Prezentacja wyników za 3Q25

GDAŃSK, 11 GRUDNIA 2025

LPP RESERVED CROPP HOUSE MOHITO 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.

01

Podsumowanie 3Q25

Systematyczny wzrost biznesu

+4,3%
LFL w salonach

pozytywne
w markach Reserved, House i Cropp

232
otwartych salonów

w tym 200 w marce Sinsay

1,7 mld PLN
sprzedaży e-com

+22% r/r w CC

660 PLN
dywidenda na akcję

- W październiku wypłata II transzy dywidendy – 330 PLN na akcję
- ponad 1,2 mld PLN wypłaconej dywidendy

Przyspieszenie wzrostu zysku w III kwartale

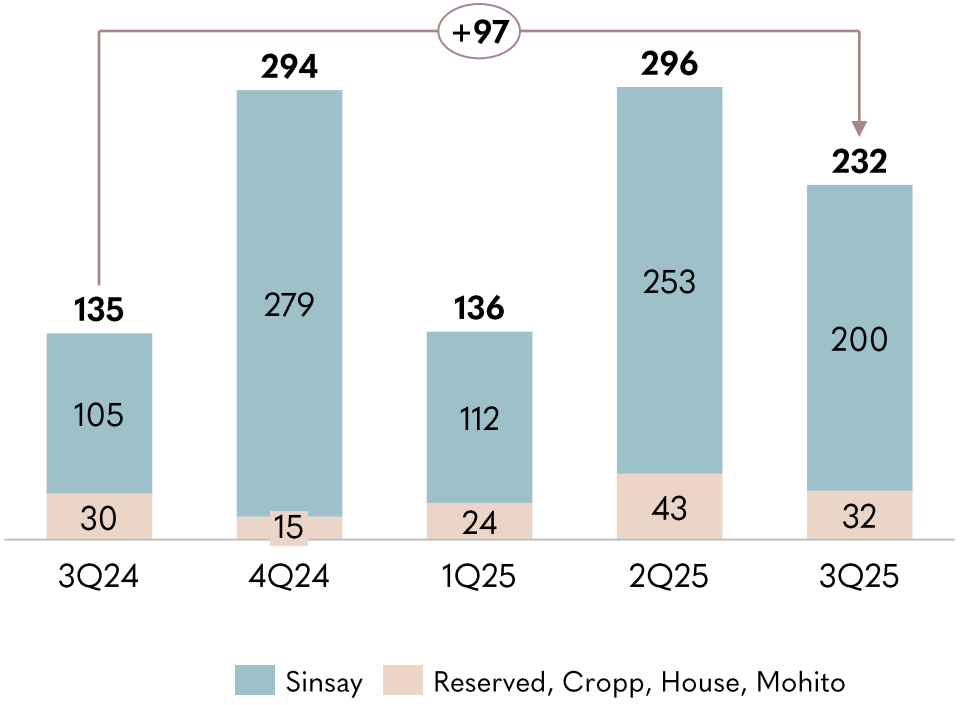
6,1	1,7	1,2	800
mld PLN	**mld PLN**	**mld PLN**	**mln PLN**
przychodów	**EBITDA**	**zysku operacyjnego**	**zysku netto**
+22% r/r[1]	+48% r/r	+61% r/r	+39% r/r

[1]Dynamika na działalności podstawowej w walutach stałych: +23%. Dynamika raportowana z uwzględnieniem sprzedaży do agentów zakupowych w 3Q24: +18%.
Dane za 2025 rok zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Konsekwentny rozwój sieci Sinsay

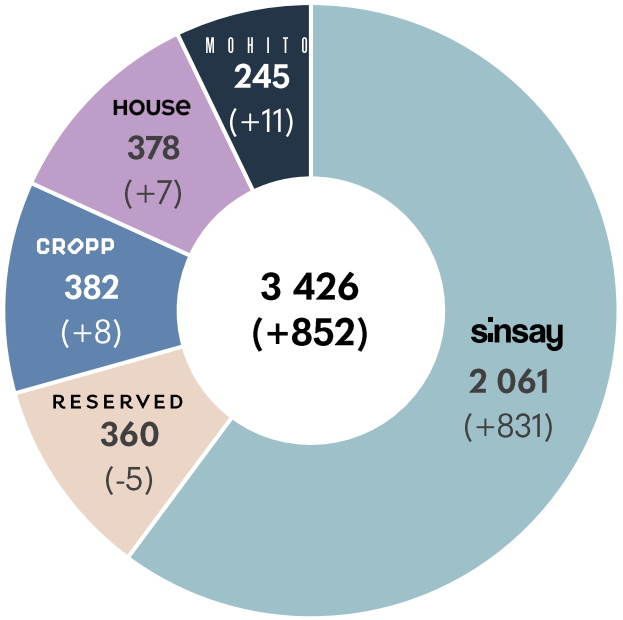
LICZBA NOWYCH SALONÓW

 # (brutto)



LICZBA SKLEPÓW WG MAREK

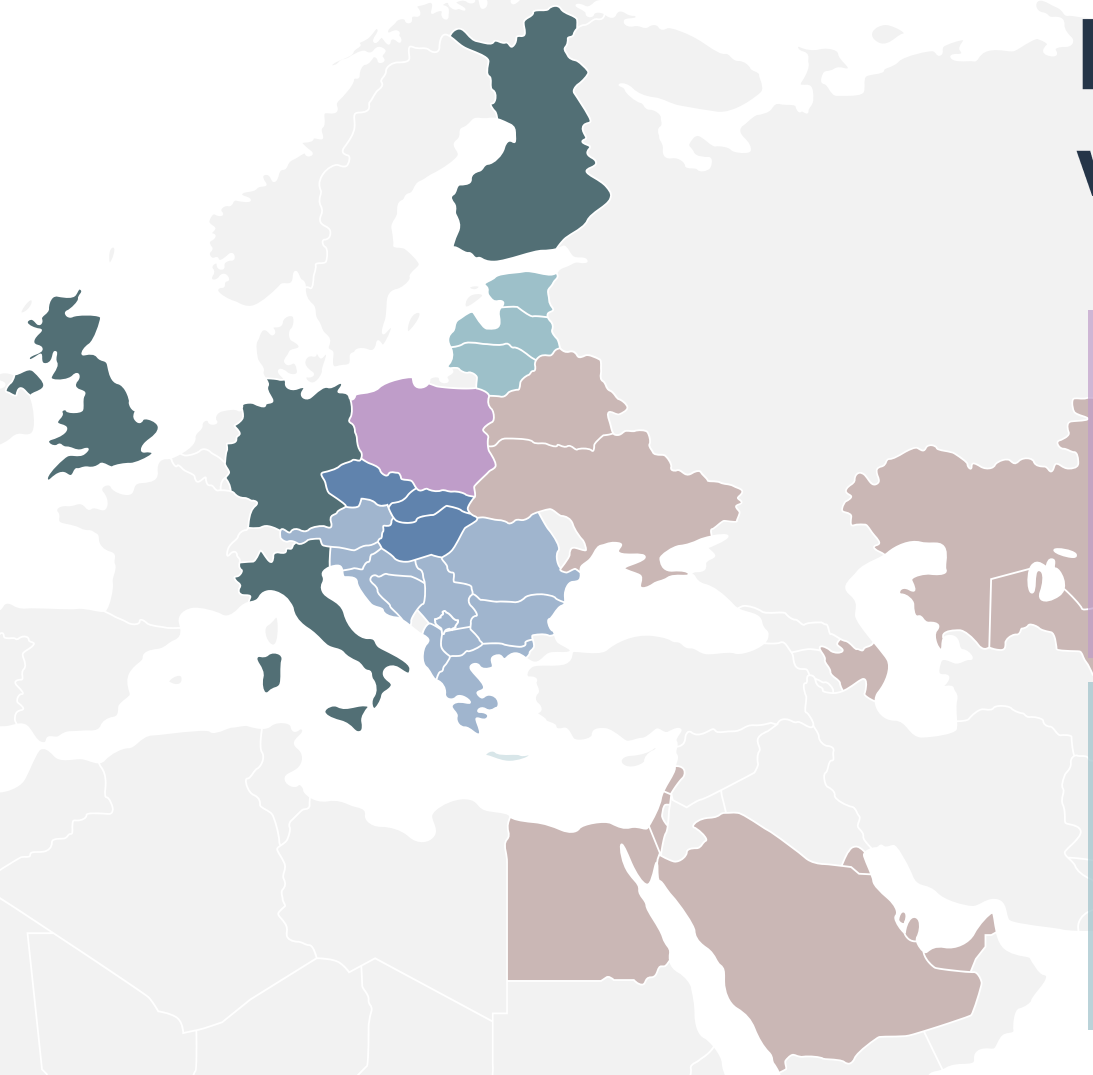
 # (netto r/r, stan na 31.10.2025)



