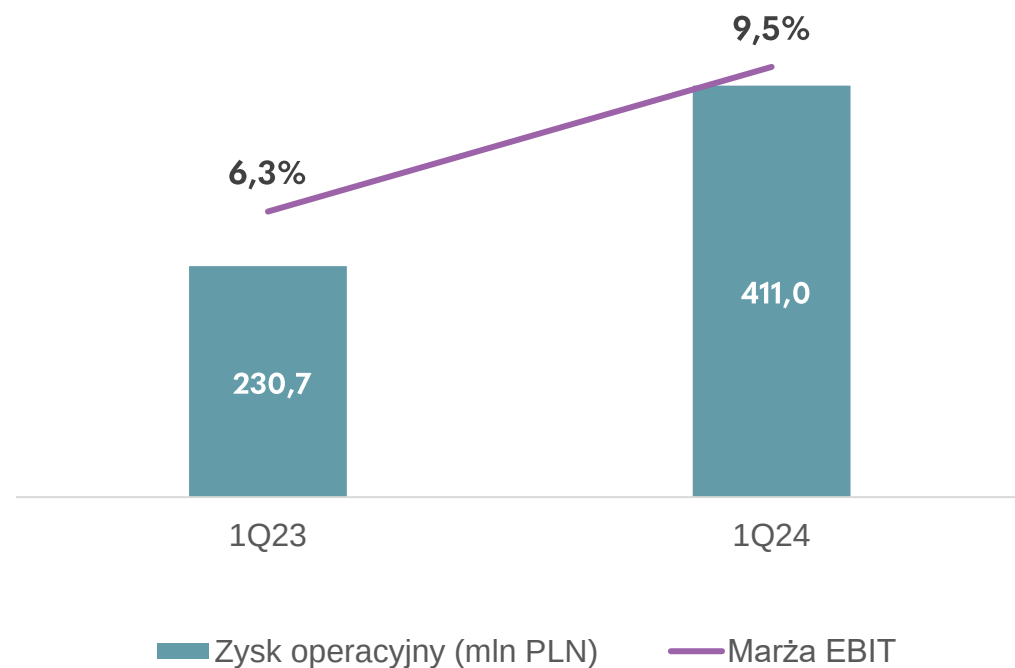
(MSSF16)



- Spadek kosztów SG&A/m² o 1,1% r/r → utrzymanie dyscypliny kosztowej.
- Dalsze obniżenie udziału kosztów SG&A do sprzedaży z 43% w 1Q23 do 42% w 1Q24.
- Koszty sklepów, jak i centrali rosną wolniej niż sprzedaż.

REKORDOWY ZYSK OPERACYJNY (EBIT)

ZYSK I MARŻA OPERACYJNA



- Rekordowy zysk operacyjny (EBIT) 411 mln PLN, wyższy o 78,2% r/r.
- Wzrosty zysku netto o 147,8% do 277 mln PLN.

