Prezentacja wyników za 4Q25

WARSZAWA, 26 MARCA 2026

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 2025

Dynamiczny rozwój i skalowanie biznesu

1 029
otwartych salonów

- w tym 913 w marce Sinsay
- 3 748 sklepów na koniec 2025

6
nowych krajów

Kosowo, Albania, Uzbekistan, Azerbejdżan, Mołdawia i Gruzja

6,4 mld PLN
sprzedaży online

- +19% r/r w CC
- 28% udziału w całości sprzedaży

3,2 mld PLN
inwestycji

w tym ponad 1,3 mld PLN na logistykę i automatykę

Siła finansowa

1,1x
dług netto/EBITDA

bardzo bezpieczny
poziom zadłużenia

13,5 mld PLN
finansowania

zabezpieczonego
na okres 3-5 lat

900 PLN
dywidenda na akcję w 2026

ponad 36% wzrost r/r

Rekordowe zyski w 2025 roku

23,1
mld PLN
przychodów

+19% r/r[1]

5,4
mld PLN
EBITDA

+31% r/r

marża 23,3%
+2,2 pp. r/r

3,3
mld PLN
zysku operacyjnego

+37% r/r

marża 14,3%
+1,9 pp. r/r

2,4
mld PLN
zysku netto

+36% r/r

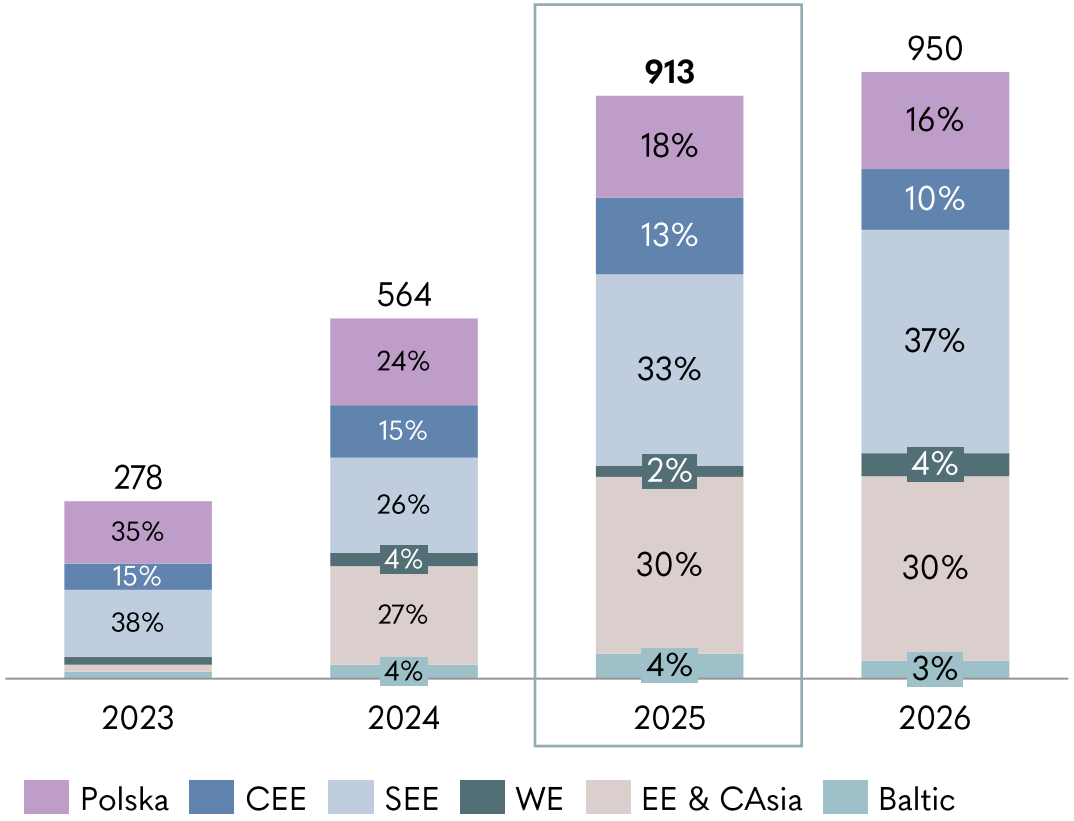
marża 10,3%
+1,2 pp. r/r

[1]Dynamika na działalności podstawowej w walutach stałych: +21%. Dynamika raportowana z uwzględnieniem sprzedaży do agentów zakupowych w 2024: +14%.
Dla porównywalności dane za 2024 rok zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.
Dane za 2025 rok zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Rozwój sieci sklepów Sinsay

NOWE SALONY SINSAY

(wg regionów)

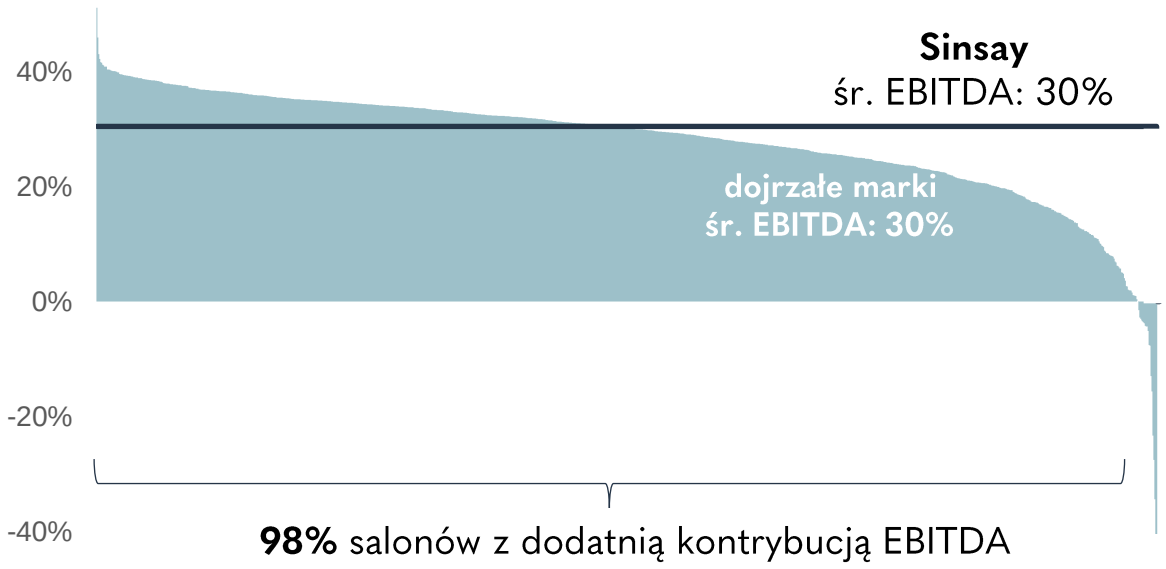


- Otwarcie **913** salonów marki Sinsay w 2025
- Na koniec 2025 roku **2 388** sklepów
- **Debiut marki w 6 nowych krajach:** Kosowo, Albania, Mołdawia, Uzbekistan, Azerbejdżan, Gruzja
- **Ekspansja i zbudowanie pozycji w Azji Centralnej** (około 15% wszystkich nowych sklepów w 2026)

Sinsay: sprawdzony model o wysokiej rentowności

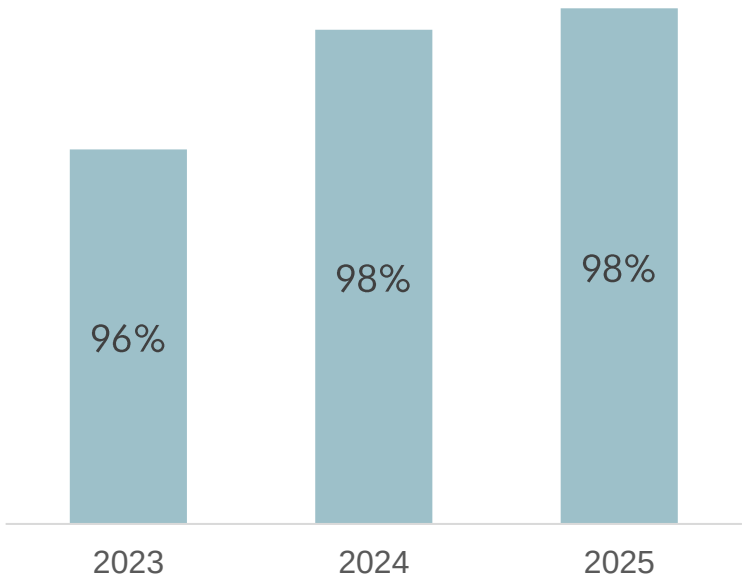
RENTOWNOŚĆ SALONÓW[1]

(EBITDA %, dane za 2025)



UDZIAŁ RENTOWNYCH SALONÓW[1]

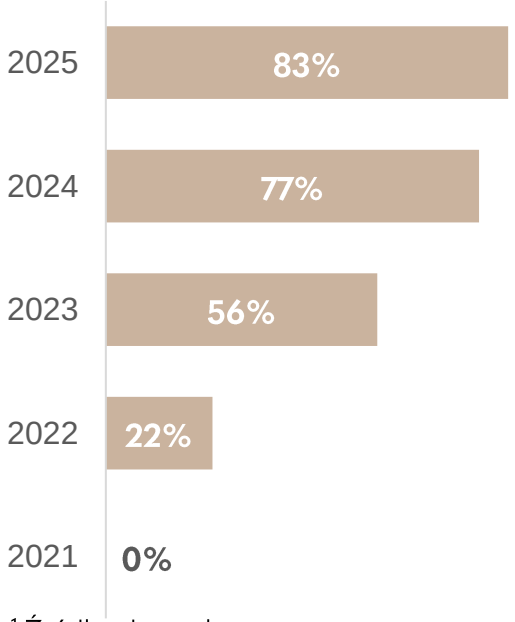
(dane za 2025)