POWIERZCHNIA

Polska	Zagranica	TOTAL
1 014 tys. m²	1 836 tys. m²	2 850 tys. m²
+11% r/r	+37% r/r	+26% r/r

Dynamiczne wzrosty w kluczowych regionach



POLSKA

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
1 284	1 014
+125	+11%

CEE

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
500	420
+135	+29%

SEE

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
835	736
+240	+30%

BALTICS

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
151	124
+41	+26%

WE

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
89	113
+19	+14%

EE i ME

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
567	443
+292	+75%

Stan na 31.10.2025

Zwiększamy obecność za granicą

03.10.2025

Debiut marki **Sinsay** **w Azerbejdżanie**

12.11.2025

Otwarcie **2 000. sklepu Sinsay** w Kazachstanie

13.11.2025

18 salon Reserved w Niemczech (Westfield Centro Oberhausen)

05.12.2025

Debiut marki **Sinsay** **w Mołdawii**

Wzmocnienie logistyki w Rumunii

URUCHOMNIENIE NOWEGO MAGAZYNU E-COMMERCE

- uruchomienie - **październik 2025**
- powierzchnia - **65 tys. m²**
- lokalizacja - **Bolintin-Deal** (k. Bukaresztu)
- **prawie 1 100 robotów**
- **80 tys.** zamówień dziennie

Cel: strategiczna lokalizacja umożliwi szybszą realizację zamówień internetowych w regionie Europy Południowo-Wschodniej.

PODPISANIE UMOWY NAJMU NA NOWE CENTRUM DYSTRYBUCYJNE

- 11-letnia umowa najmu
- powierzchnia - prawie **60 tys. m²**
- lokalizacja - **Bolintin-Deal** (k. Bukaresztu)
- start działalności operacyjnej **– czerwiec 2026**
- nowoczesne rozwiązania technologiczne

Cel: obsługa sieci stacjonarnej regionu Europy Południowo-Wschodniej oraz zapewnienie zaplecza dla magazynów e-commerce w Rumunii.

Zabezpieczone finansowanie

Na podstawie podpisanej w listopadzie 2025 roku umowy kompleksowy program finansowania o wartości
13,5 mld PLN obejmuje:

KREDYT INWESTYCYJNY
do maksymalnej kwoty wynoszącej
505 mln EUR
(umowa na 5 lat)

KREDYT ODNAWIALNY
do maksymalnej kwoty wynoszącej
2,8 mld PLN
(umowa na 3 lata)

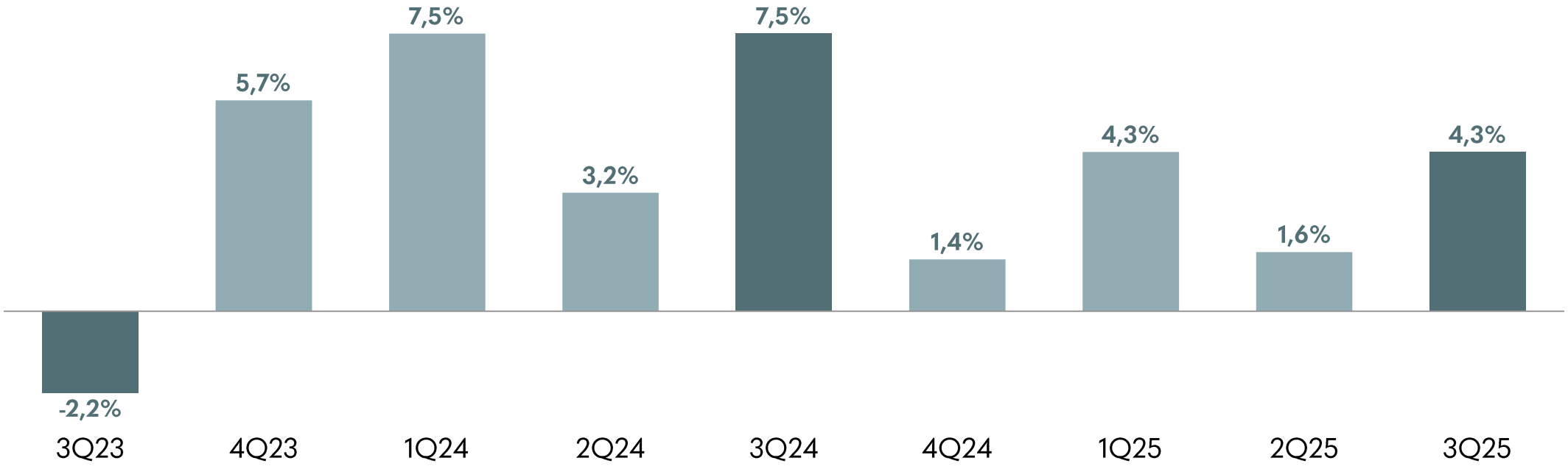
FAKTORING ODWRÓCONY
do maksymalnej kwoty wynoszącej
2,4 mld USD

02

Wyniki finansowe 3Q25

Pozytywna dynamika sprzedaży w salonach LFL

SPRZEDAŻ PORÓWNYWALNA (LFL)

