

# Wyniki osiągnięte w III kwartale 2009 roku

Warszawa 10 listopada 2009

RESERVED

  
cropp

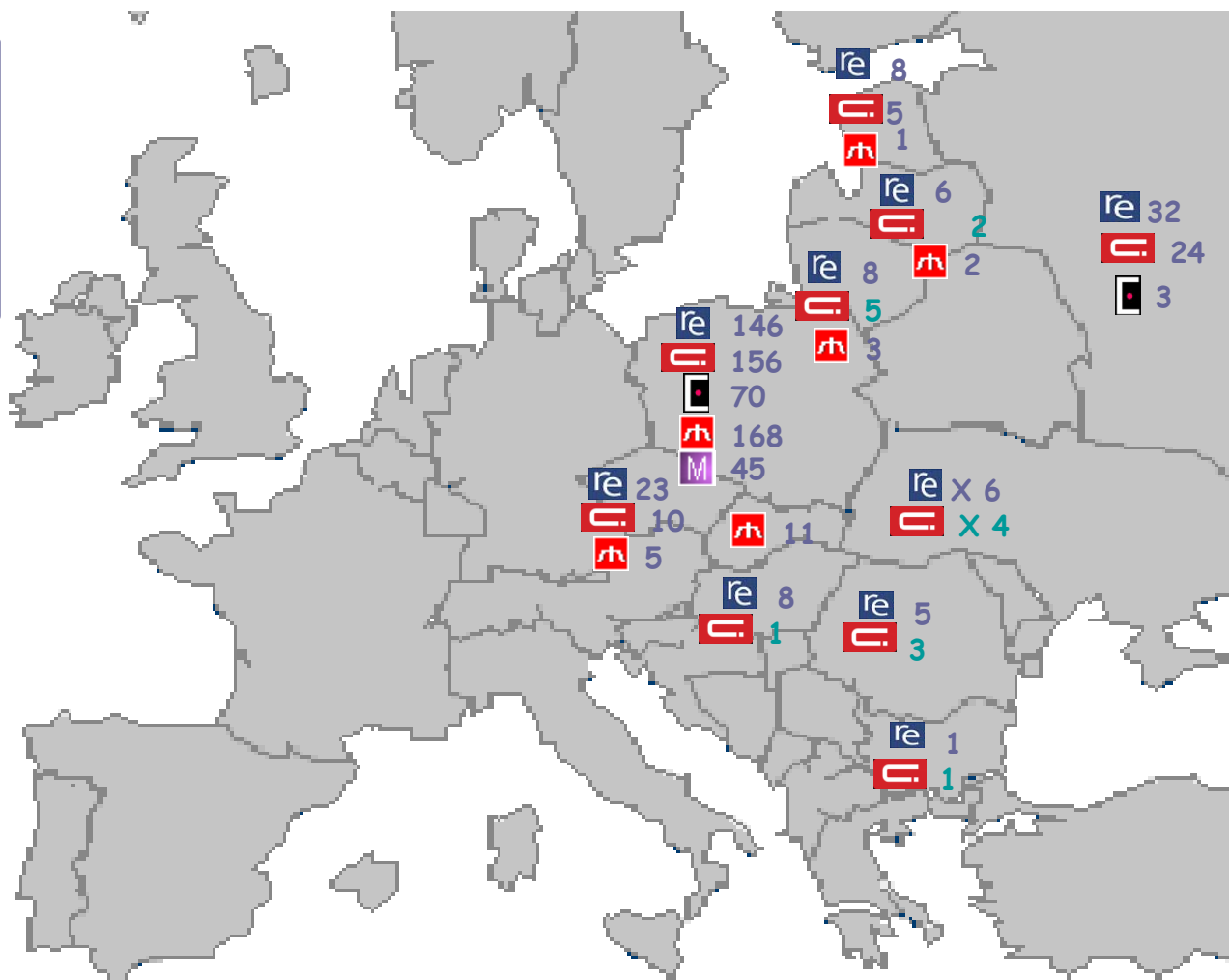
 house

MOHITO

ESOTIQ

# Nasze marki obecne w całym regionie

Na dzień 30 września 2009 roku  
sieć detaliczna LPP liczyła 762  
sklepów, z czego:  
243 marki Reserved  
211 marki CROPP  
73 Esotiq  
190 House  
45 Mohito