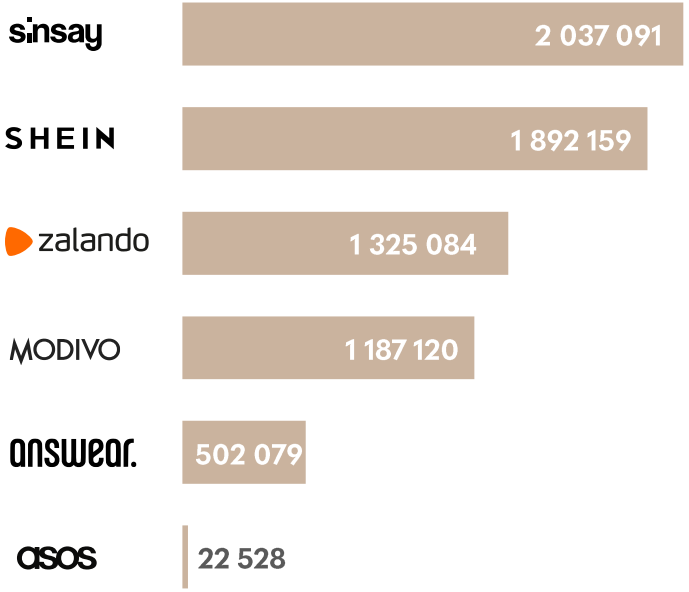
[1] dane dla salonów otwartych dłużej niż 6 miesięcy

Aplikacja Sinsay wspiera sklepy stacjonarne i buduje lojalność

APLIKACJA SINSAY UDZIAŁ W SPRZEDAŻY[1]



POBRANIA APLIKACJI W POLSCE W 2025[2]



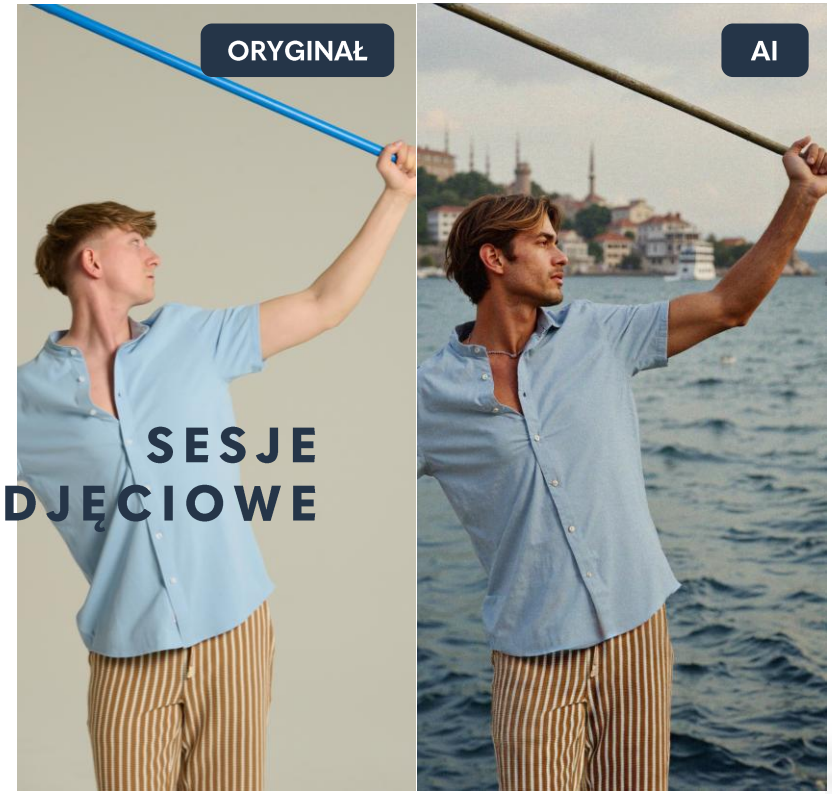
32 mln
całkowita liczba pobrań[1]
+45% r/r

11 mln
aktywnych użytkowników[1]

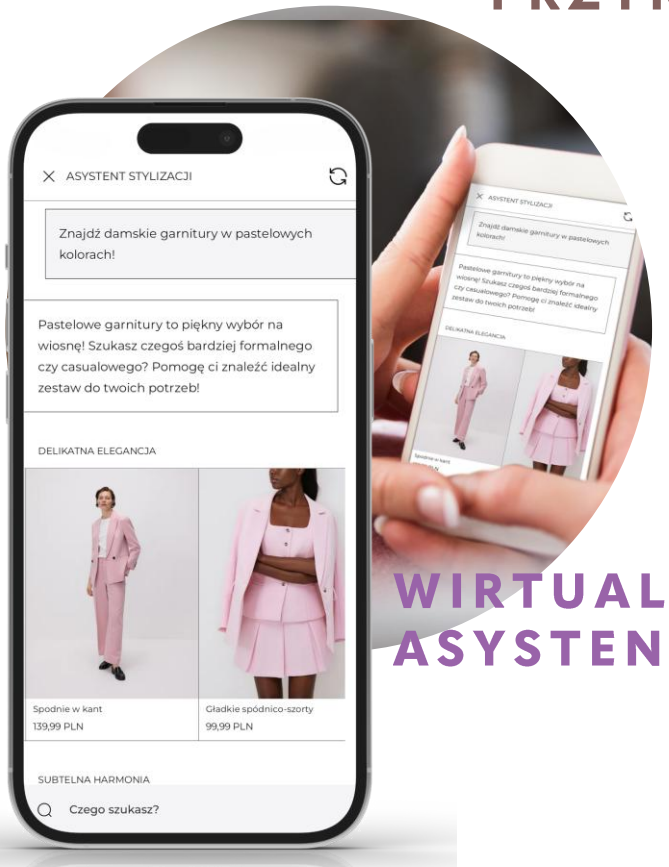
#1
aplikacja odzieżowa[3]

[1] Źródło: dane własne
[2] Źródło: Sensor Tower
[3] Źródło: raport AppMagic (najczęściej pobierane aplikacje w kategorii moda w Polsce w 2025)

Rozwiązania AI wspierające doświadczenie zakupowe

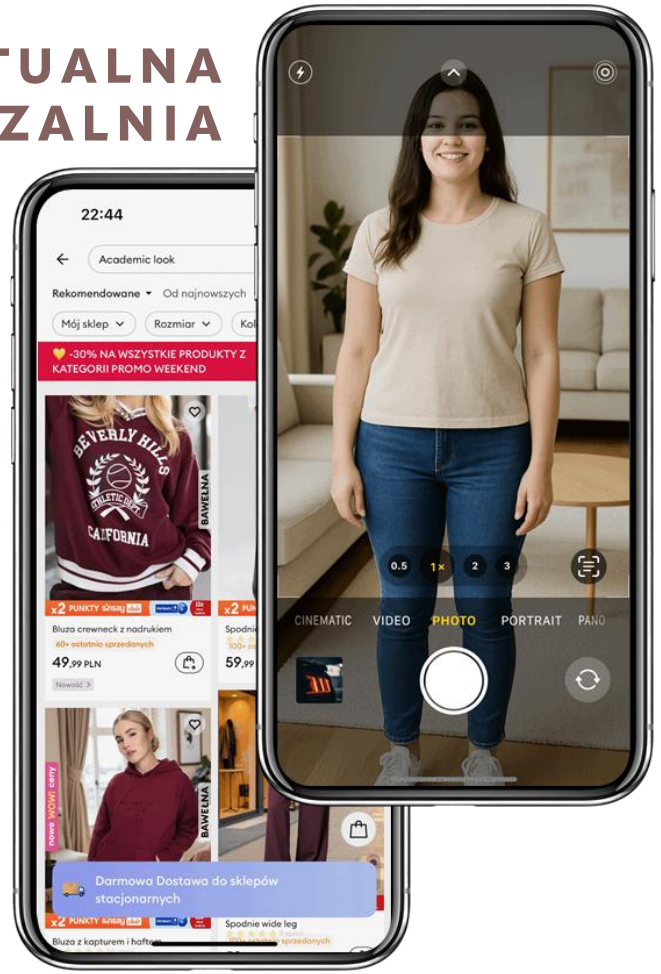


SESJE ZDJĘCIOWE



WIRTUALNY ASYSTENT

WIRTUALNA PRZYMIERZALNIA



Dźwignia technologiczna w operacjach

LOGISTYKA

3 500+

robotów

Silnik rekomendacyjny, prognozy i alokacja towarów

NARZĘDZIE WSPIERAJĄCE ROZWÓJ SIECI STACJONARNEJ

OBSŁUGA KLIENTA

35

języków

200+

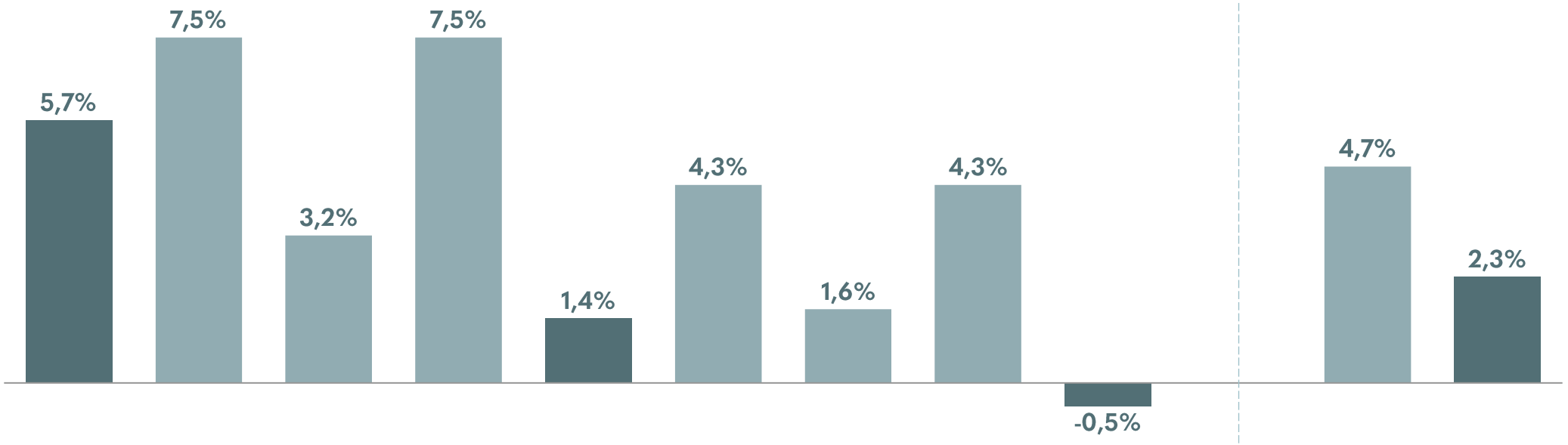
rozmów jednocześnie

02

Wyniki finansowe 4Q25

Sprzedaż w salonach LFL

SPRZEDAŻ PORÓWNYWALNA (LFL)