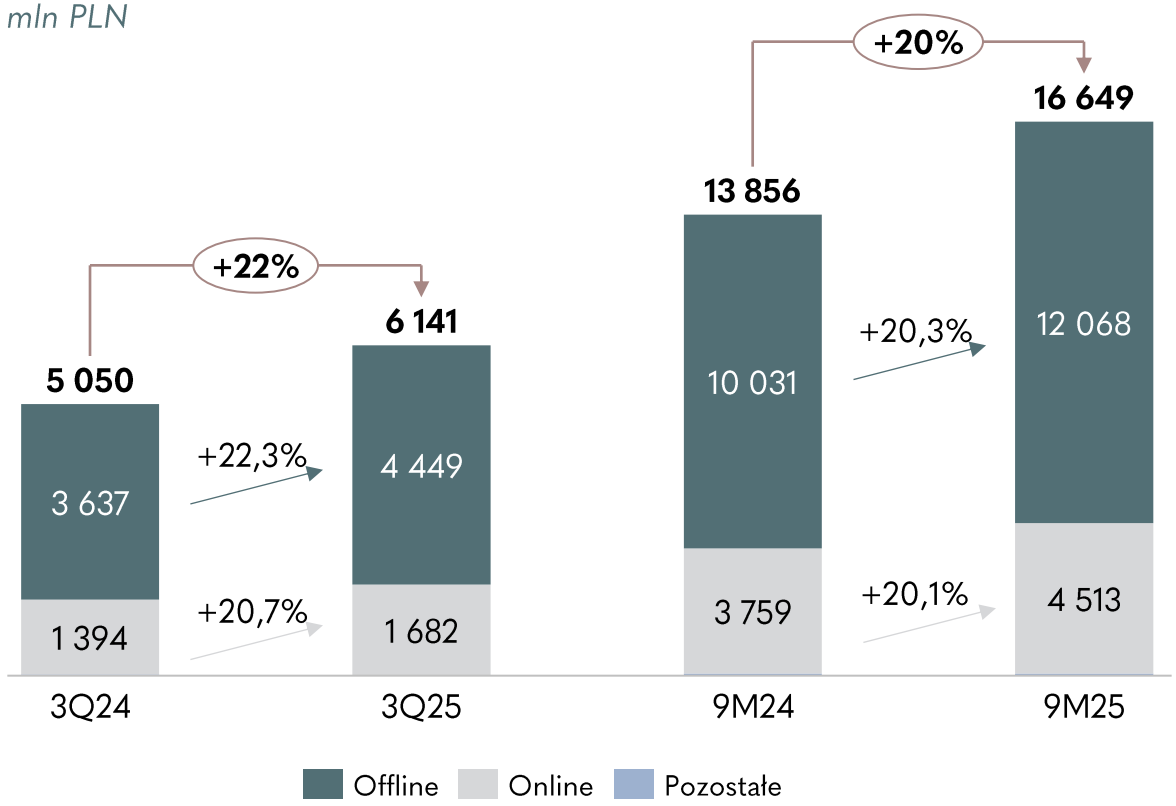


	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25
Sinsay	5,2%	16,1%	20,3%	8,7%	11,2%	1,5%	0,9%	-0,6%	-1,7%
dojrzałe marki	-5,1%	1,9%	-0,7%	-0,5%	4,6%	1,4%	7,9%	3,7%	10,8%

Dwucyfrowe dynamiki sprzedaży w obu kanałach

SPRZEDAŻ GRUPY[1]

mln PLN

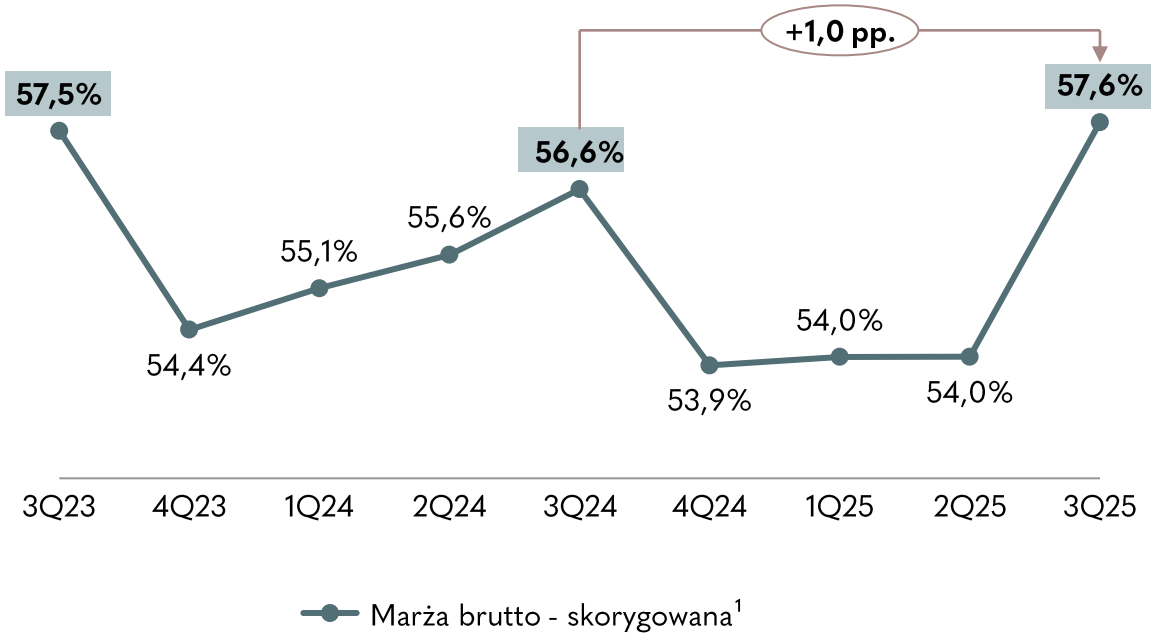


- Wpływ kursów walut w 3Q25: -1,5pp.
- Dwucyfrowe dynamiki sprzedaży w 3Q25 zarówno w Polsce (+23,1% r/r) jak i za granicą (+20,5% r/r).
- Sprzedaż internetowa w 3Q25 stanowiła 27,4% przychodów Grupy (26,7% w 3Q24).
- Udział aplikacji w sprzedaży internetowej:
  - Sinsay ok. 80% (+17 pp. r/r),
  - Reserved ok. 60% (+6 pp. r/r).

[1] Dane za 2024 nie zawierają sprzedaży do agentów zakupowych (3Q24: 162 mln PLN, 9M24: 667 mln PLN).