# Realizacja planu rozwoju sieci

powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	30.09.2008	30.09.2009	zmiana
<b>Reserved</b>	<b>130,5</b>	<b>160,9</b>	<b>23%</b>
Polska	77,7	96,0	24%
UE	31,7	39,5	25%
Rosja i Ukraina	21,1	25,4	20%
<b>CROPP</b>	<b>33,0</b>	<b>45,3</b>	<b>37%</b>
Polska	22,9	31,2	36%
zagranica	10,1	14,1	40%
<b>ESOTIQ</b>	<b>3,1</b>	<b>5,4</b>	<b>74%</b>
Polska	3,0	5,1	70%
zagranica	0,1	0,3	200%
<b>House</b>	<b>31,2</b>	<b>40,7</b>	<b>30%</b>
Polska	28,0	35,9	28%
zagranica	3,2	4,8	50%
<b>Mohito</b>	<b>1,8</b>	<b>7,9</b>	<b>339%</b>
Polska	1,8	7,9	
zagranica	0	0,0	
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>199,6</u></b>	<b><u>260,2</u></b>	<b><u>30%</u></b>

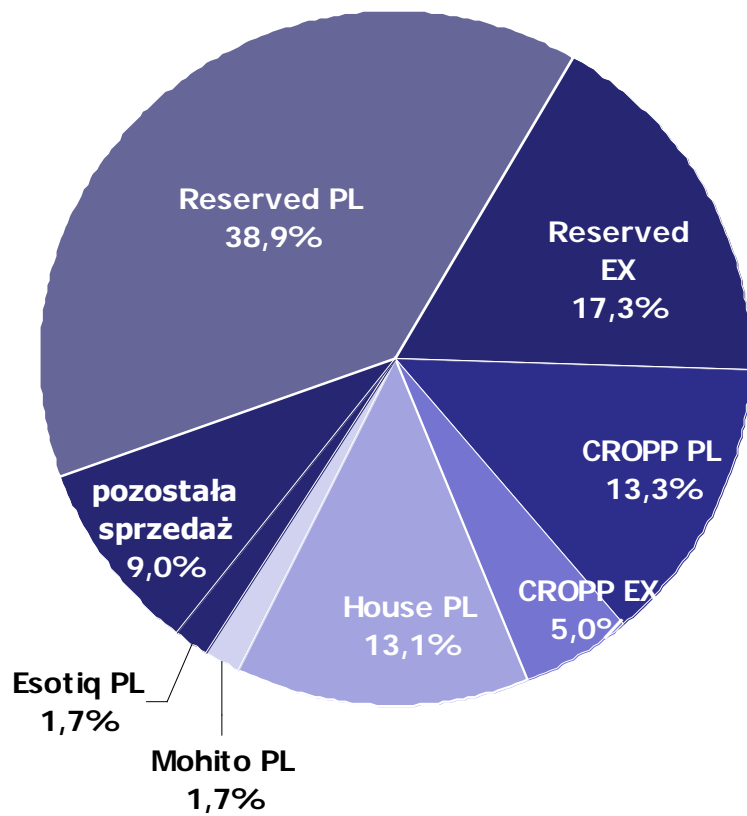
• Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 30% (60,6 tysiąca m<sup>2</sup>), zaś w okresie trzech kwartałów 2009 roku o 36 tysięcy m<sup>2</sup>

• Średnia powierzchnia działająca sieci w okresie IIIQ2009 roku była wyższa o 31% w stosunku do średniej powierzchni działającej w okresie IIIQ2008