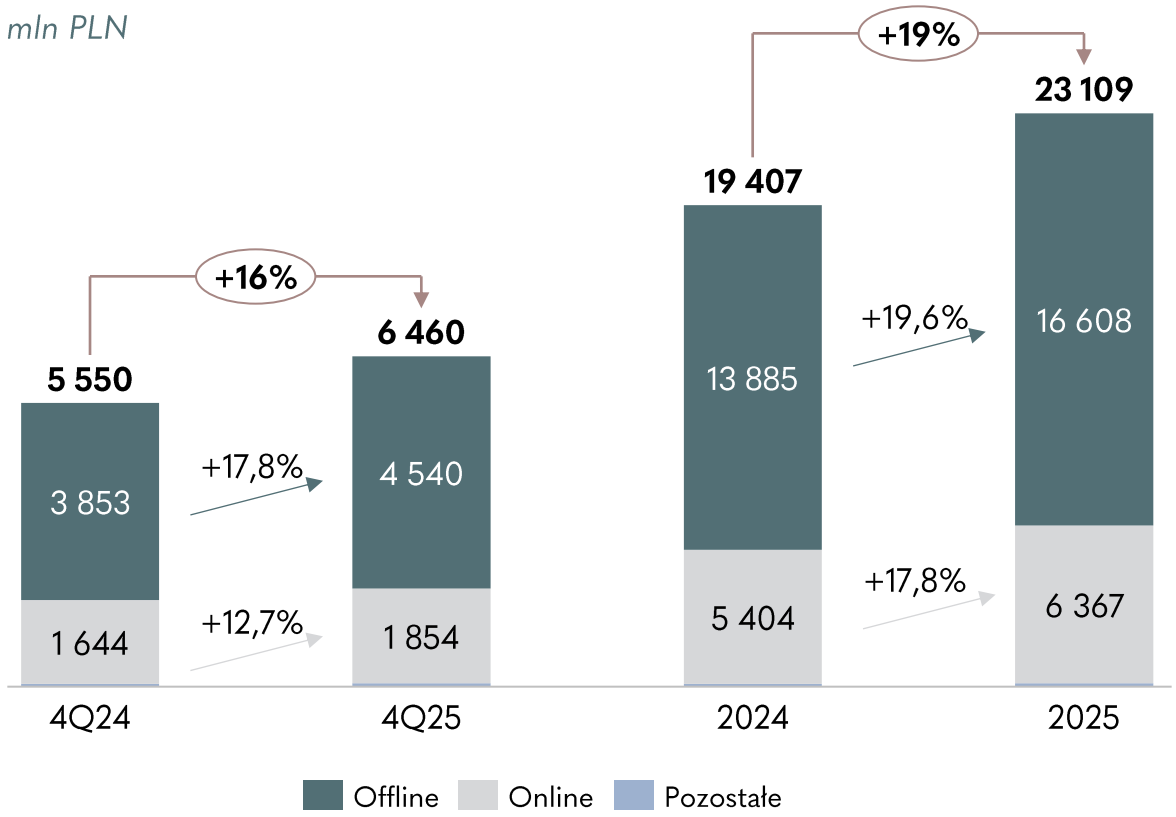


	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	2024	2025	LFL 2-letnie (średnia)
Sinsay	16,1%	20,3%	8,7%	11,2%	1,5%	0,9%	-0,6%	-1,7%	-1,6%	9,4%	-0,9%	4,1%
dojrzałe marki	1,9%	-0,7%	-0,5%	4,6%	1,4%	7,9%	3,7%	10,8%	0,5%	1,2%	5,5%	3,3%

Dwucyfrowe dynamiki sprzedaży w obu kanałach

SPRZEDAŻ GRUPY[1]

mln PLN

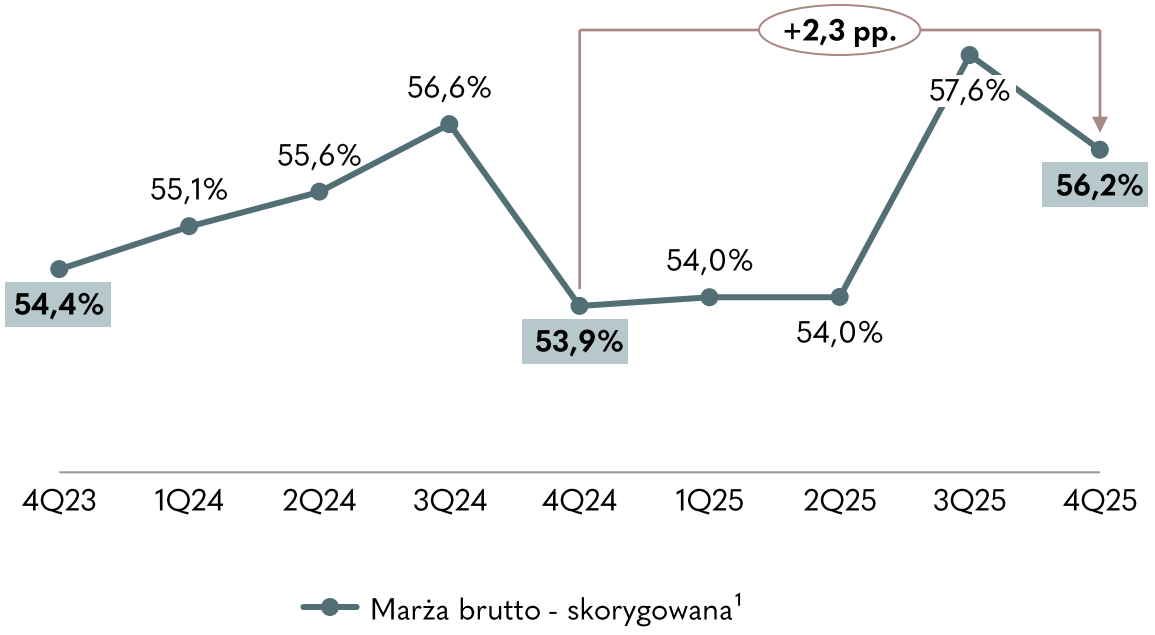


- Wpływ kursów walut w 4Q25: ok. -2,0 pp.
- Dwucyfrowe dynamiki sprzedaży w 4Q25 zarówno w Polsce (+14,5% r/r) jak i za granicą (+17,8% r/r).
- Sprzedaż internetowa w 4Q25 stanowiła 28,7% przychodów Grupy (29,0% w 4Q24).
- Udział aplikacji w sprzedaży internetowej:
  - Sinsay ok. 83% (+11 pp. r/r),
  - Reserved ok. 63% (+11 pp. r/r).

[1] Dane za 2024 nie zawierają sprzedaży do agentów zakupowych (4Q24: 121 mln PLN, 2024: 787 mln PLN).

Poprawa marży brutto na sprzedaży

KWARTALNA MARŻA BRUTTO GRUPY

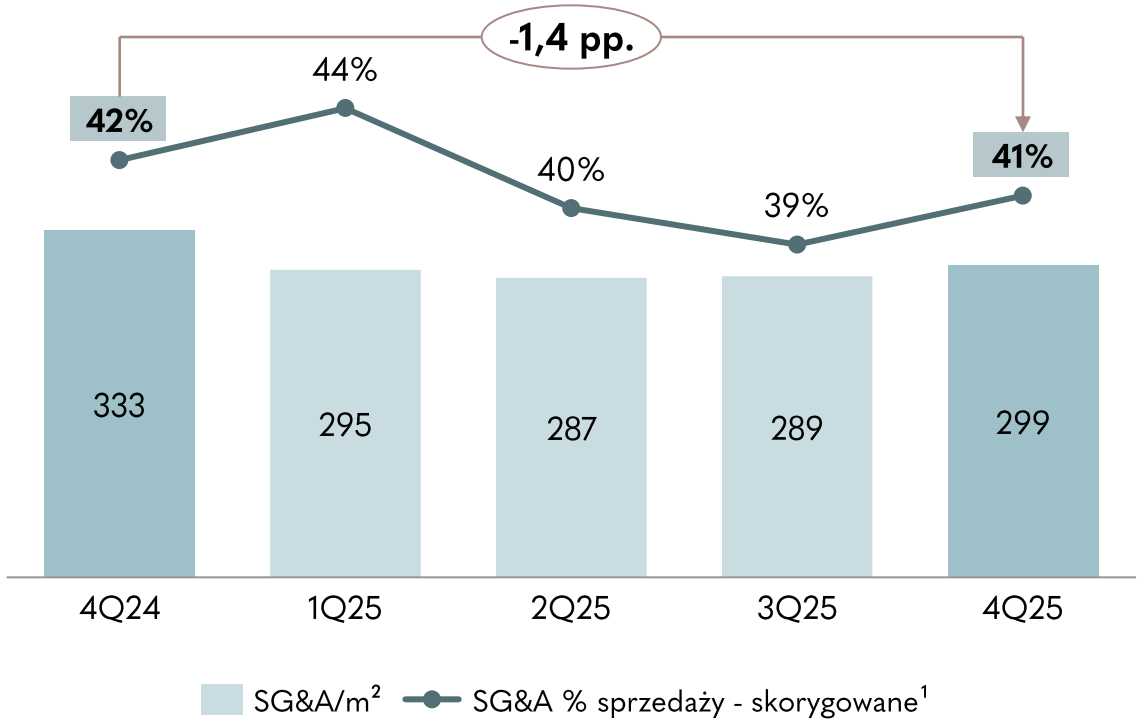


- Wyższa r/r marża brutto pomimo rosnącego udziału marki Sinsay w sprzedaży.
- Kolekcje zamówione przy korzystnym kursie USD/PLN, widoczny pozytywny efekt umocnienia złotówki.
- Korzystna marża brutto na sprzedaży w okresie zimowych wyprzedaży.