Poprawa marży brutto na sprzedaży

KWARTALNA MARŻA BRUTTO GRUPY

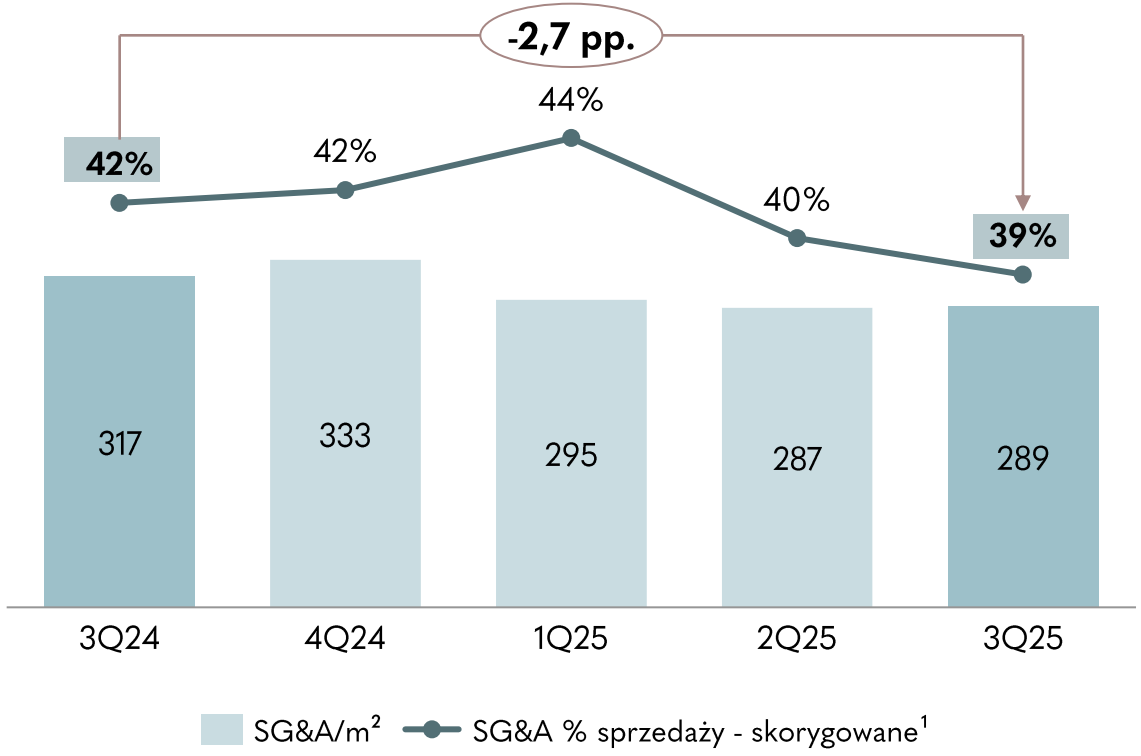


- Wyższa r/r marża brutto pomimo rosnącego udziału marki Sinsay w sprzedaży.
- Kolekcje zamówione przy korzystnym kursie USD/PLN, widoczny pozytywny efekt umocnienia złotówki.
- Sprzedaż kolekcji w pełnej cenie (mniejsze r/r akcje promocyjne).

[1] Dla porównywalności dane za 2023 i 2024 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.

Efektywne zarządzanie kosztami SG&A

KOSZTY SG&A/M²



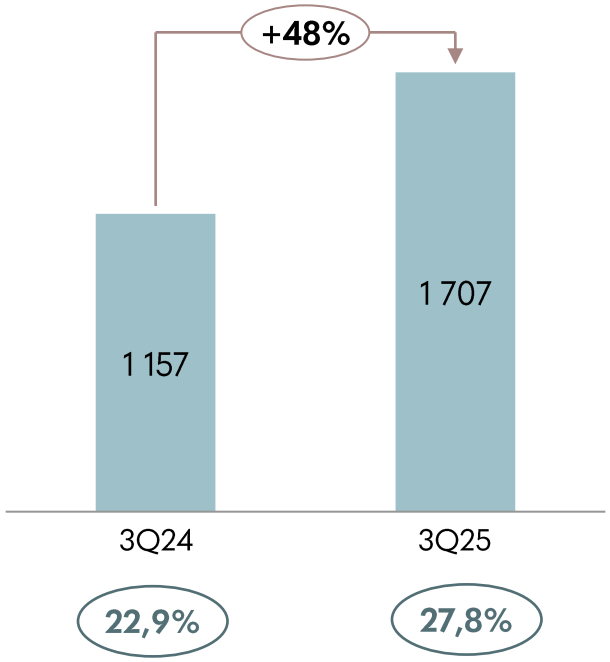
[1] Dla porównywalności dane za 2024 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.

- Wzrost kosztów SG&A wolniejszy od wzrostu sprzedaży.
- Wzrost kosztów SG&A o 13,5% r/r głównie ze względu na intensywny rozwój (koszty nowych salonów), wyższe koszty logistyczne wynikające z uruchomienia nowego FC w Rumunii oraz ponoszone dodatkowe koszty logistyki podczas okresu tzw. „business interruption" po pożarze magazynu w Rumunii na koniec czerwca 2025 r.
- Spadek kosztów SG&A/m² o 9,0% r/r → wdrożone automatyzacje w logistyce, niższe r/r wydatki na marketing sklepowy oraz performance marketing.

Dynamiczny wzrost zysków w 3Q25

ZYSK EBITDA

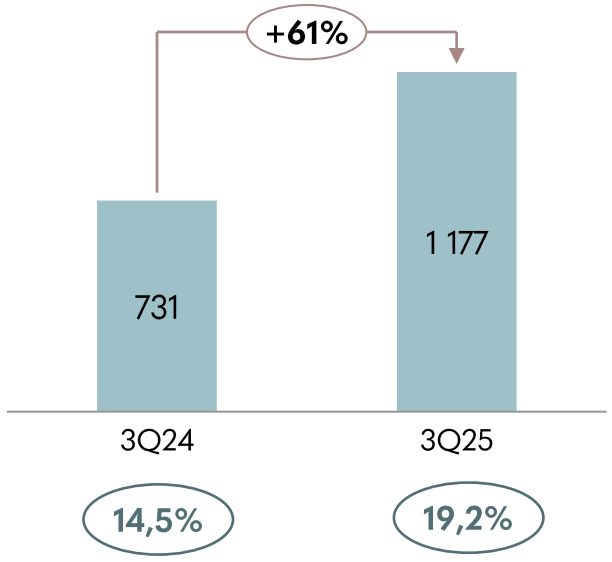
mln PLN



Marża EBITDA[1]

ZYSK OPERACYJNY - EBIT

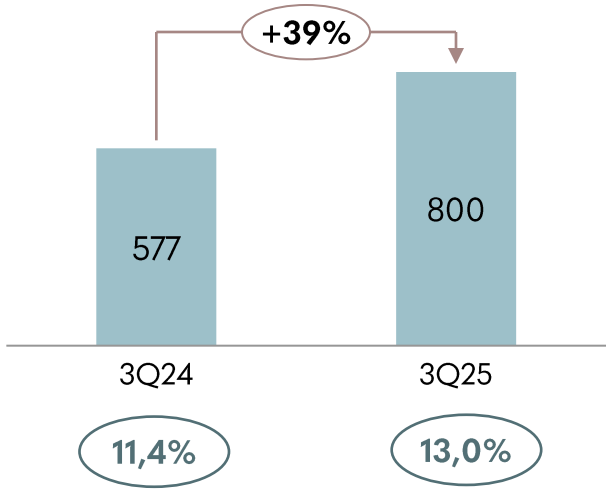
mln PLN



Marża EBIT[1]