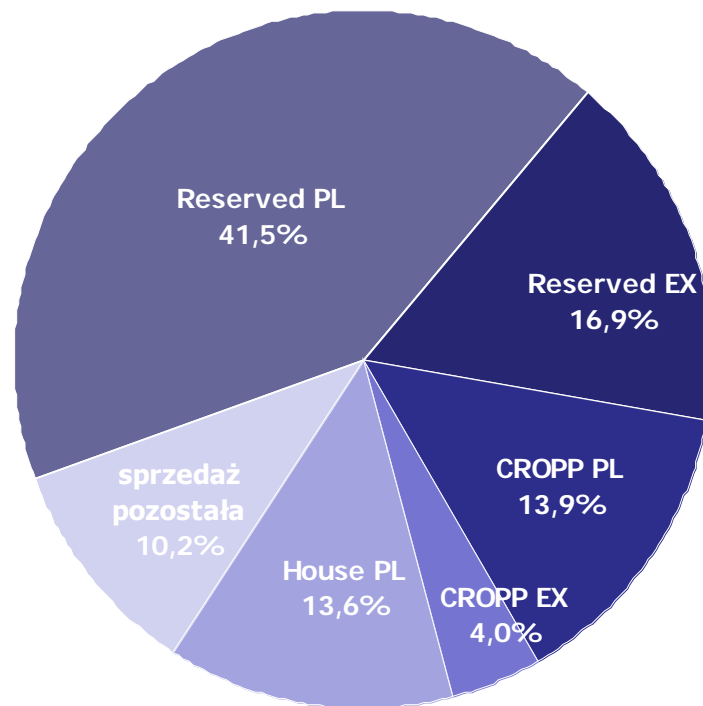
powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

# Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

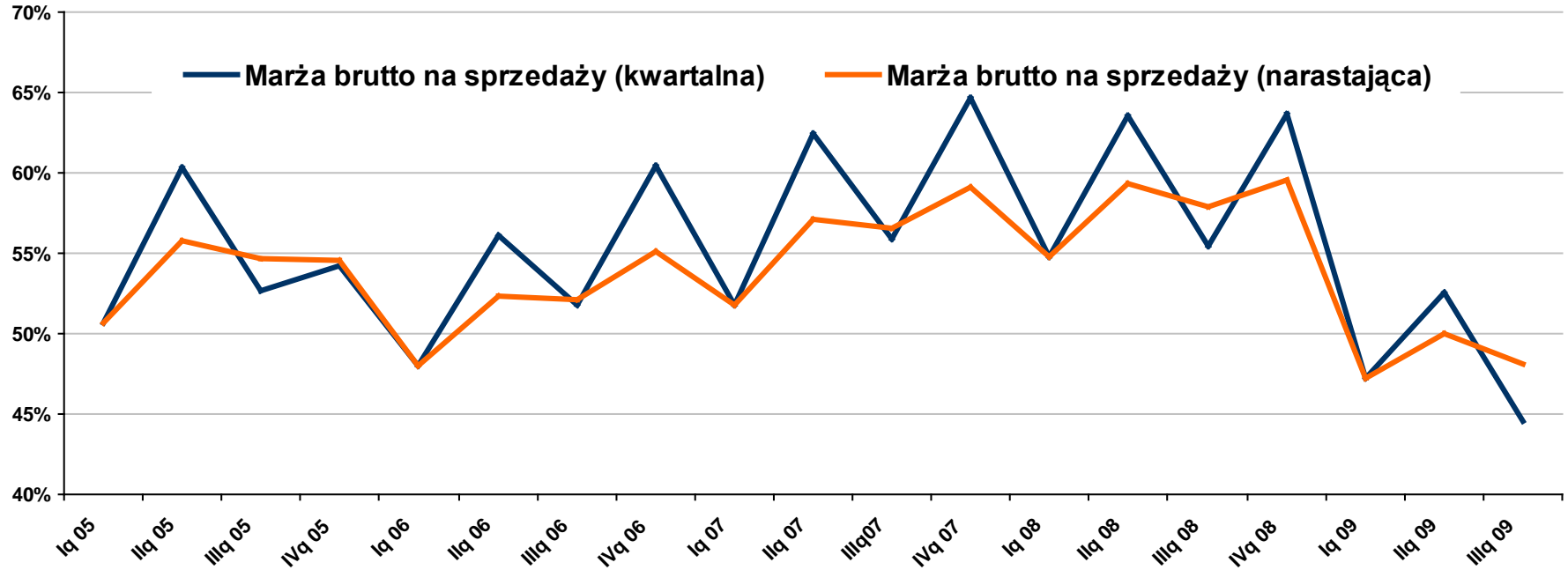
I-IIIq 2009