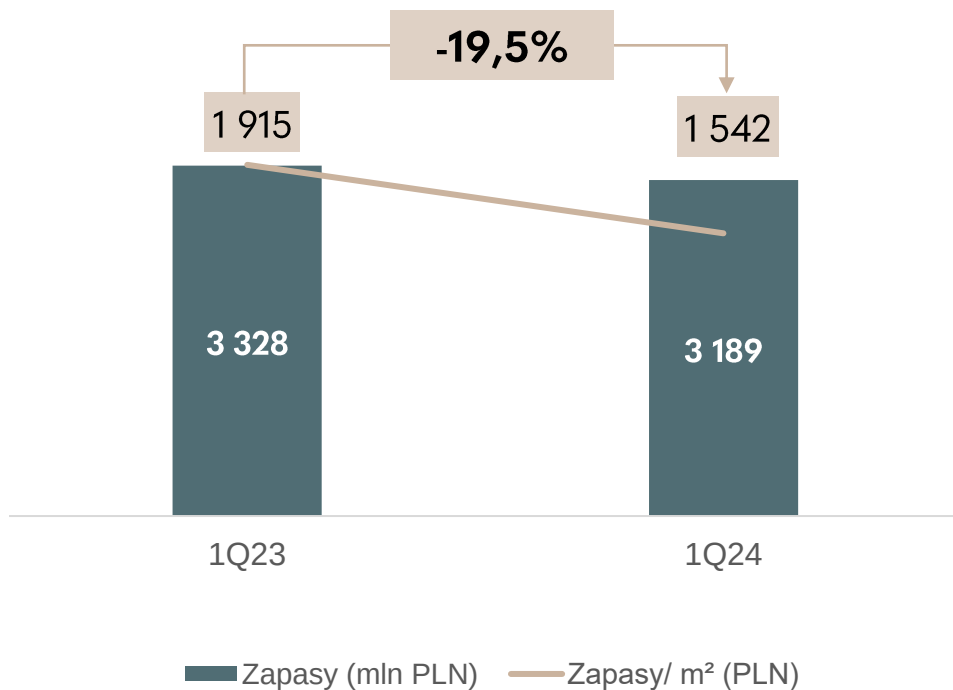
PODWOJENIE ZYSKU NETTO

mIn PLN, MSSF16	1Q23	1Q24	r/r
Sprzedaż	3 639,4	4 306,0	18,3%
Marża brutto na sprzedaży	49,6%	52,1%	2,5pp.
Koszty SG&A	1 547,8	1 823,0	17,8%
Pozostała działalność operacyjna	-27,9	-9,0	N/M
Zysk operacyjny	230,7	411,0	78,2%
Marża EBIT	6,3%	9,5%	3,2pp.
Działalność finansowa netto	-85,5	-29,0	N/M
Zysk netto	111,8	277,0	147,8%
EBITDA	550,9	795,0	44,3%

- Dwucyfrowe wzrosty przychodów dzięki dobrym wynikom sprzedaży online i offline.
- Wyższa r/r marża brutto głównie ze względu na: niższe nominalne koszty zakupów kolekcji, korzystny kurs USD/PLN, mniejsze akcje promocyjne.
- Wzrost kosztów SG&A wolniejszy od wzrostu sprzedaży.
- Rekordowy zysk operacyjny (EBIT) 411 mln PLN wyższy o 78,2% r/r.
- Wzrosty zysku netto o 147,8% r/r do 277 mln PLN.