ZYSK NETTO

mln PLN



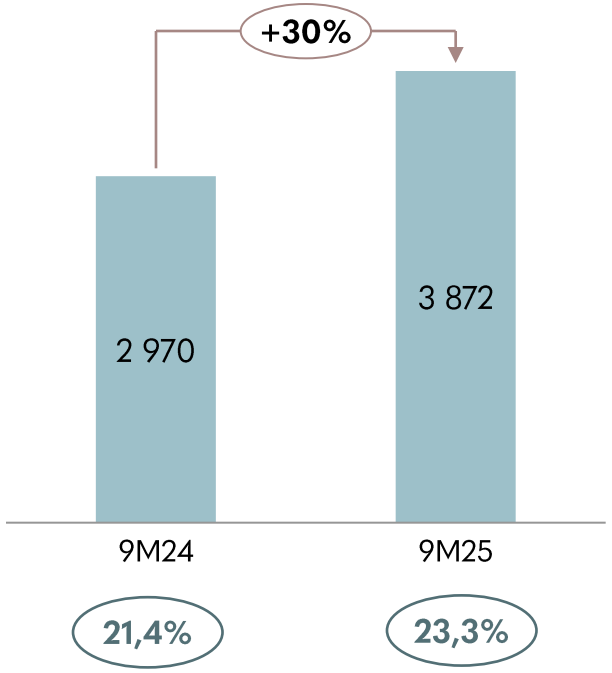
Marża zysku netto[1]

[1] Dla porównywalności dane za 3Q24 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.
Dane raportowane za 3Q24: Marża EBITDA: 22,2%, Marża EBIT: 14,0%, Marża zysku netto: 11,1%.
Dane za 3Q25 rok zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Wysokie wzrosty po 9 miesiącach 2025 roku

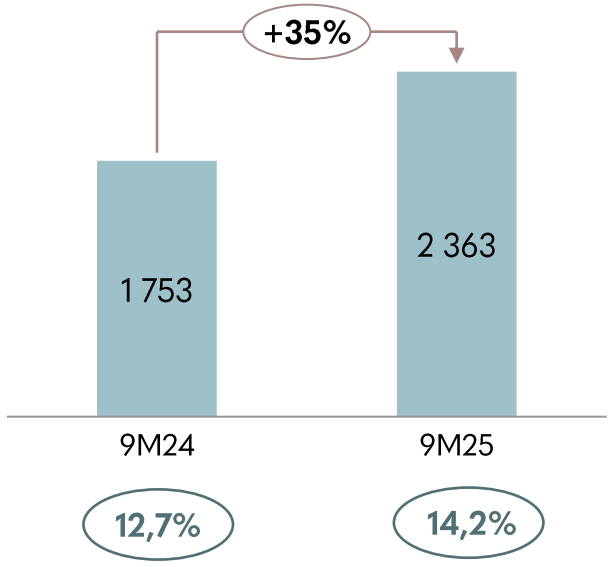
ZYSK EBITDA

mln PLN



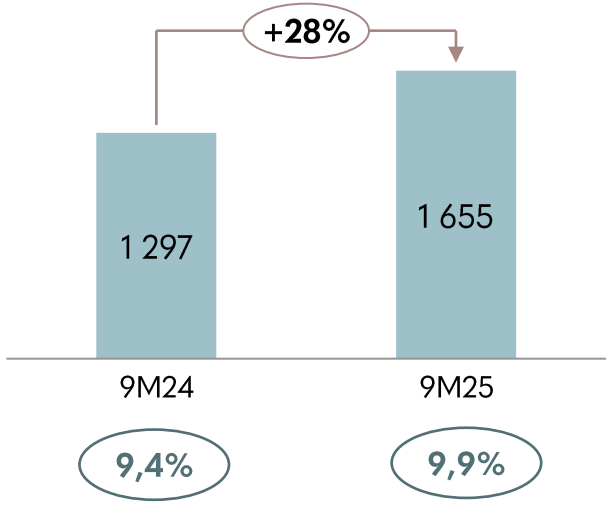
ZYSK OPERACYJNY - EBIT

mln PLN



ZYSK NETTO

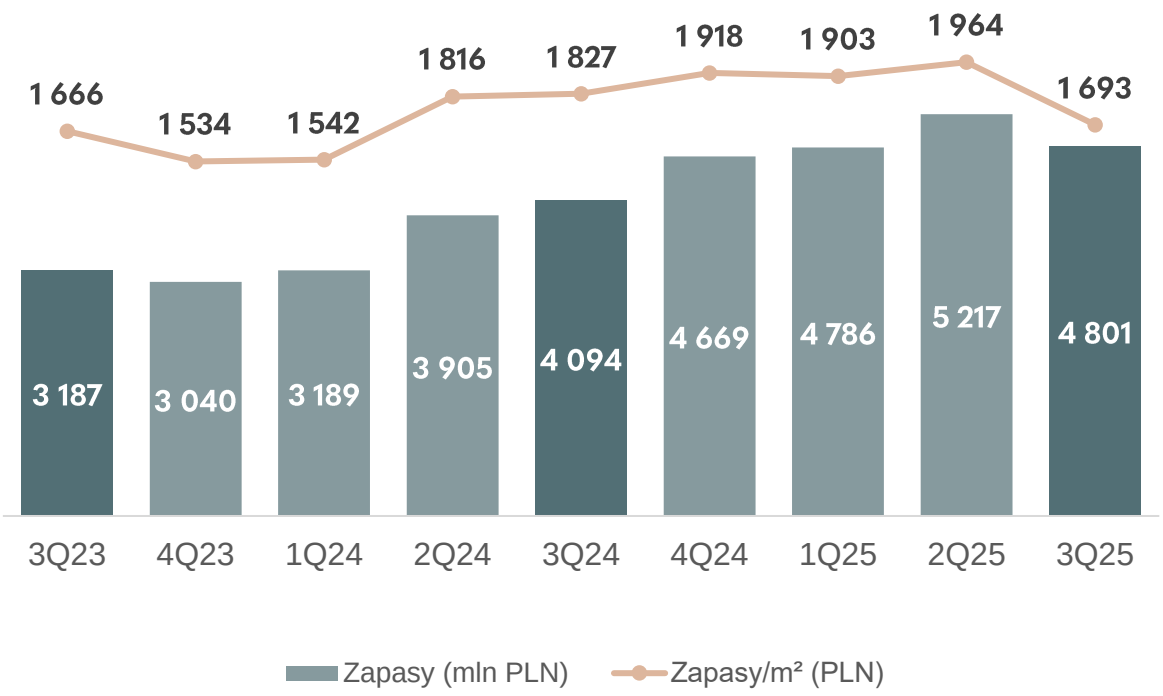
mln PLN



[1] Dla porównywalności dane za 9M24 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.
Dane raportowane za 9M24: Marża EBITDA: 20,5%, Marża EBIT: 12,1%, Marża zysku netto: 8,9%.
Dane za 9M25 rok zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Systematyczna poprawa stanu zapasów