[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



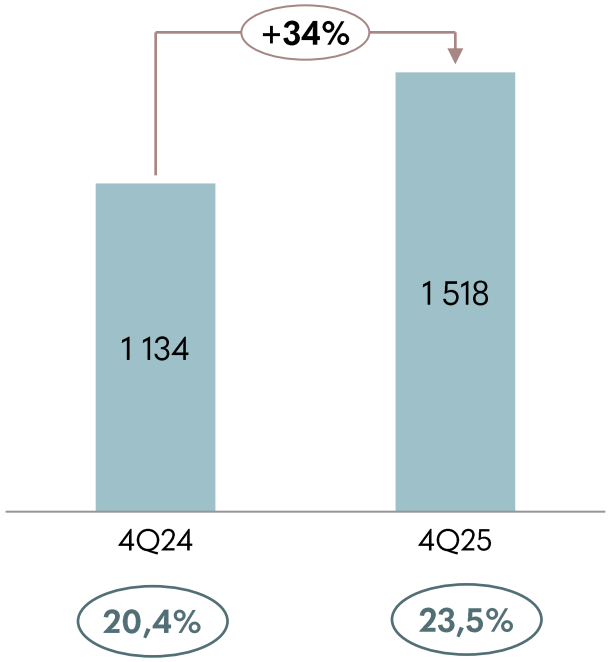
[1] Dla porównywalności dane za 2024 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.

- Wzrost kosztów SG&A wolniejszy od wzrostu sprzedaży.
- Wzrost kosztów SG&A o 12,6% r/r głównie ze względu na intensywny rozwój (koszty nowych salonów), wyższe koszty logistyczne wynikające ze wzrostu wolumenu towarów oraz ponoszone dodatkowe koszty logistyczne podczas okresu tzw. „business interruption" po pożarze magazynu w Rumunii na koniec czerwca 2025 r.
- Spadek kosztów SG&A/m² o 10,1% r/r → wdrożone automatyzacje w logistyce, kontrola kosztów w centrali, w tym elastyczne zarządzanie wydatkami na performance marketing.

Dynamiczny wzrost zysków w 4Q25

ZYSK EBITDA

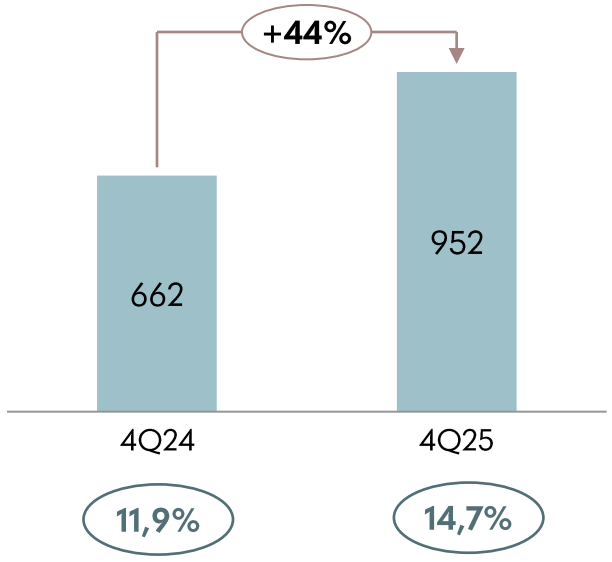
mln PLN



Marża EBITDA[1]

ZYSK OPERACYJNY - EBIT

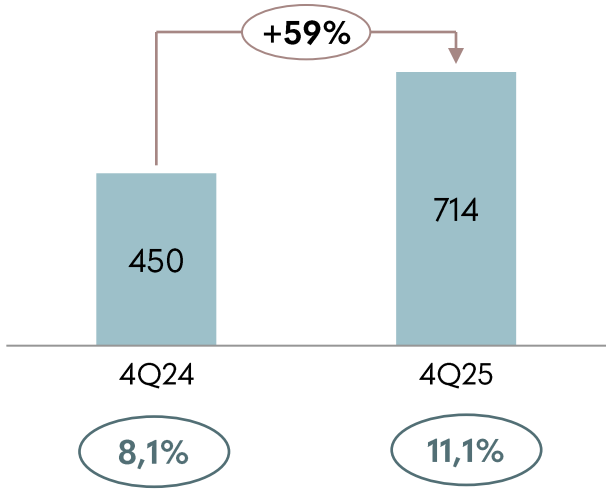
mln PLN



Marża EBIT[1]

ZYSK NETTO

mln PLN



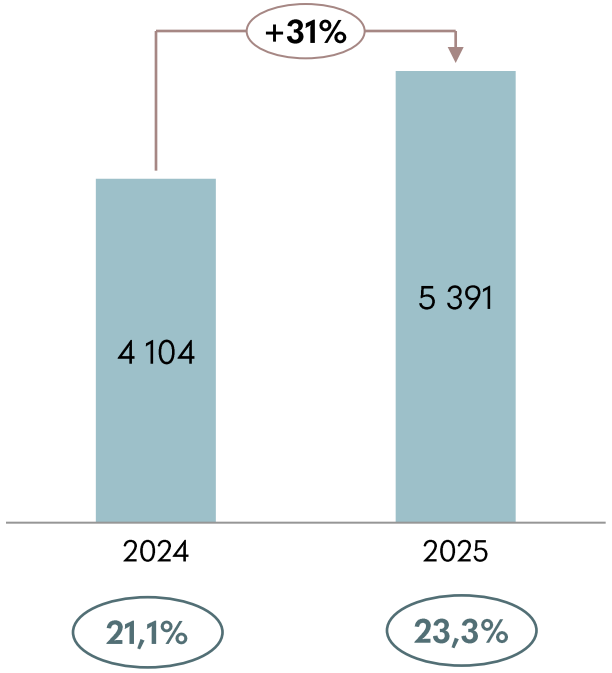
Marża zysku netto[1]

[1] Dla porównywalności dane za 4Q24 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.
Dane raportowane za 4Q24: Marża EBITDA: 20,0%, Marża EBIT: 11,7%, Marża zysku netto: 7,9%.
Dane za 3Q25 rok zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Rekordowe zyski w 2025 roku

ZYSK EBITDA

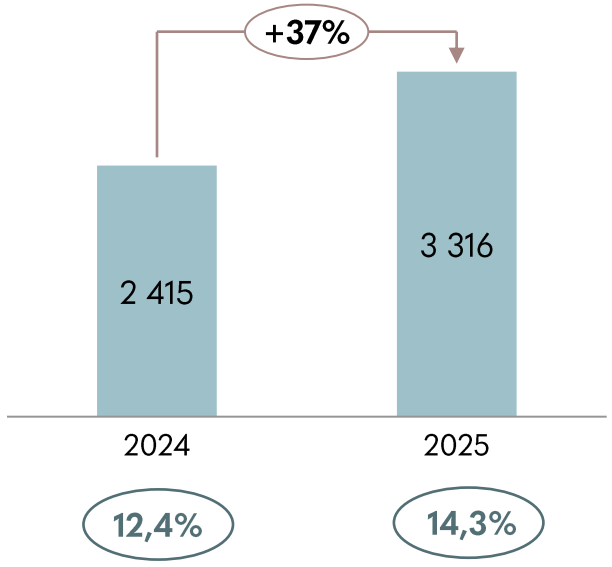
mln PLN



Marża EBITDA[1]

ZYSK OPERACYJNY - EBIT

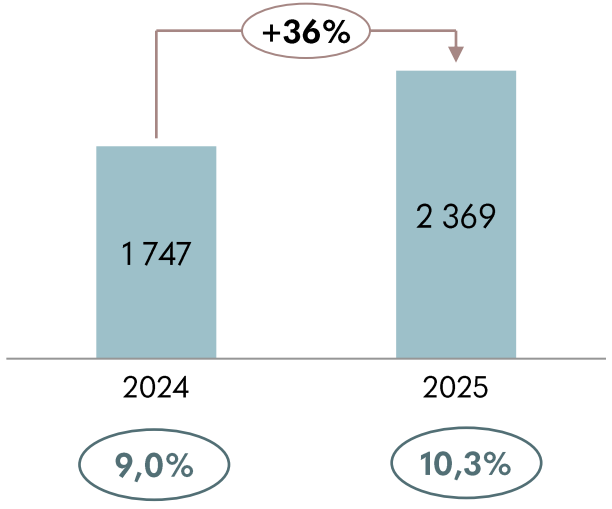
mln PLN



Marża EBIT[1]