OPTYMALNY POZIOM ZAPASÓW

ZAPASY I ZAPASY/ M²

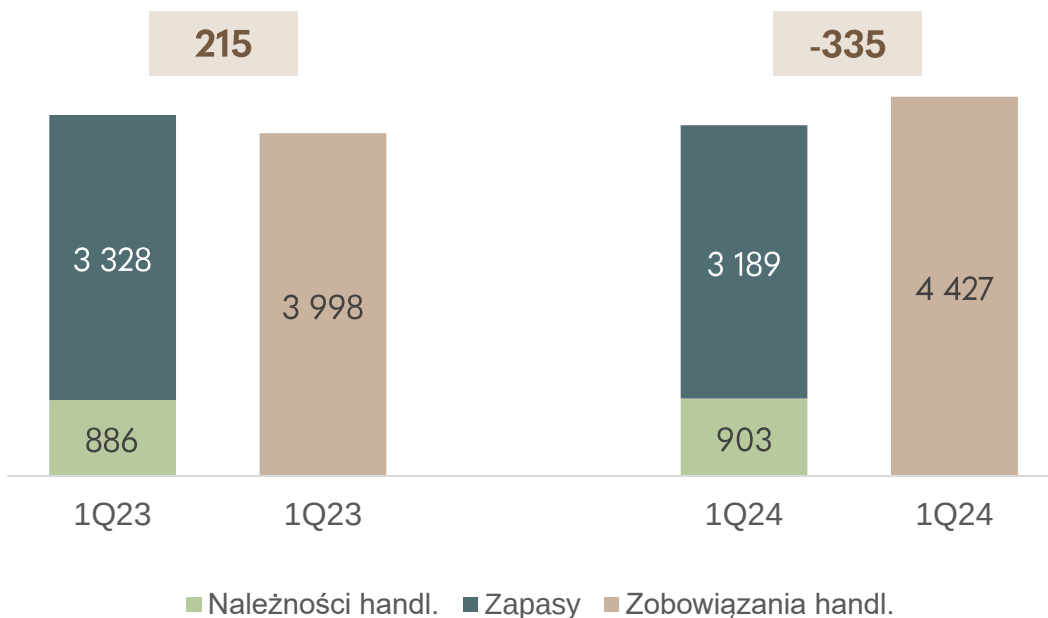


- Spadek zapasów/ m² o 19,5% r/r do 1 542 PLN/ m² ze względu na wzrost powierzchni handlowej i poprawę sprzedaży w 1Q24.
- Spadek poziomu zapasów o 4,2% r/r – optymalny poziom zatowarowania.
- Dalsza poprawa zarządzania towarami - skrócenie rotacji ze 164 dni w 1Q23 do 136 dni w 1Q24.
- Około 75% zapasów stanowiła kolekcja Wiosna/Lato 2024, ok. 5% kolekcje 2023, ok. 13% zapasów to kolekcja Jesień/Zima 2024. Pozostała część uwzględnia modele całoroczne.

BARDZIEJ KORZYSTNY KAPITAŁ OBROTOWY

KAPITAŁ OBROTOWY

(mln PLN)

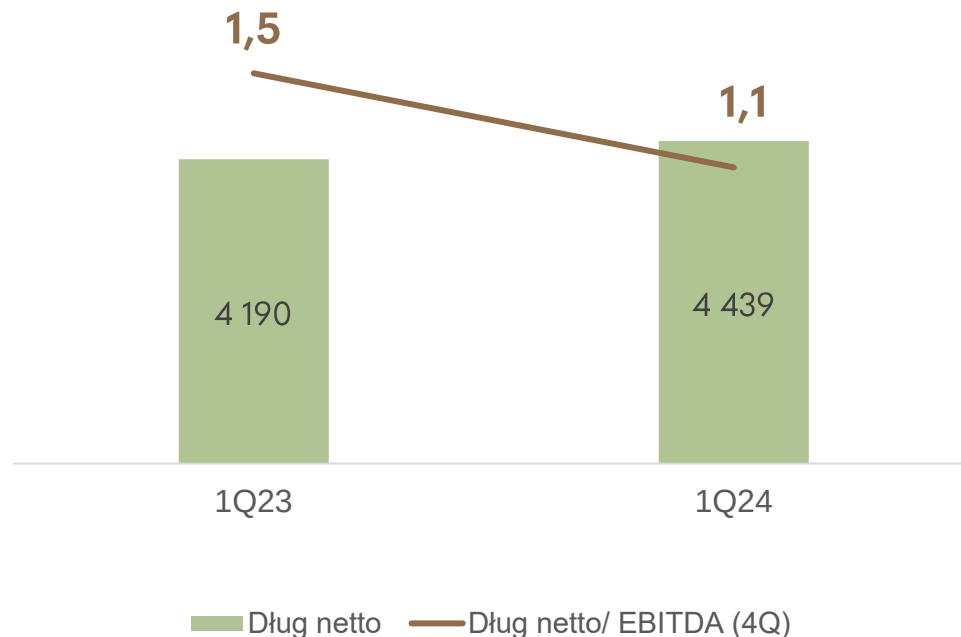


- Bardziej korzystny r/r kapitał obrotowy ze względu na:
 - mniejszy stan zapasów,
 - wyższe zobowiązania handlowe.
- Cykl obrotu gotówki na korzystnym ujemnym poziomie -30 dni:
 - znacznie szybsza rotacja zapasów (spadek ze 164 do 136 dni),
 - skrócenie cyklu płatności należności (z 23 do 18 dni),
 - wydłużenie terminów płatności zobowiązań handlowych (z 176 do 184 dni).