ZAPASY I ZAPASY/M²

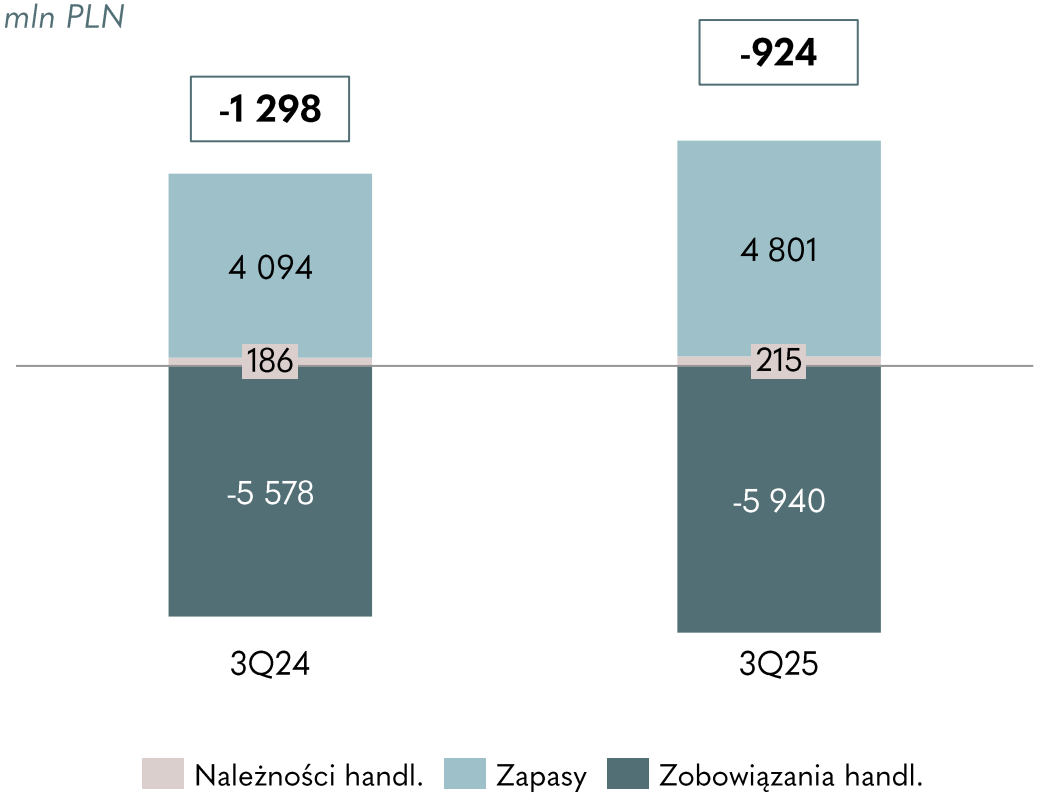


- W 3Q25 spadek poziomu zapasów/m² głównie przez rozłożenie w czasie przyjęć części towarów (modele całoroczne).
- Rotacja zapasów w 3Q25 wyniosła 173 dni (w 3Q24 153 dni).
- Struktura zapasów na koniec 3Q25: ok. 75% stanowi kolekcja Jesień/Zima 2025, ok. 5% kolekcje letnie 2025. Pozostała część uwzględnia modele całoroczne i pierwsze kolekcje Wiosna/Lato 2026.

Korzystny kapitał obrotowy

KAPITAŁ OBROTOWY

mln PLN



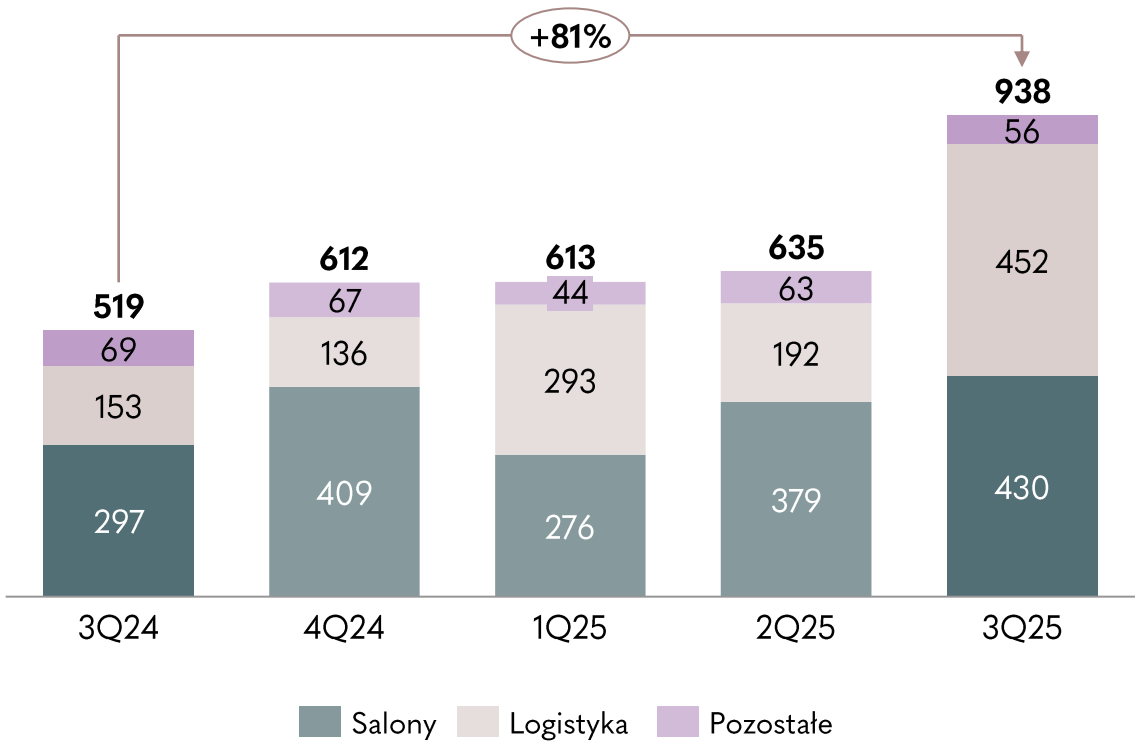
- Cykl obrotu gotówki na korzystnym ujemnym poziomie -33 dni:
  - wolniejsza rotacja zapasów (wzrost ze 153 do 173 dni),
  - stabilny cykl płatności należności (ok. 3 dni),
  - wydłużenie terminów płatności zobowiązań handlowych (z 208 do 209 dni).

[1] Dla porównywalności w 3Q24 należności oczyszczone o wartość należności handlowych od agentów zakupowych (655 mln PLN).