ZYSK NETTO

mln PLN

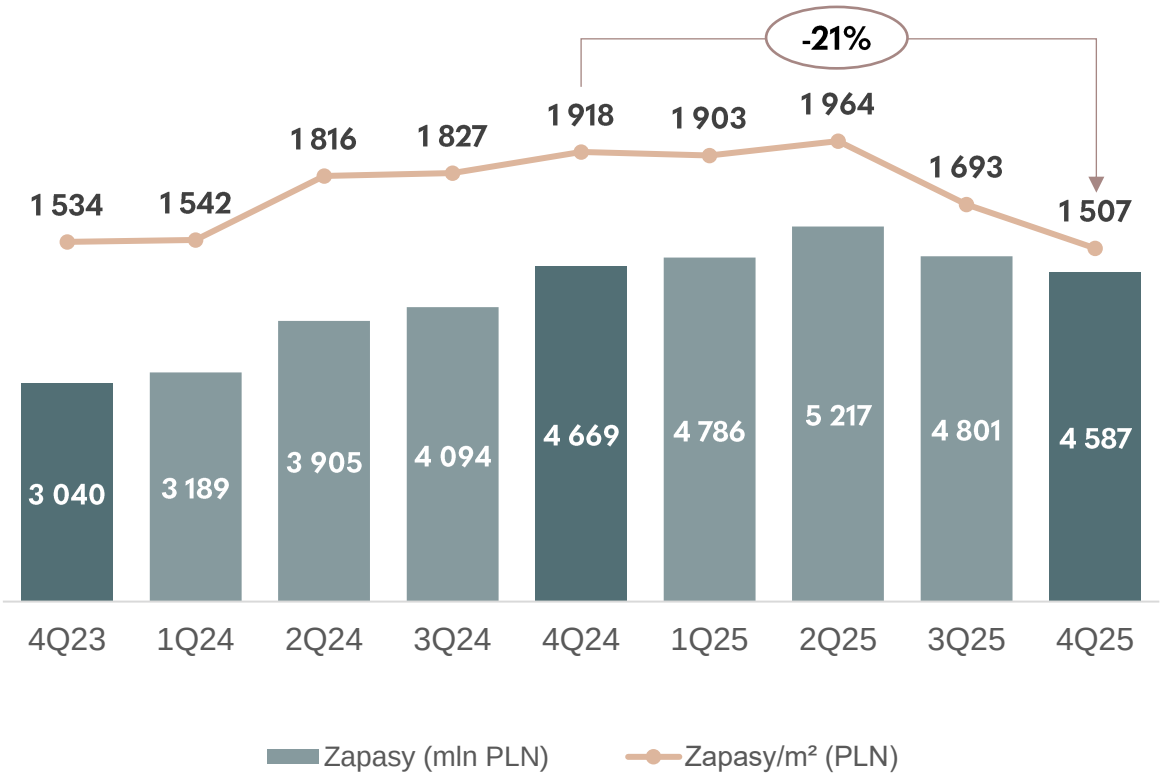


Marża zysku netto[1]

[1] Dla porównywalności dane za 2024 zostały oczyszczone o wpływ transakcji z agentami zakupowymi w okresie przejściowym.
Dane raportowane za 2024: Marża EBITDA: 20,3%, Marża EBIT: 12,0%, Marża zysku netto: 8,7%.
Dane za 2025 rok zostały oczyszczone o wpływ dokonanego odpisu aktualizującego wartość należności z tytułu zbycia biznesu rosyjskiego.

Systematyczna poprawa stanu zapasów

ZAPASY I ZAPASY/M²

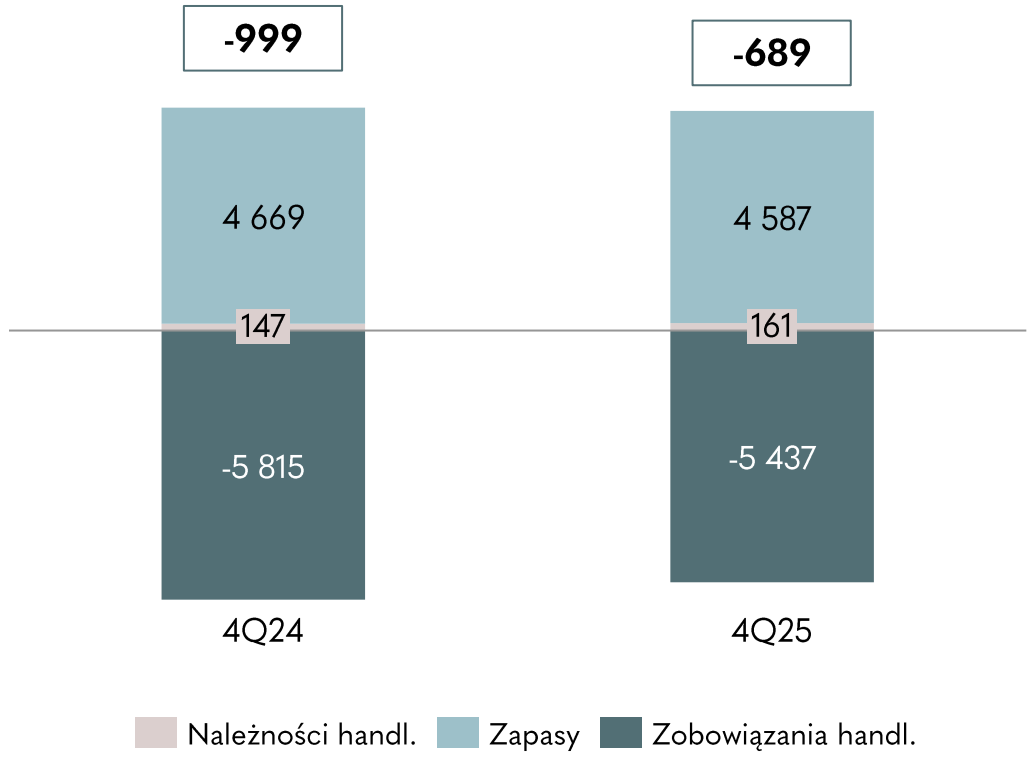


- Na koniec 2025 roku zapasy wyniosły 4,6 mld PLN, spadek r/r o 82 mln PLN (-1,8% r/r).
- W 4Q25 spadek poziomu zapasów/m² o 21,4% r/r głównie ze względu na wysoką bazę, wzrost powierzchni handlowej oraz aktywne zarządzanie towarem w ciągu roku.
- Rotacja zapasów w 4Q25 wyniosła 149 dni (w 4Q24 147 dni).
- Struktura zapasów na koniec 4Q25: prawie 80% stanowi kolekcja Wiosna/Lato 2026, ok. 14% kolekcja Jesień/Zima 2025. Pozostała część uwzględnia modele całoroczne.

Korzystny kapitał obrotowy

KAPITAŁ OBROTOWY

mln PLN



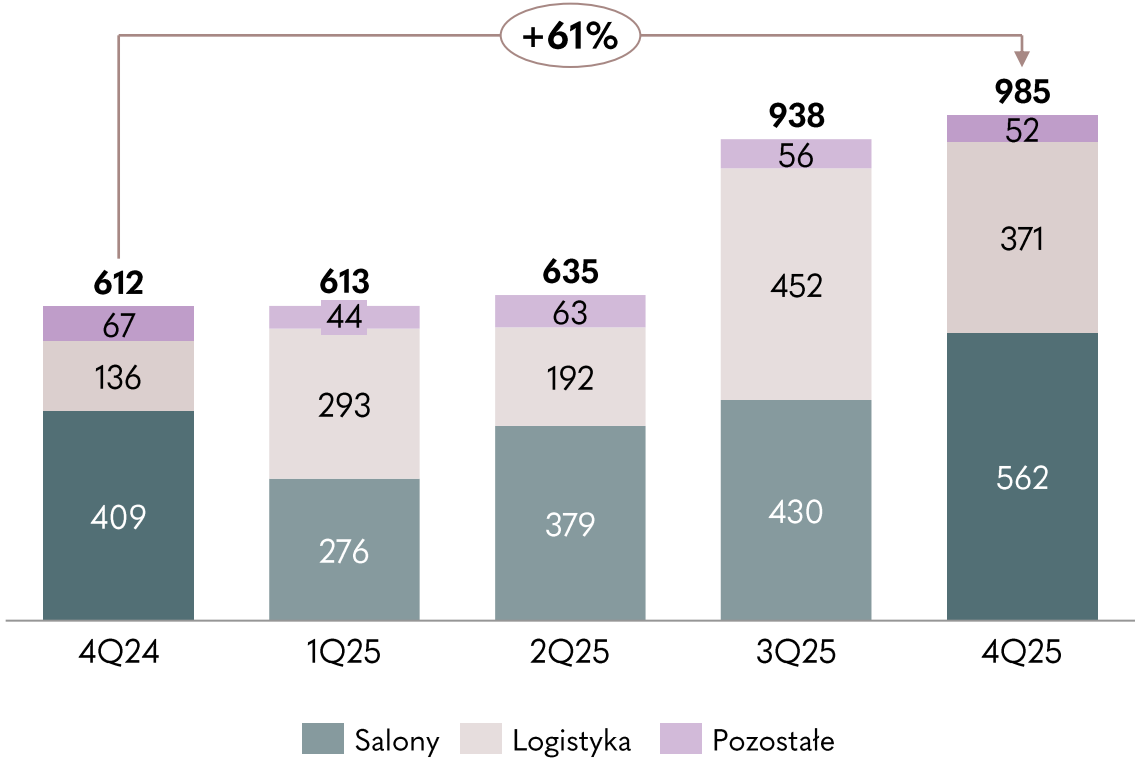
- Cykl obrotu gotówki na korzystnym ujemnym poziomie -29 dni:
  - wolniejsza rotacja zapasów (wzrost ze 147 do 149 dni),
  - stabilny cykl płatności należności (ok. 3 dni),
  - skrócenie terminów płatności zobowiązań handlowych (z 191 do 181 dni).