BEZPIECZNY POZIOM ZADŁUŻENIA NETTO

DŁUG NETTO

(mln PLN, MSSF16)

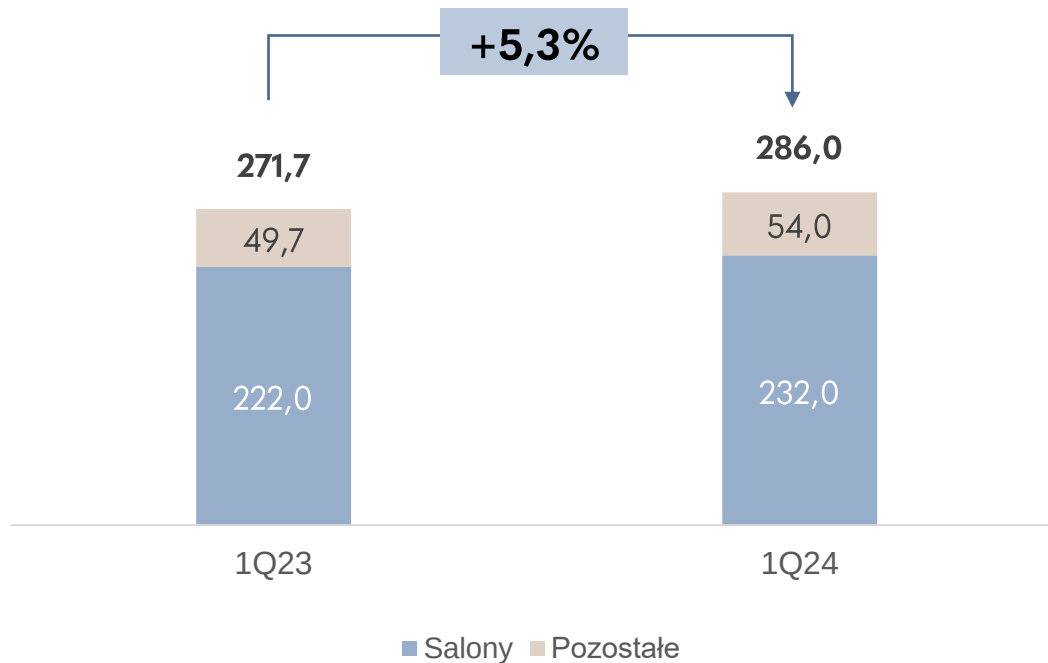


- Na koniec 1Q24 zadłużenie netto pod MSSF16 wyniosło 4,4 mld PLN ze względu na:
 - mniejsze r/r wykorzystanie długoterminowych kredytów bankowych na poziomie 0,5 mld PLN,
 - mniejsze r/r wykorzystanie kredytów obrotowych na poziomie 0,2 mld PLN,
 - 0,3 mld PLN obligacji (do spłaty w grudniu 2024),
 - wyższe r/r zadłużenie z tytułu leasingu finansowego na poziomie 4,2 mld PLN,
 - stabilny r/r stan środków pieniężnych na poziomie 0,7 mld PLN.
- Dług netto nie uwzględnia 0,8 mld PLN jednostek uczestnictwa w funduszach pieniężnych na koniec 1Q24 (0,6 mld PLN w 1Q23).
- Wykorzystanie faktoringu odwróconego wyniosło 2,6 mld PLN w 1Q24 vs. 2,3 mld PLN w 1Q23.

WYDATKI INWESTYCYJNE

WYDATKI INWESTYCYJNE

(mln PLN)



- W 1Q24 capex wyniósł 286,0 mln PLN tj. +5,3% r/r.
- Nakłady na sklepy wyniosły 232,0 mln PLN, a na infrastrukturę i IT 54,0 mln PLN (początek rozbudowy Centrum Dystrybucyjnego w Brześciu Kujawskim).

WYDARZENIA W 1Q24



MOHITO & SANDRA KUBICKA

- Sandra Kubicka wraz z marką Mohito stworzyła letnią kolekcję, która jest kwintesencją różnorodności – zarówno pod względem fasonów, jak i zastosowania. W kolekcji znajdziemy eleganckie, jak i bardziej swobodne propozycje.
- Kolekcja dostępna w sklepach stacjonarnych w Polsce i za granicą oraz w sklepie internetowym i aplikacji Mohito.