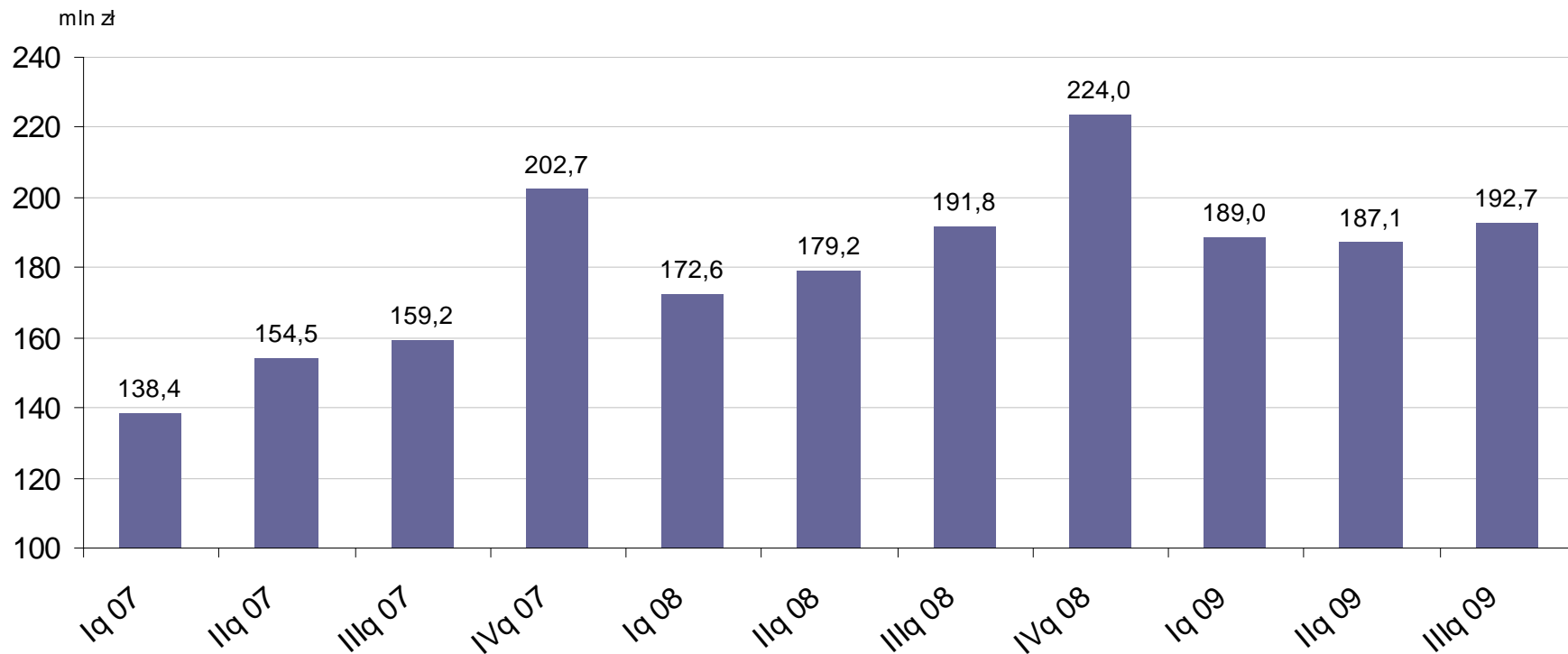
I-IIIq 2008



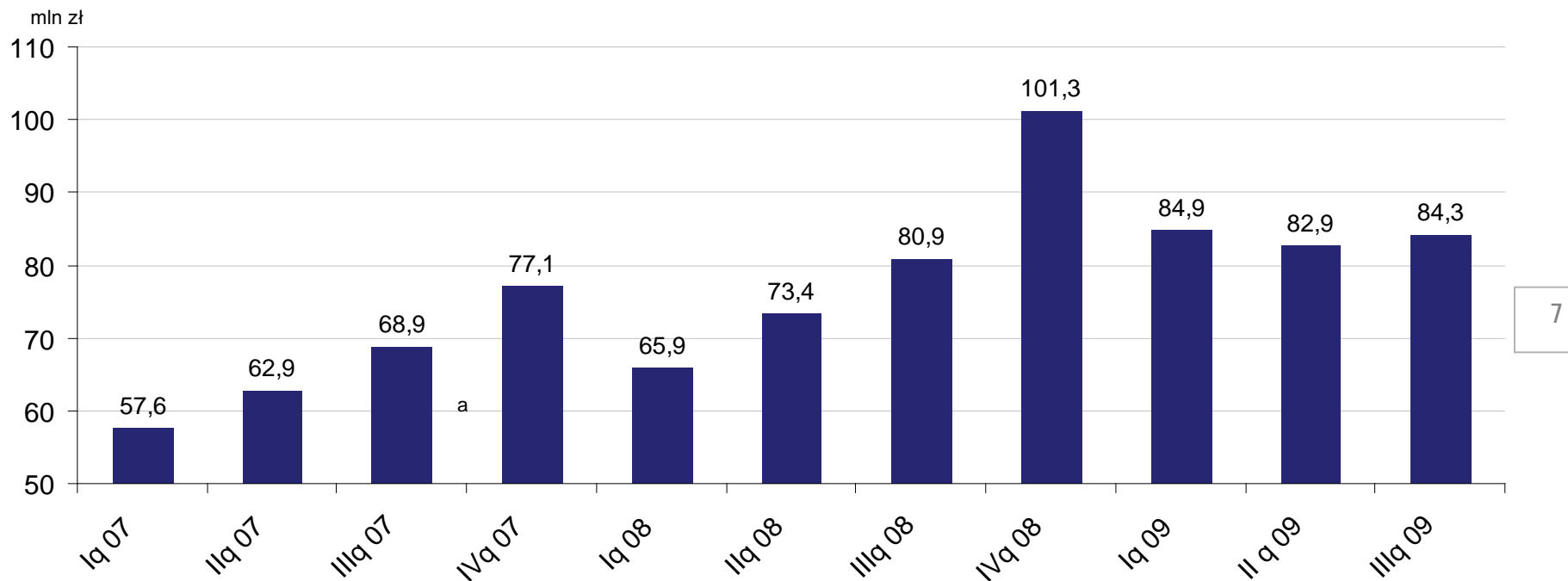
# Wysokość marży brutto