[1] Dla porównywalności w 4Q24 należności oczyszczone o wartość należności handlowych od agentów zakupowych (610 mln PLN).

Rekordowe inwestycje: 3,2 mld PLN w 2025

WYDATKI INWESTYCYJNE

mln PLN

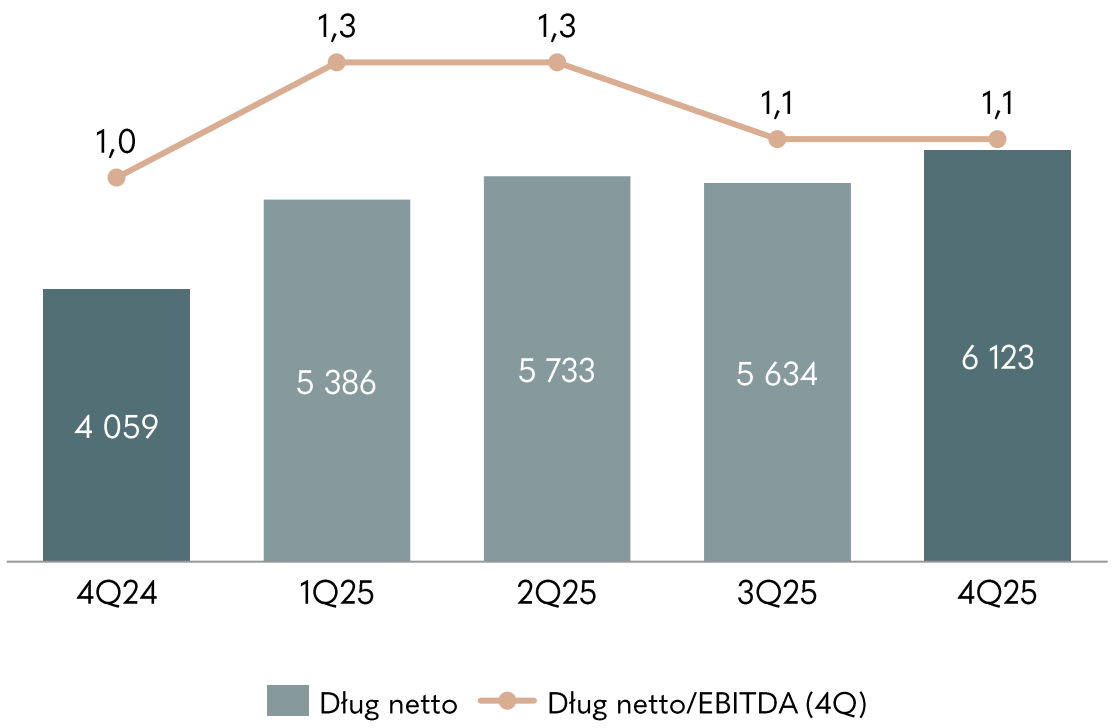


- 3,2 mld PLN inwestycji w 2025 roku (2024: 1,8 mld PLN).
- Nakłady na sklepy w 4Q25 wyniosły 562 mln PLN (+37% r/r) ze względu na dynamiczne otwarcia nowych salonów stacjonarnych, głównie marki Sinsay.
- 371 mln PLN (+ 173% r/r) inwestycji logistycznych związanych głównie z rozbudową Centrum Dystrybucyjnego w Brześciu Kujawskim i robotyzacją.

Bezpieczny poziom zadłużenia

DŁUG NETTO

(mln PLN, MSSF16)



- Na koniec 4Q25 zadłużenie netto wg MSSF16 wyniosło 6,1 mld PLN, w tym 5,5 mld PLN z tytułu leasingu.
- Dług netto uwzględnia 0,8 mld PLN jednostek uczestnictwa w funduszach pieniężnych na koniec 4Q25 (0,9 mld PLN w 4Q24).
- Wykorzystanie faktoringu odwróconego wyniosło 2,9 mld PLN w 4Q25 vs. 3,3 mld PLN w 4Q24.

03

Plany na 2026

Outlook na I kwartał

- 13% wzrostu r/r sprzedaży Grupy w walutach stałych w okresie 1 lutego – 23 marca (wpływ kursów walut ok. -1,0pp.):

r/r, waluty stałe	1.02.2026-28.02.2026	1.03.2026-23.03.2026
Sprzedaż	**+10%**	**+18%**
online	-3%	+7%
LFL	-3%	+4%

- Planowane otwarcie około 120 nowych salonów wszystkich marek w I kwartale oraz około 350 w I półroczu 2026 roku.

Cele na 2026

	2025	2026	2026 update
Sprzedaż z działalności podstawowej, mld PLN w tym: Offline Online	23,1 16,6 6,4	ok. 28 - 29 ok. +20 - 25% r/r ok. +20% r/r	*bez zmian*
Marża brutto na sprzedaży	55,6%	54,0% - 54,5%	55,0% - 55,5%
SG&A % sprzedaży	40,7%	40% - 41%	*bez zmian*
Marża EBITDA	23,3%	22% - 23%	23% - 24%
Marża zysku netto	10,3%	ok. 9%	9% - 10%
Capex (mld PLN)	3,2	2,6	*bez zmian*
Dług netto / EBITDA	1,1	ok. 1,1	*bez zmian*
Powierzchnia (mln m^2, na koniec roku)	3,1	ok. +20% r/r	*bez zmian*

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

Podsumowanie 2025

01

Dynamiczny wzrost zysków

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

02

Rozwój skupiony na rentowności

Systematyczny rozwój sieci przy zachowaniu dobrej jakości wyników finansowych.

03

Efektywność kosztowa

Poprawa wskaźnika SG&A/sprzedaż o prawie 2 pp. r/r.

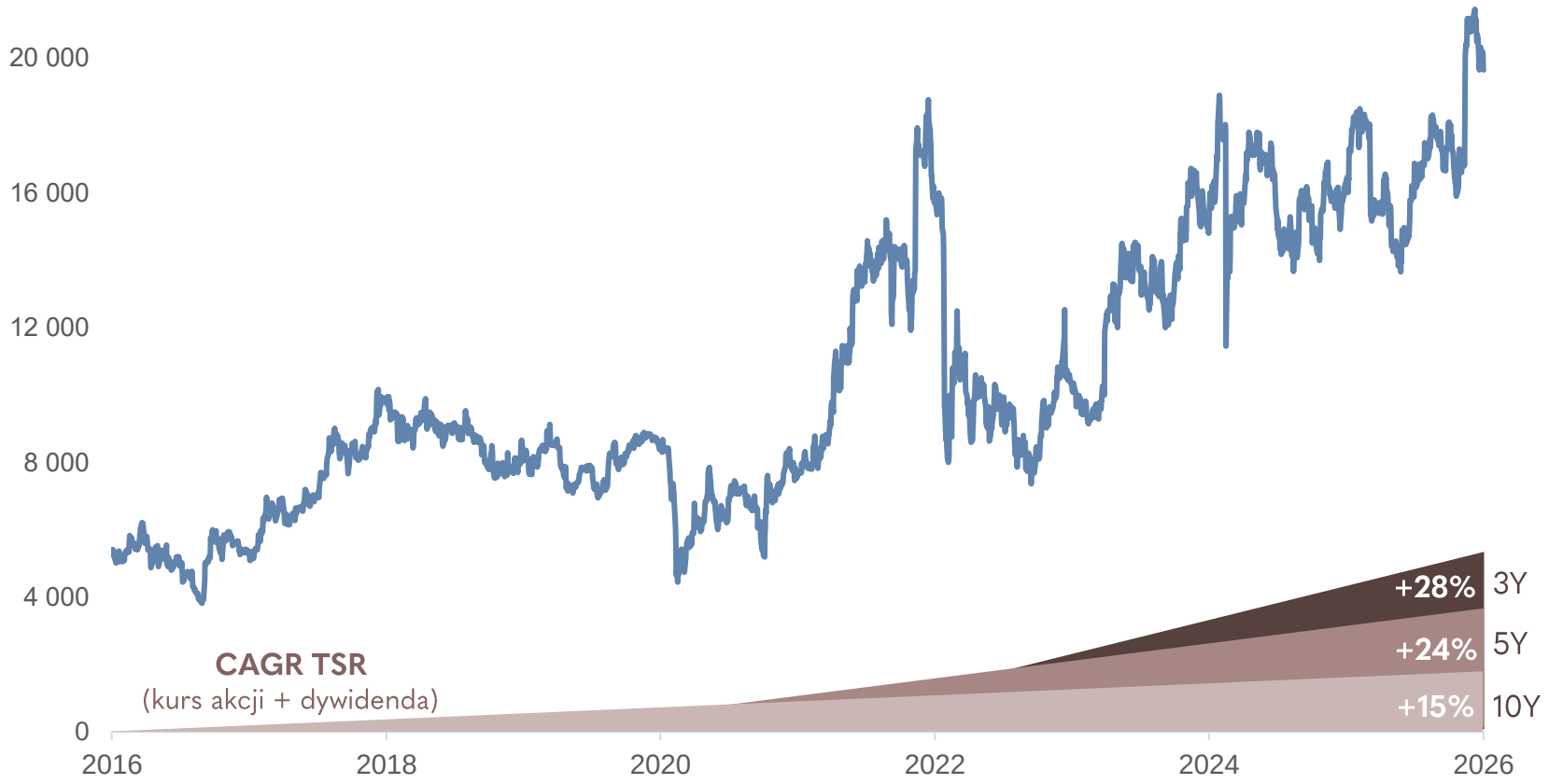
04

Budowa wartości dla akcjonariuszy

Wzrost kursu akcji i systematyczna wypłata dywidendy.