ROZPOCZĘCIE ROZBUDOWY CENTRUM DYSTRYBUCYJNEGO W BRZEŚCIU KUJAWSKIM

- Kwiecień 2024 - początek prac (planowane zakończenie w 1Q25).
- Wzmocnienie zaplecza logistycznego, umożliwiając obsługę większego wolumenu sprzedaży na rynkach Centralnej i Południowej Europy.
- Magazyn będzie zgodny z certyfikacją BREEAM. Zastosowane zostaną m.in. panele fotowoltaiczne i pompy ciepła.

**CAŁKOWITA POWIERZCHNIA CENTRUM
DYSTRYBUCYJNEGO WYNIESIE 160 TYS. M².**



SZTUCZNA INTELIGENCJA WSPARCIEM DLA BIZNESU

E-COMMERCE

- Już na prawie 50% zapytań klientów kierowanych do Contact Centre odpowiedzi udziela sztuczna inteligencja. Dzięki wykorzystaniu AI odpowiedź jest natychmiastowa. Nasz asystent AI wykonuje pracę około 150 osób i obsługuje 27 języków.
- W sklepach internetowych i aplikacjach naszych marek wykorzystujemy sztuczną inteligencję do lepszego przedstawienia na zdjęciach oferty klientom. Możemy pokazać produkt np. na plaży czy modowej ulicy bez konieczności organizowania sesji zdjęciowych.

SKLEPY STACJONARNE

- Dzięki Machine Learning zapewniamy bardziej precyzyjne zatowarowanie naszych salonów, dostosowując ofertę m.in. do lokalizacji czy położenia geograficznego. Zmniejszamy również poziom przetowarowania sklepów, jednocześnie unikając sytuacji braków magazynowych.

W 2024 ROKU WDRAŻANIE ROZWIĄZAŃ WYKORZYSTUJĄCYCH SZTUCZNĄ INTELIGENCJĘ POZWOLI NA OKOŁO 30 MLN PLN OSZCZĘDNOŚCI KOSZTOWYCH.

ROZSZERZENIE WSPÓŁPRACY ZE START-UPEM USE WASTE

- W ramach zakończonego w 2023 roku pierwszego etapu projektu realizowanego wspólnie ze start-upem Use Waste opracowano autorską koncepcję selektywnej depolimeryzacji. Pozwoliło to na uzyskanie pełnowartościowej przędzy poliestrowej o nie pogorszonej jakości.
- Sukces osiągnięty w pierwszej fazie projektu przyczynił się do podjęcia decyzji o rozszerzeniu współpracy i rozpoczęciu prac nad recyklingiem mieszanek materiałowych.
- Celem badań jest opracowanie technologii, która pozwoli na rozdzielenie włókien materiałów na frakcje i wyodrębnienie z nich surowca, który stanie się **zasobem, a nie odpadem**.



KAMPANIA EDUKACYJNA „WEAR YOUR STORY”

- Głównym celem kampanii jest promocja świadomego i odpowiedzialnego korzystania z ubrań przez klientów.
- Dialog z konsumentami ma uświadomić potrzebę przedłużania życia ubrań, poprzez ich naprawę i upcycling.
- **„Wear Your Story”** to odpowiedź na współczesne wyzwania klimatyczne i potrzebę przejścia na cyrkularny model korzystania z odzieży.
- Kampanii towarzyszy szeroko zakrojona komunikacja w salonach Reserved i Sinsay oraz w aplikacjach mobilnych marek.



PLANY NA 2024 +



POZYTYWNY OUTLOOK NA II KWARTAŁ

- 19% wzrostu r/r sprzedaży Grupy w walutach stałych.
- Pozytywny odbiór kolekcji Wiosna/Lato 2024.
- Planowane otwarcie 130 nowych salonów wszystkich marek w 2Q24.

Wstępne szacunki za okres od 1 maja 2024 do 10 czerwca 2024.