Inwestycje w rozwój logistyki

WYDATKI INWESTYCYJNE

mln PLN

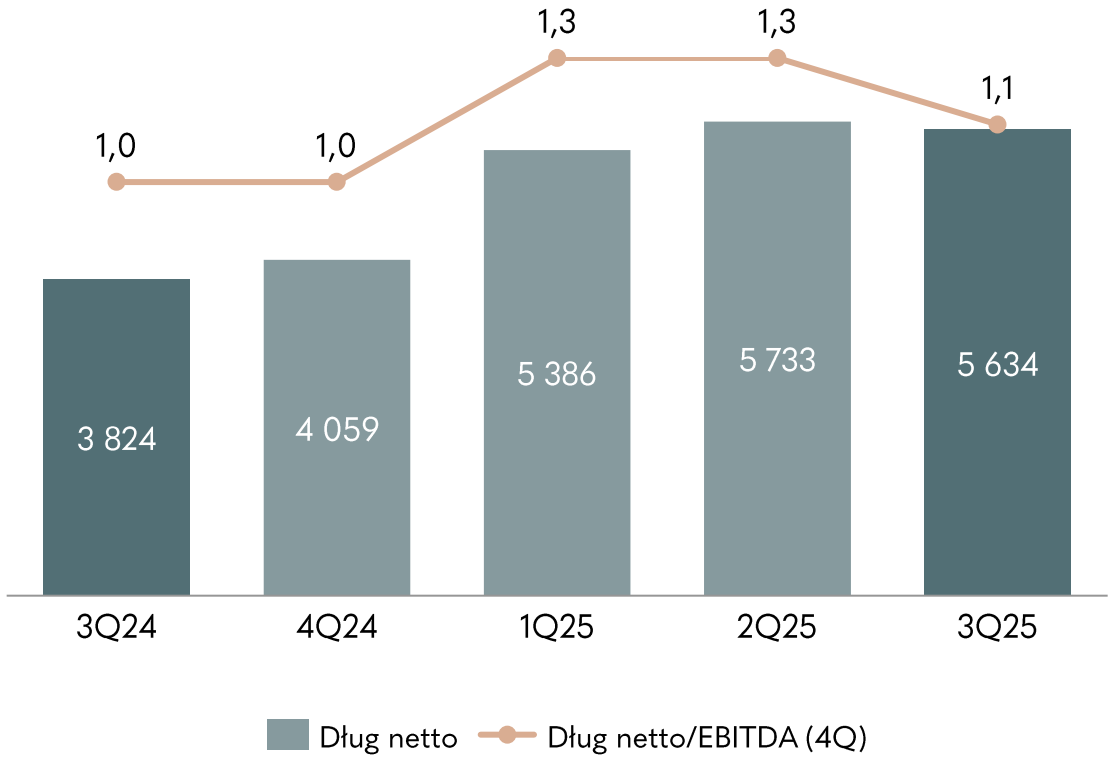


- Nakłady na sklepy wyniosły 430 mln PLN (+45% r/r) ze względu na dynamiczne otwarcia nowych salonów stacjonarnych, głównie marki Sinsay.
- 452 mln PLN (+ 195% r/r) inwestycji logistycznych związanych głównie z rozbudową Centrum Dystrybucyjnego w Brześciu Kujawskim i robotyzacją.

Bezpieczny poziom zadłużenia

DŁUG NETTO

(mln PLN, MSSF16)



- Na koniec 3Q25 zadłużenie netto wg MSSF16 wyniosło 5,6 mld PLN, w tym 5,1 mld PLN z tytułu leasingu.
- Dług netto uwzględnia 0,8 mld PLN jednostek uczestnictwa w funduszach pieniężnych na koniec 3Q25 (0,8 mld PLN w 3Q24).
- Wykorzystanie faktoringu odwróconego wyniosło 3,8 mld PLN w 3Q25 vs. 3,4 mld PLN w 3Q24.

03

Plany na 2025+

„Black week"

OFFLINE
+25% r/r

ONLINE
+40% r/r

OMNICHANNEL
+32% r/r

Black week obejmuje 6 dni od 26.11.2025 do 1.12.2025 w walutach stałych

Outlook na IV kwartał

- 14% wzrostu r/r sprzedaży Grupy w walutach stałych w okresie 1 listopada – 9 grudnia (wpływ kursów walut ok. -1,5pp.):

r/r, waluty stałe	1.11.2025-16.11.2025	17.11.2025-9.12.2025
Sprzedaż	**+3%**	**+22%**
online	-1%	+19%
LFL	-11%	+5%

- Planowane otwarcie 350-400 nowych salonów wszystkich marek w 4Q25.

Cele na 2025 rok

	2024 wykonanie	2025 dotychczas	2025 nowy
Sprzedaż z działalności podstawowej[1], mld PLN	19,4	*ok. 23 - 24*	ok. 23 – 23,5
w tym:			
Offline	13,9	*ok. +20 - 25% r/r*	ok. +20% r/r
Online	5,4	*ok. +20 - 25% r/r*	ok. +20% r/r
Marża brutto na sprzedaży[1]	55,2%	*53% - 54%*	54,5% - 55%
SG&A % sprzedaży[1]	42,6%	*41% - 42%*	40,5% - 41%
Marża EBITDA	21,1%	*19% - 20%*	22% - 23%
Marża zysku netto	9,0%	*7% - 8%*	ok. 9%
Capex (mld PLN)	1,8	*3,1*	2,9
Dług netto / EBITDA	1,0	*ok. 1,6*	ok. 1,1

[1] Dla porównywalności dane za 2024 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.
Dane za 2025 zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Cele na 2026

	2025	2026
Sprzedaż z działalności podstawowej, mld PLN w tym: Offline Online	ok. 23 – 23,5 ok. +20% r/r ok. +20% r/r	ok. 28 - 29 ok. +20 - 25% r/r ok. +20% r/r
Marża brutto na sprzedaży	54,5% - 55%	54% - 54,5%
SG&A % sprzedaży	40,5% - 41%	40% - 41%
Marża EBITDA	22% - 23%	22% - 23%
Marża zysku netto	ok. 9%	ok. 9%
Capex (mld PLN)	2,9	2,6
Dług netto / EBITDA	ok. 1,1	ok. 1,1
Powierzchnia (mln m^2 ,na koniec roku)	ok. 3,1	ok. +20% r/r

Dane za 2025 zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Podsumowanie 3Q25

01

Dynamiczny wzrost zysków

Kolejny kwartał ze wzrostem zysków na każdym poziomie: EBITDA, EBIT, zysk netto.

02

Bardzo dobra sprzedaż

Wzrost sprzedaży ogółem r/r o +23% w CC, w tym wzrost e-commerce +22% w CC.

03

Efektywność kosztowa

Poprawa wskaźnika SG&A/sprzedaż o prawie 3 pp. r/r.

04

Rozwój skupiony na rentowności

Systematyczny rozwój sieci przy zachowaniu dobrej jakości wyników finansowych.