Systematyczna budowa wartości dla akcjonariuszy

LPP – KURS AKCJI (PLN)



21 450 PLN
najwyższa cena akcji
07.01.2026

od **15** lat
regularna wypłata
dywidendy

900 PLN
dywidendy na akcję,
tj. +36% r/r

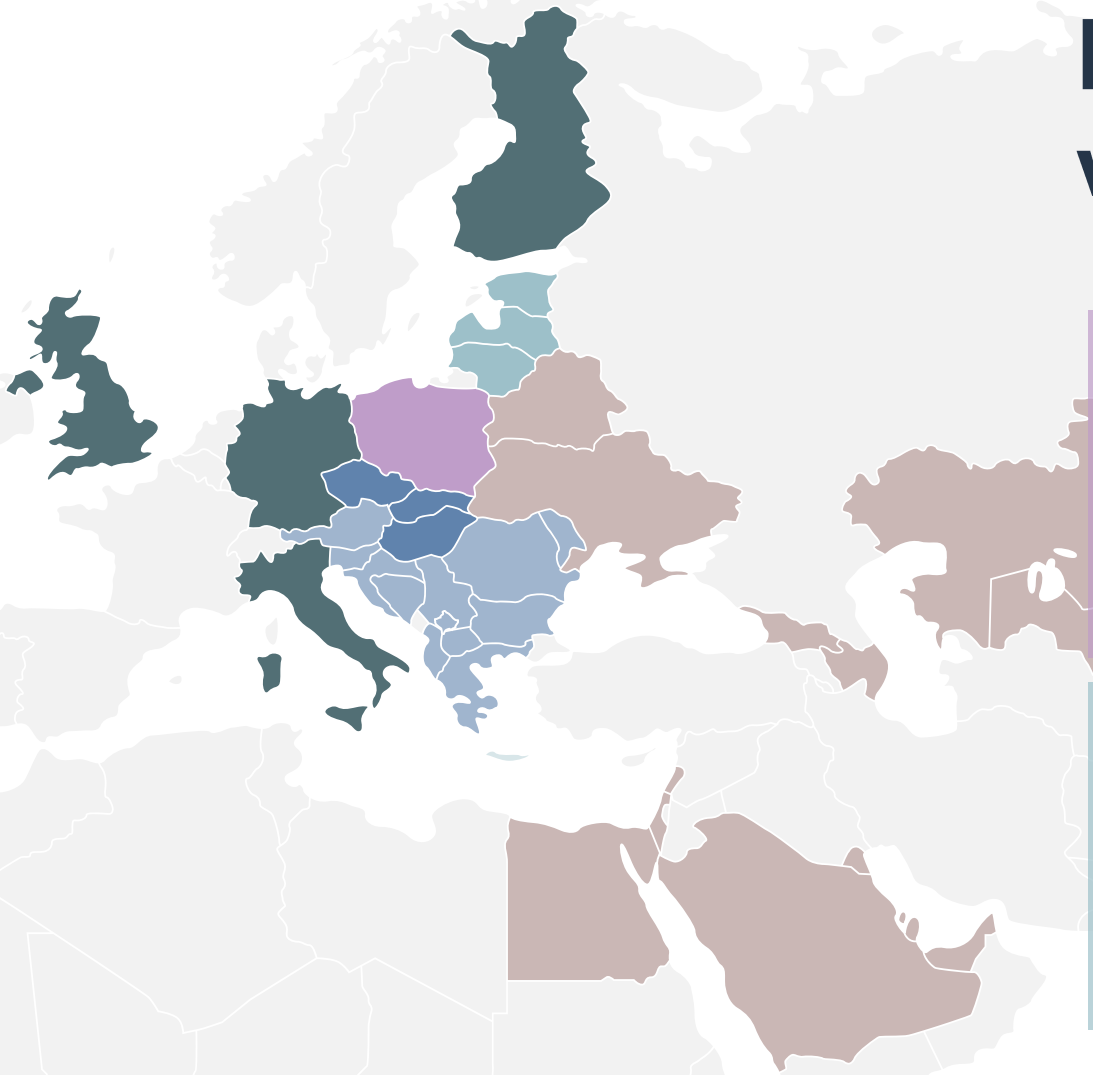
04

Q&A

05

Back-up

Dynamiczne wzrosty w kluczowych regionach



POLSKA

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
1 321	1 038
+125	+10%

CEE

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
539	441
+125	+23%

SEE

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
982	832
+308	+34%

BALTICS

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
160	130
+42	+23%

WE

Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
94	116
+14	+10%

EE i ME

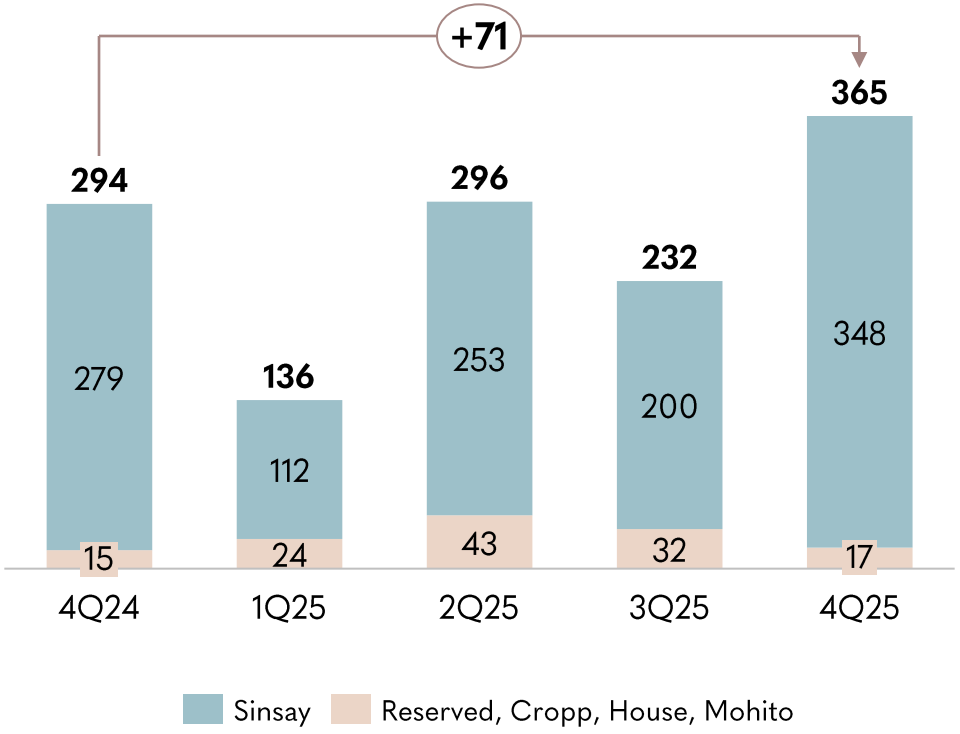
Liczba salonów	Powierzchnia (tys. m²)
652	503
+287	+59%

Stan na 31.01.2026

Konsekwentny rozwój sieci Sinsay

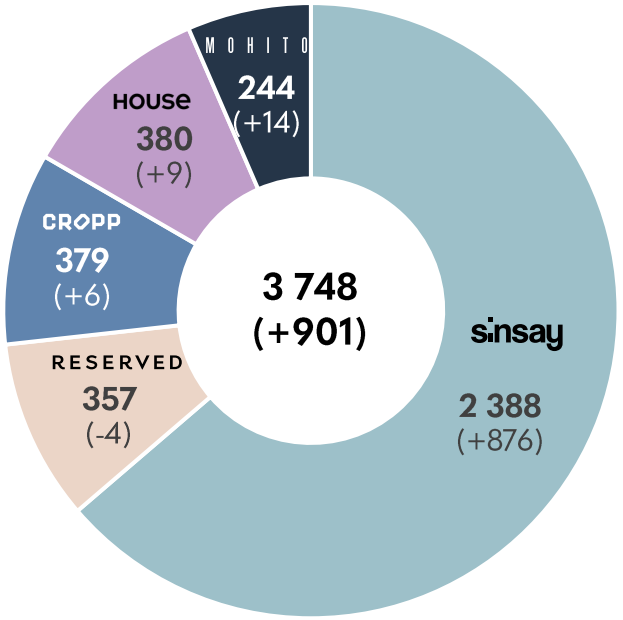
LICZBA NOWYCH SALONÓW

 # (brutto)



LICZBA SKLEPÓW WG MAREK

 # (netto r/r, stan na 31.01.2026)

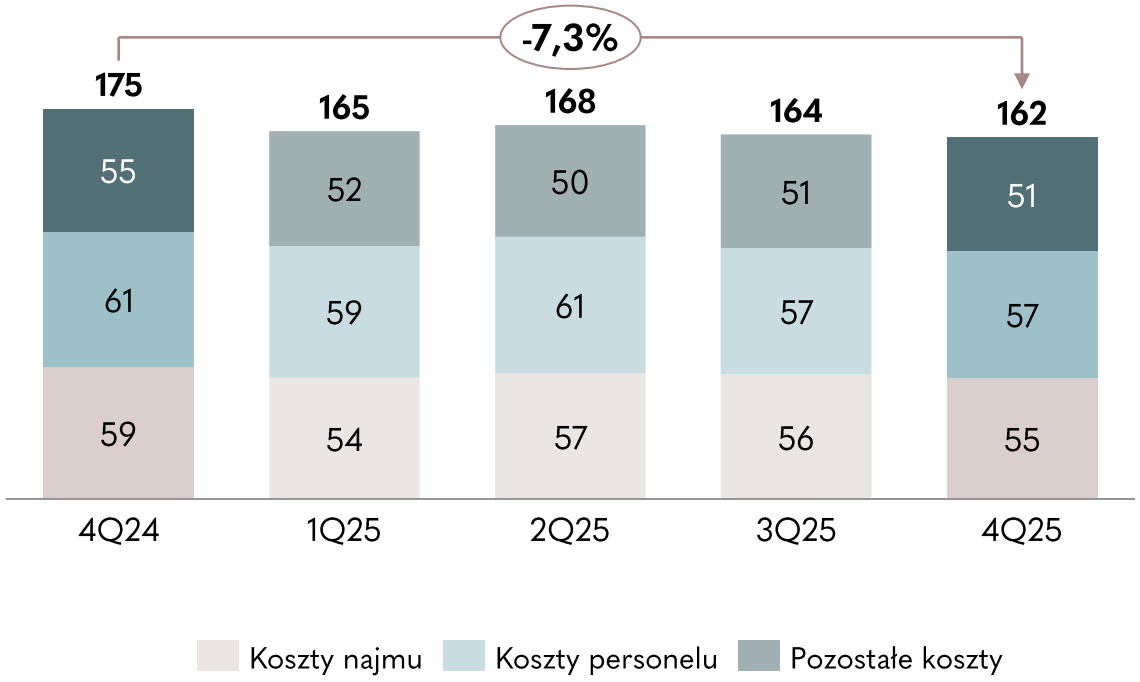


POWIERZCHNIA

Polska	Zagranica	TOTAL
1 038 tys. m^2	2 022 tys. m^2	3 059 tys. m^2
+10% r/r	+34% r/r	+25% r/r