DYNAMICZNY ROZWÓJ SIECI SKLEPÓW SINSAY

LICZBA SKLEPÓW

	31.01.2024	2024	31.01.2025
Sinsay	978	+620	1 598
Reserved, Cropp, House, Mohito	1 297	+80	1 377
RAZEM	2 275	+700	2 975

- Otwarcia salonów marki Sinsay w mniejszych miejscowościach, głównie retail parki.
- Największy rozwój salonów w 2024 roku poza Polską w krajach Europy Południowej i Środkowo-Wschodniej.
- W 2024 roku wzrost powierzchni o około 25% r/r.
- Cel wzrostu w latach 2025-2026: ok. 20% wzrostu powierzchni rocznie.

SZYBKI WZROST SPRZEDAŻY CELEM NA 2024 ROK

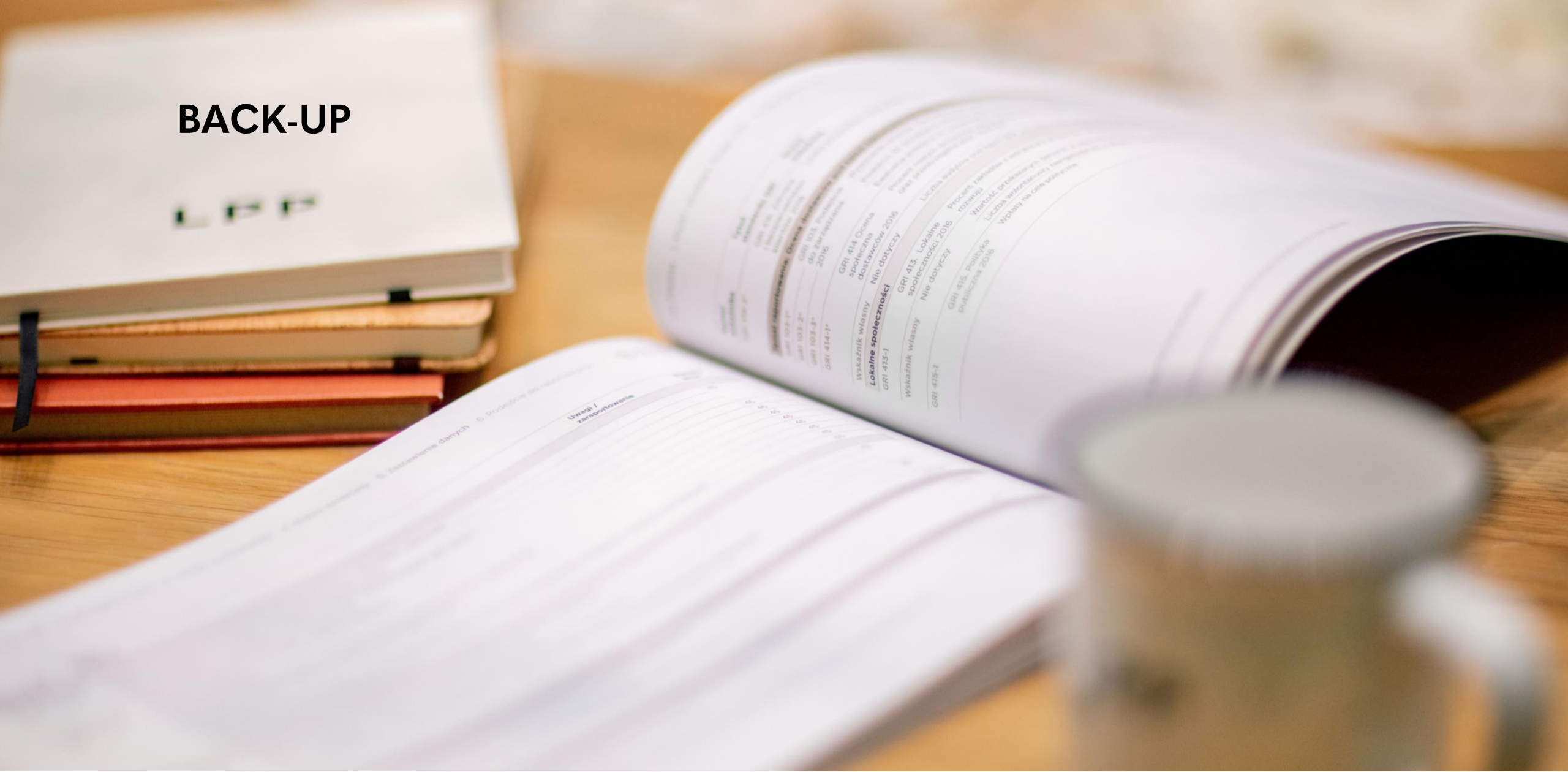
- Przychody Grupy ok. **21 mld PLN**.
- Marża brutto na sprzedaży **52-53%**.
- SG&A/ Sprzedaż poniżej 40% - utrzymanie efektywności kosztowej.
- Przychody offline - wzrost dzięki rozwojowi powierzchni **+25% r/r** i pozytywnym LFL.
- Przychody online – dwucyfrowy wzrost r/r.
- Capex **1,5 mld PLN** z tego 1,2 mld PLN na sklepy.
- Bezpieczny poziom zadłużenia (brak planów rolowania obligacji).