04

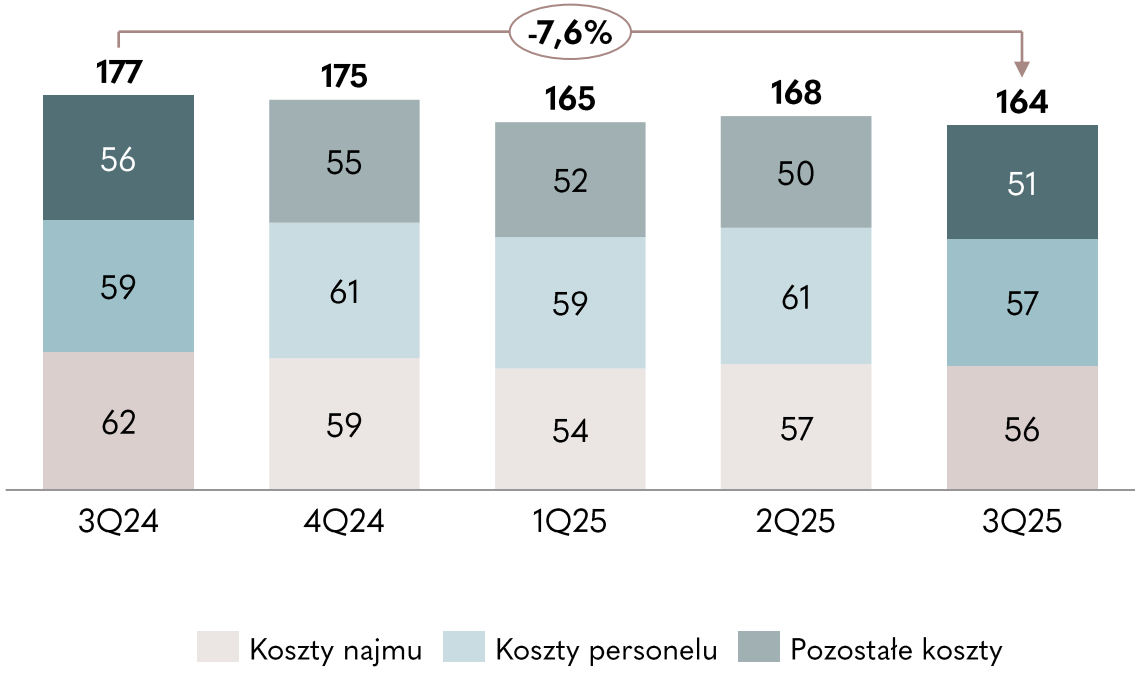
Q&A

05

Back-up

Niższe koszty sklepów własnych

KOSZTY SKLEPÓW WŁASNYCH/M²



- Niższe r/r koszty najmu/m² → większa liczba otwieranych salonów marki Sinsay z niższymi czynszami.
- Niższe r/r kosztów personelu/m² → efektywne zarządzanie czasem pracy w salonach.
- Spadek r/r pozostałych koszty/m² → optymalizacja zużycia energii i kosztów usług zewnętrznych.

Wpływ odpisu na wyniki 2025 roku

mln PLN	9M25 raportowane	9M25 biznesowe	zmiana
Przychody	**16 649**	**16 649**	-
Marża brutto na sprzedaży	*55,3%*	*55,3%*	-
Koszty SG&A	6 789	6 789	-
Zysk na sprzedaży	2 423	2 423	-
Pozostała działalność operacyjna	-882	-59	823
Pozostałe przychody operacyjne	433	433	-
Pozostałe koszty operacyjne	1 315	492	-823
Zysk operacyjny	**1 541**	**2 363**	**823**
Marża EBIT	*9,3%*	*14,2%*	*4,9 pp.*
Działalność finansowa netto	-333	-298	35
Przychody finansowe	29	50	21
Koszty finansowe	362	348	-14
Zysk netto	**783**	**1 655**	**873**
EBITDA	**3 050**	**3 872**	**823**

- W związku z otrzymaniem informacji od inwestorów, którzy zakupili w 2022 roku udziały spółki rosyjskiej o ryzyku utraty płynności finansowej nabytej spółki, podjęto decyzję o utworzeniu odpisu aktualizującego na całość niespłaconych należności handlowych.
- Narastająco za 9 miesięcy 2025 roku kwota odpisu wyniosła 823 mln PLN:
  - 582 mln PLN należności handlowych za towary,
  - 241 mln PLN należności za sprzedaż spółki.

Wybrane wyniki finansowe

mln PLN, MSSF16	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	r/r
Przychody	4 306	5 005	5 212	5 671	4 954	5 554	6 141	17,8%
Przychody[1]	4 074	4 731	5 050	5 551	4 954	5 554	6 141	21,6%
Marża brutto na sprzedaży	*52,1%*	*52,5%*	*54,8%*	*52,7%*	*54,0%*	*54,0%*	*57,6%*	*2,8 pp.*
Marża brutto na sprzedaży[1]	*55,1%*	*55,6%*	*56,6%*	*53,9%*	*54,0%*	*54,0%*	*57,6%*	*1,0 pp.*
Koszty SG&A	1 823	2 009	2 096	2 331	2 179	2 230	2 380	13,5%
SG&A % sprzedaży	*42,3%*	*40,1%*	*40,2%*	*41,1%*	*44,0%*	*40,2%*	*38,8%*	*-1,5 pp.*
SG&A % sprzedaży[1]	*44,7%*	*42,5%*	*41,5%*	*42,0%*	*44,0%*	*40,2%*	*38,8%*	*-2,7 pp.*
Zysk operacyjny	411	611	731	662	464	689	388	-46,9%
Marża EBIT	*9,5%*	*12,2%*	*14,0%*	*11,7%*	*9,4%*	*12,4%*	*6,3%*	*-7,7 pp.*
Marża EBIT[1]	*10,1%*	*12,9%*	*14,5%*	*11,9%*	*9,4%*	*12,9%*	*19,2%*	*4,7 pp.*
Zysk netto	277	443	577	450	332	467	-16	n/m
Marża zysku netto	*6,4%*	*8,9%*	*11,1%*	*7,9%*	*6,7%*	*8,4%*	*-0,3%*	*-11,3 pp.*
Marża zysku netto[1]	*6,8%*	*9,4%*	*11,4%*	*8,1%*	*6,8%*	*9,4%*	*13,0%*	*1,6 pp.*
Zysk EBITDA	795	1 018	1 157	1 134	938	1 194	918	-20,7%
Marża EBITDA	*18,5%*	*20,3%*	*22,2%*	*20,0%*	*18,9%*	*21,5%*	*14,9%*	*-7,3 pp.*
Marża EBITDA[1]	*19,5%*	*21,5%*	*22,9%*	*20,4%*	*19,0%*	*22,0%*	*27,8%*	*4,9 pp.*

[1] Dla porównywalności dane za 2024 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.
Dane za 2025 zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

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, Albania, Kosowo), WE (Niemcy, Wielka Brytania, Finlandia, Włochy), EE i CAsia (Ukraina, Białoruś, Kazachstan, Uzbekistan, Azerbejdżan) oraz działalność w ME (Egipt, Katar, Kuwejt, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Izrael, Arabia Saudyjska, Bahrajn). Nie zawiera sprzedaży do Agentów zakupowych.
Sprzedaż GK LPP	Całkowite przychody ze sprzedaży GK.
Sprzedaż omnichannel	Suma sprzedaży offline, online marek (nie zawiera sprzedaży pozostałej i sprzedaży do Agentów zakupowych).
Sprzedaż LFL	Sprzedaż w sklepach stacjonarnych, które działały przez ostatnie 14 miesięcy. Obliczenia prowadzone są wg walut w krajach sprzedaży tj. w walutach lokalnych
Sprzedaż z działalności podstawowej	Suma sprzedaży offline, online i pozostałej (nie zawiera sprzedaży do Agentów zakupowych).
EBITDA	Zysk operacyjny powiększony o amortyzację z rachunku przepływów pieniężnych.
Średniomiesięczna sprzedaż/ m^2	Kwartalna sprzedaż segmentu lub marki/ średnią pracującą całkowitą powierzchnię/ 3.
Średniomiesięczne koszty funkcjonowania sklepów własnych/ m^2	Kwartalne koszty funkcjonowania sklepów własnych/średniomiesięczną powierzchnię sklepów własnych (tzn. bez sklepów franczyzowych, które stanowią ok. 1,6% powierzchni pracującej)/ 3.
Średniomiesięczne koszty SG&A PLN/ m^2	Kwartalne koszty SG&A/średniomiesięczną powierzchnię sklepów bez sklepów z ME/ 3.
Zapasy/ m^2	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.
Przychody w walutach stałych (CC)	Odniesienie przychodów bieżących do przychodów z rekalkulacją okresu porównawczego do walut stałych (kursem bieżącym).
Zysk operacyjny z dział. podstawowej	Zysk operacyjny wypracowany na działalności GK LPP z wyłączeniem wyników na sprzedaży do agentów zakupowych w okresie przejściowym.

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