Niższe koszty sklepów własnych

KOSZTY SKLEPÓW WŁASNYCH/M²

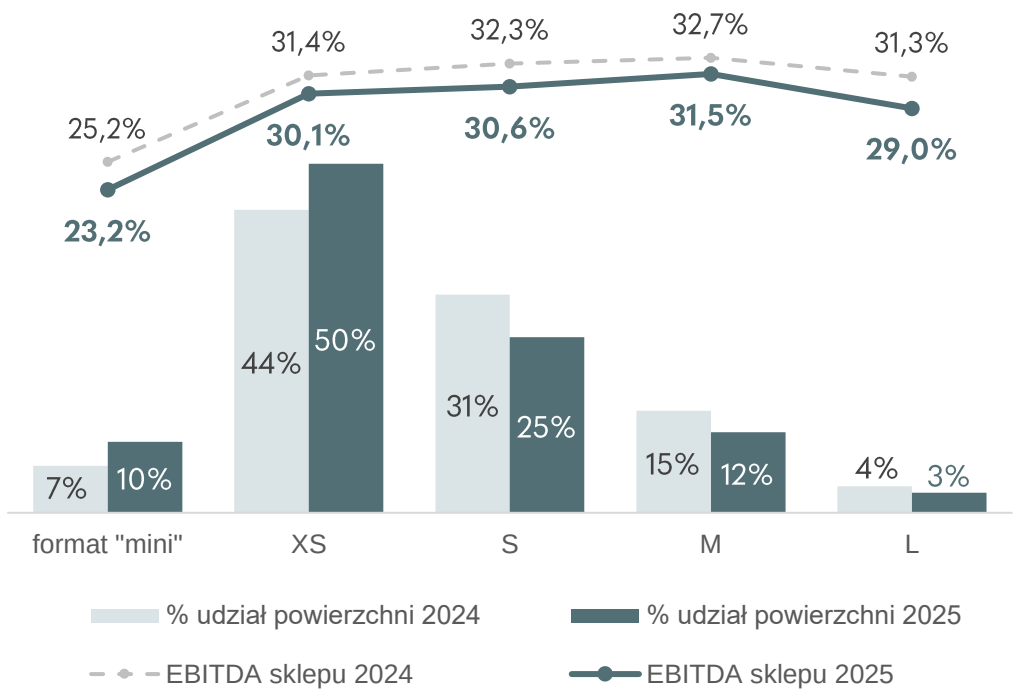


- Niższe r/r koszty najmu/m² → większa liczba otwieranych salonów marki Sinsay z niższymi czynszami.
- Niższe r/r kosztów personelu/m² → efektywne zarządzanie czasem pracy w salonach.
- Spadek r/r pozostałych koszty/m² → optymalizacja zużycia energii i kosztów usług zewnętrznych.

Sinsay: koncentracja na jakości

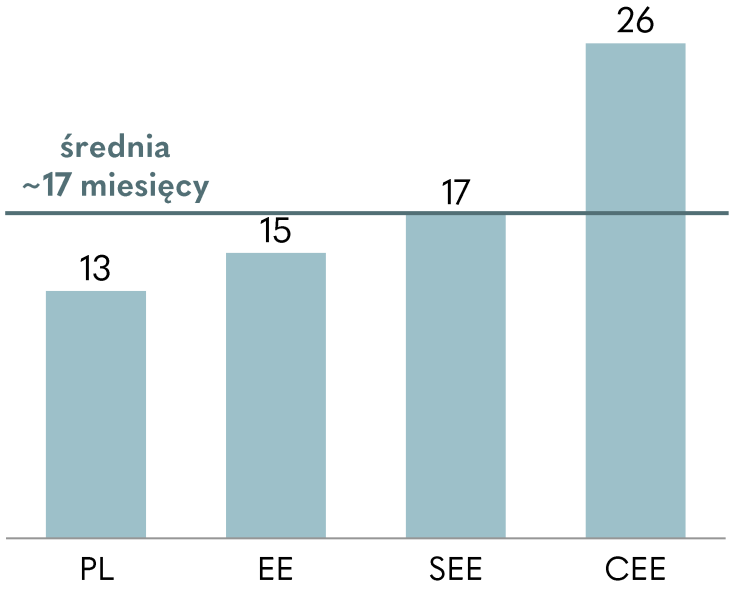
RENTOWNOŚĆ WG ROZMIARU SALONÓW[1,2]

(dane za 2025)



OKRES ZWROTU

(w miesiącach, dane za 2025)



	PL	EE	SEE	CEE
% całkowitej powierzchni	35%	11%	33%	14%

[1] "mini" < 550, XS 550 - 950 m^2 , S 950 – 1 230 m^2 , M 1 230 – 1 630 m^2 , L > 1 630 m^2

[2] dane dla salonów otwartych dłużej niż 6 miesięcy

Wpływ odpisu na wyniki 2025 roku

mln PLN	2025 raportowane	2025 biznesowe	zmiana
Przychody	**23 109**	**23 109**	-
Marża brutto na sprzedaży	*55,6%*	*55,6%*	-
Koszty SG&A	9 414	9 414	-
Zysk na sprzedaży	3 428	3 428	-
Pozostała działalność operacyjna	-935	-112	823
Pozostałe przychody operacyjne	436	436	-
Pozostałe koszty operacyjne	1 371	548	-823
Zysk operacyjny	**2 493**	**3 316**	**823**
Marża EBIT	*10,8%*	*14,3%*	*3,6 pp.*
Działalność finansowa netto	-425	-390	35
Przychody finansowe	38	59	21
Koszty finansowe	463	449	-14
Zysk netto	**1 497**	**2 369**	**873**
EBITDA	**4 568**	**5 391**	**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.
- W 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	4Q25	r/r
Przychody	4 306	5 005	5 212	5 671	4 954	5 554	6 141	6 460	13,9%
Przychody[1]	4 074	4 731	5 050	5 550	4 954	5 554	6 141	6 460	16,4%
Marża brutto na sprzedaży	*52,1%*	*52,5%*	*54,8%*	*52,7%*	*54,0%*	*54,0%*	*57,6%*	*56,2%*	*3,5 pp.*
Marża brutto na sprzedaży[1]	*55,1%*	*55,6%*	*56,6%*	*53,9%*	*54,0%*	*54,0%*	*57,6%*	*56,2%*	*2,3 pp.*
Koszty SG&A	1 823	2 009	2 096	2 331	2 179	2 230	2 380	2 625	12,6%
SG&A % sprzedaży	*42,3%*	*40,1%*	*40,2%*	*41,1%*	*44,0%*	*40,2%*	*38,8%*	*40,6%*	*-0,5 pp.*
SG&A % sprzedaży[1]	*44,7%*	*42,5%*	*41,5%*	*42,0%*	*44,0%*	*40,2%*	*38,8%*	*40,6%*	*-1,4 pp.*
Zysk operacyjny	411	611	731	662	464	689	388	952	43,8%
Marża EBIT	*9,5%*	*12,2%*	*14,0%*	*11,7%*	*9,4%*	*12,4%*	*6,3%*	*14,7%*	*3,1pp.*
Marża EBIT[1]	*10,1%*	*12,9%*	*14,5%*	*11,9%*	*9,4%*	*12,9%*	*19,2%*	*14,7%*	*2,8 pp.*
Zysk netto	277	443	577	450	332	467	-16	714	58,7%
Marża zysku netto	*6,4%*	*8,9%*	*11,1%*	*7,9%*	*6,7%*	*8,4%*	*-0,3%*	*11,1%*	*3,1 pp.*
Marża zysku netto[1]	*6,8%*	*9,4%*	*11,4%*	*8,1%*	*6,8%*	*9,4%*	*13,0%*	*11,1%*	*2,9 pp.*
Zysk EBITDA	795	1 018	1 157	1 134	938	1 194	918	1 518	33,9%
Marża EBITDA	*18,5%*	*20,3%*	*22,2%*	*20,0%*	*18,9%*	*21,5%*	*14,9%*	*23,5%*	*3,5 pp.*
Marża EBITDA[1]	*19,5%*	*21,5%*	*22,9%*	*20,4%*	*19,0%*	*22,0%*	*27,8%*	*23,5%*	*3,1 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, Mołdawia), WE (Niemcy, Wielka Brytania, Finlandia, Włochy), EE i CAsia (Ukraina, Białoruś, Kazachstan, Uzbekistan, Azerbejdżan, Gruzja) 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. 0,9% 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