Q&A



BACK-UP



RAPORTOWANIE DYNAMIKI PRZYCHODÓW W WALUTACH STAŁYCH (CC, ANG. CONSTANT CURRENCY)

Wpływ CC dla wybranych rynków w 1Q24

Przychody, mln PLN		1Q23	1Q24	r/r
Czechy	Raportowane	215	207	-3,7%
	FX CZK/PLN	0,1985	0,1706	-14,1%
	W walucie stałej	185	207	12,0%
Niemcy	Raportowane	137	164	19,5%
	FX EUR/PLN	4,6826	4,3087	-8,0%
	W walucie stałej	126	164	29,9%
Węgry	Raportowane	126	141	12,3%
	FX HUF/PLN	0,0123	0,0110	-10,6%
	W walucie stałej	112	141	25,5%
GK LPP	Raportowane	3 639	4 306	18,3%
	W walucie stałej	3 369	4 306	27,8%

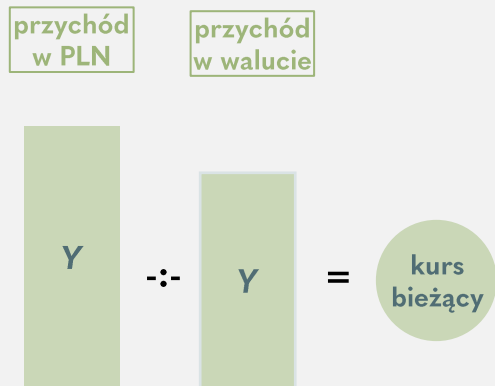
Dlaczego waluty stałe:

- Już ponad 50% przychodów Grupy generowanych jest ze sprzedaży eksportowej.
- Realizowany rozwój na rynkach zagranicznych będzie systematycznie zwiększać ten trend i w 2026 sprzedaż w walutach obcych powinna stanowić ok. 67% przychodów Grupy.
- Rekalkulacja okresu porównawczego do walut stałych (kursem bieżącym) oczyszcza zmiany między okresami o wpływy makro niezależne od spółki.
- Sprowadzenie do „wspólnego mianownika” dynamiki przychodów generowanych na rynkach eksportowych.
- Suplementarne raportowanie dynamiki sprzedaży w CC pozwala dokładniej ocenić efektywność biznesową grupy, w szczególności na tle rozwoju powierzchni handlowej.

RAPORTOWANIE DYNAMIKI PRZYCHODÓW W WALUTACH STAŁYCH (CC, ANG. CONSTANT CURRENCY) - METODOLOGIA

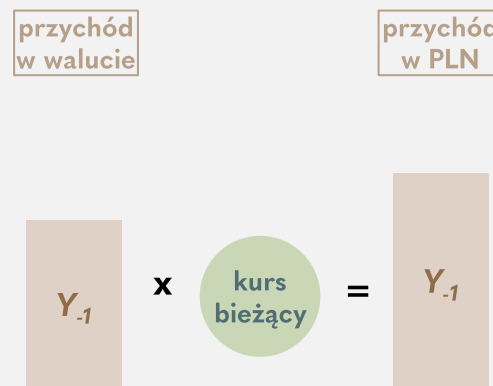
Krok 1. Okres bieżący

- Przychody raportowane w PLN bez zmian
- Wyliczenie aktualnych średnich kursów walut dla poszczególnych rynków



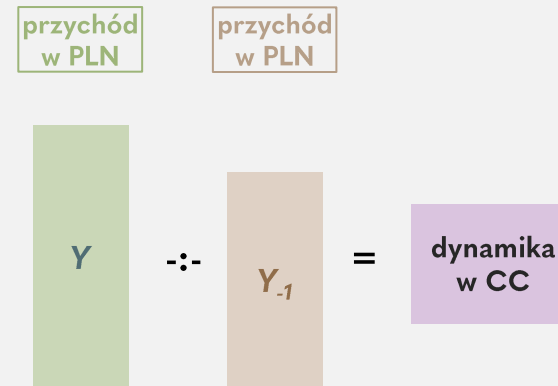
Krok 2. Okres porównawczy

- Przychody raportowane w walucie jako baza
- Przeliczenie ww. przychodów kursem bieżącym wyliczonym w kroku 1



Krok 3. Wyznaczenie dynamiki w CC

- Odniesienie przychodów bieżących do przychodów z okresu porównawczego oczyszczonego o efekt kursu



SŁOWNIK POJĘĆ

Polska	Sprzedaż detaliczna w Polsce oraz pozostała sprzedaż LPP SA.
Zagranica	Region obejmujący: CEE (Czechy, Słowacja, Węgry), Baltic (Litwa, Łotwa, Estonia), SEE (Bułgaria, Rumunia, Chorwacja, Serbia, Słowenia, Bośnia i Hercegowina, Północna Macedonia, Grecja), WE (Niemcy, Wielka Brytania, Finlandia, Włochy), kraje Wschodnie (Ukraina, Białoruś, Kazachstan) oraz działalność w ME (Egipt, Katar, Kuwejt, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Izrael, Arabia Saudyjska). Nie zawiera sprzedaży do Agentów zakupowych.
Sprzedaż GK LPP	Całkowite przychody ze sprzedaży GK.
Sprzedaż omnichannel	Suma sprzedaży offline, online i pozostałej (nie zawiera sprzedaży do Agentów zakupowych).
EBITDA	Zysk operacyjny powiększony o amortyzację z rachunku przepływów pieniężnych.
Średniomiesięczna sprzedaż/ m²	Kwartałna sprzedaż segmentu lub marki/ średnią pracującą całkowitą powierzchnię/ 3.
Średniomiesięczne koszty funkcjonowania sklepów własnych/ m²	Kwartałne koszty funkcjonowania sklepów własnych/średniomiesięczną powierzchnię sklepów własnych (tzn. bez sklepów franczyzowych, które stanowią ok. 2,1% powierzchni pracującej)/ 3.
Średniomiesięczne koszty SG&A PLN/ m²	Kwartałne koszty SG&A/średniomiesięczną powierzchnię sklepów bez sklepów z ME/ 3.
Zapasy/ m²	Zapasy grupy na koniec okresu/ całkowita powierzchnia pomniejszona o zagraniczne sklepy franczyzowe.
Cykl obrotu gotówki	Należności (w dniach) plus zapasy (w dniach) minus zobowiązania (w dniach). Obliczenia na średnich wielkościach należności, zapasów i zobowiązań.



KONTAKT

LPP SA CENTRALA

ul. Łąkowa 39/44, 80-769 Gdańsk

Tel. +48 58 76 96 900

Email: lpp@lpp.com

KONTAKT DLA INWESTORÓW

Email: LPP.investor.relations@lpp.com

KONTAKT DLA MEDIÓW

Email: media@lpp.com



[discoverlpp](#)



[company/lpp-sa](#)



[discoverlpp](#)



[discoverlpp](#)