na sprzedaży



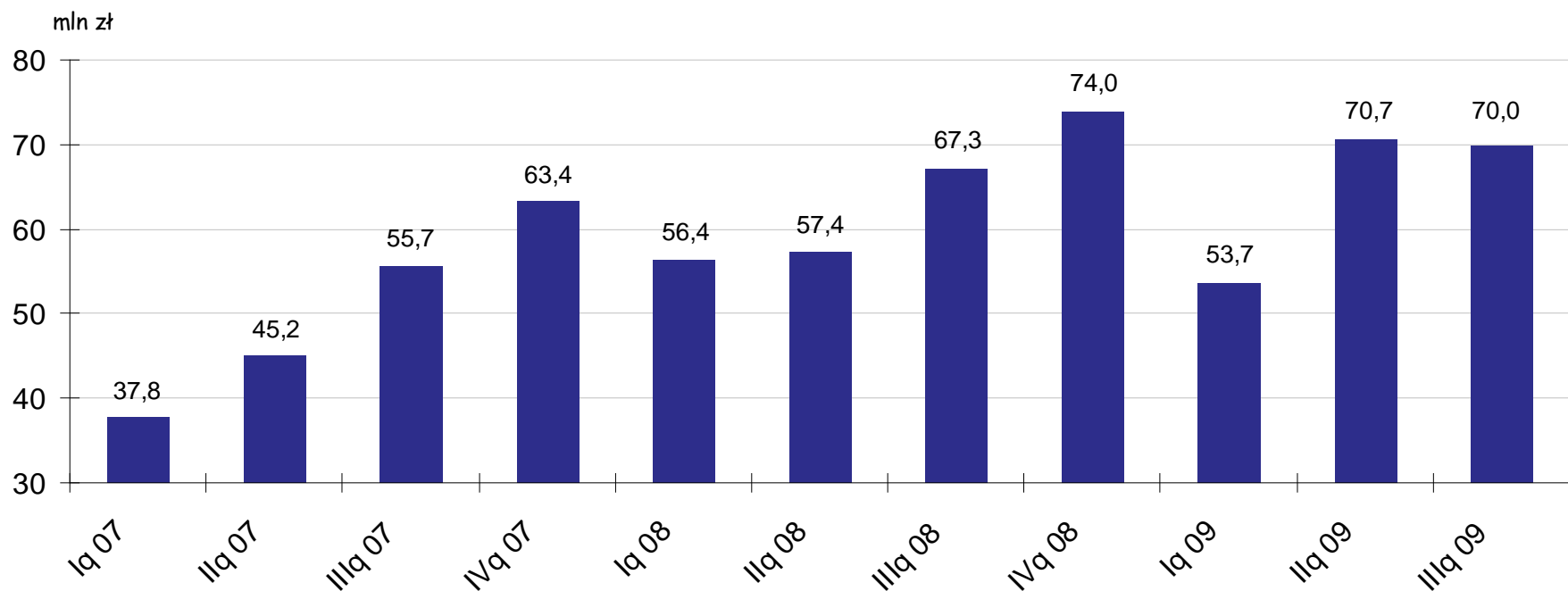
# Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



# Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą

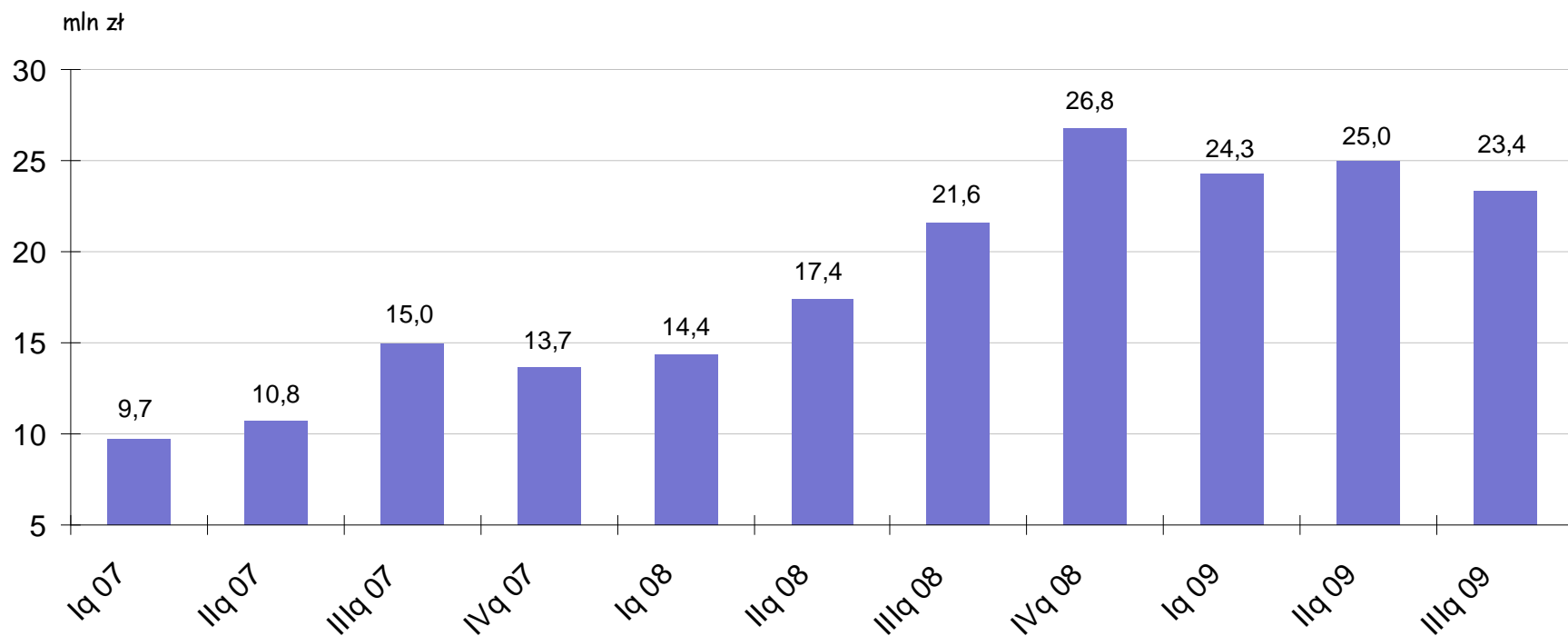


# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce

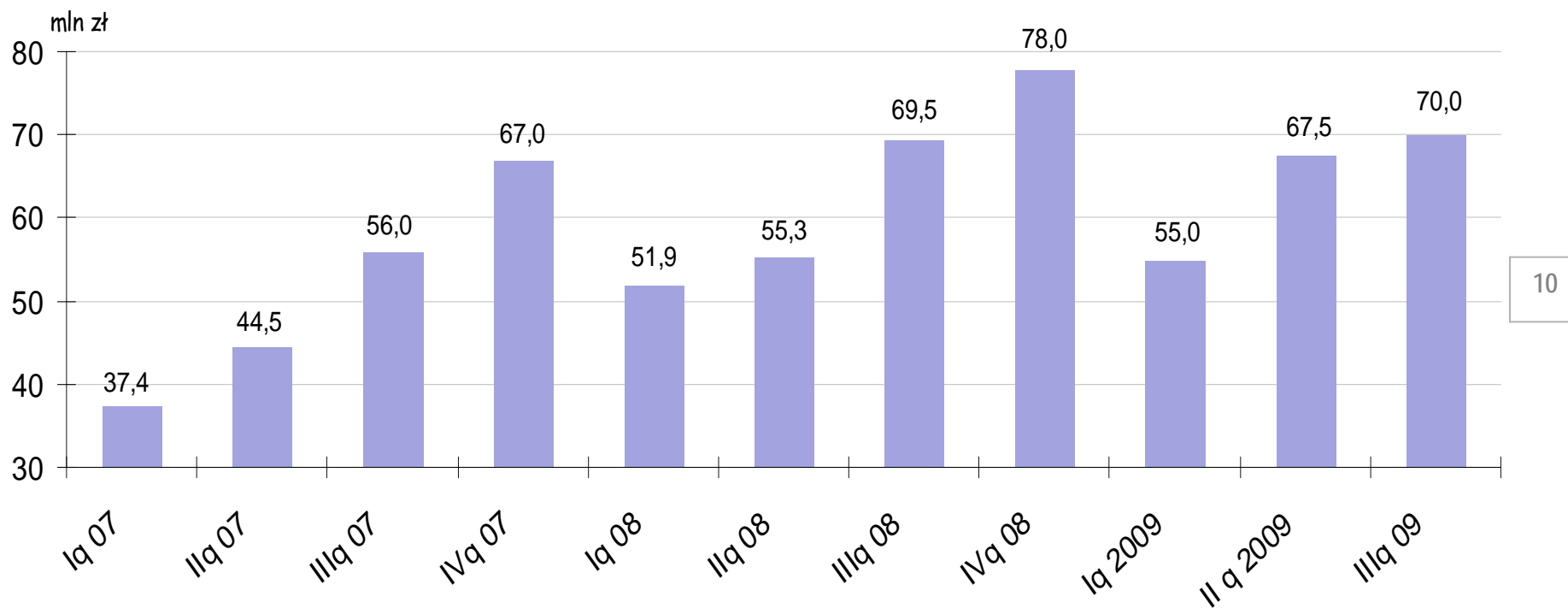




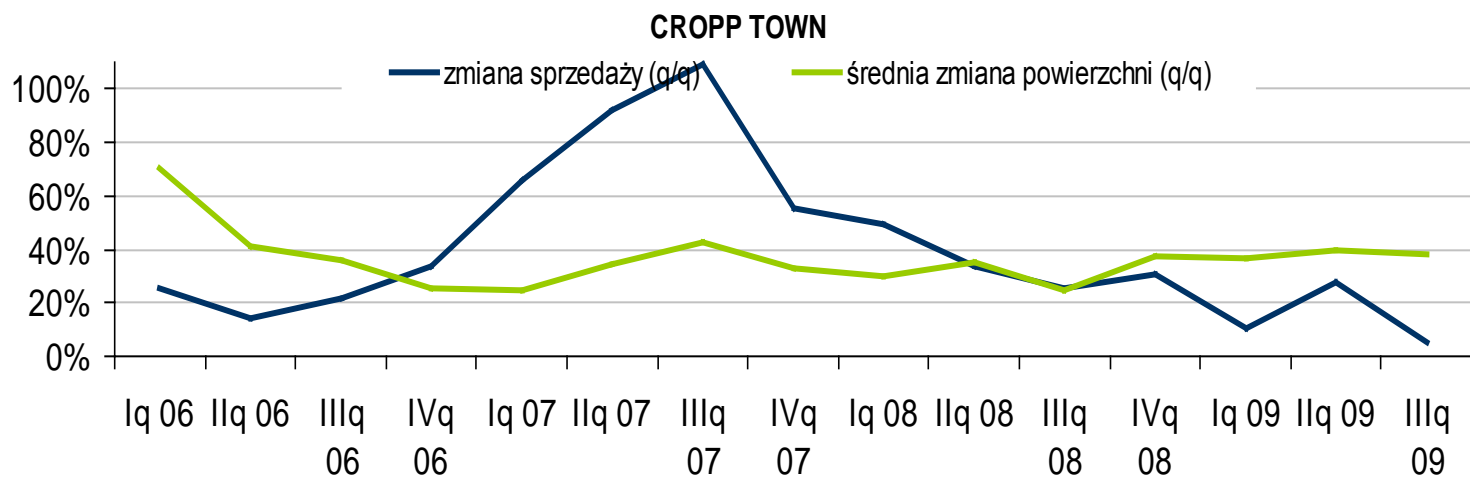
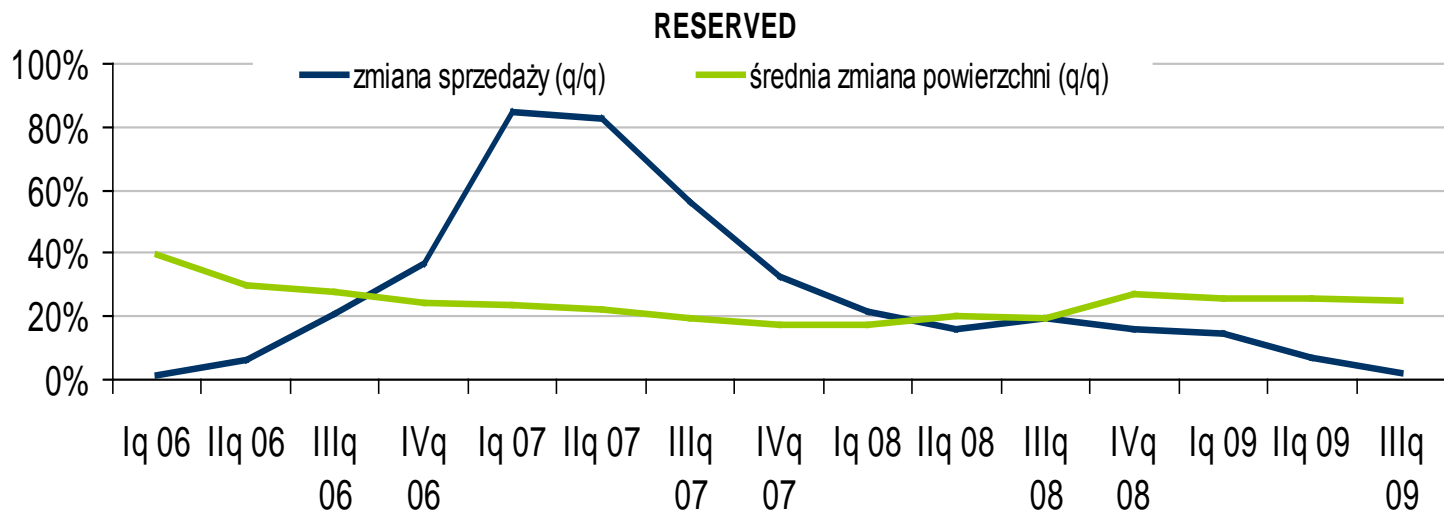
# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



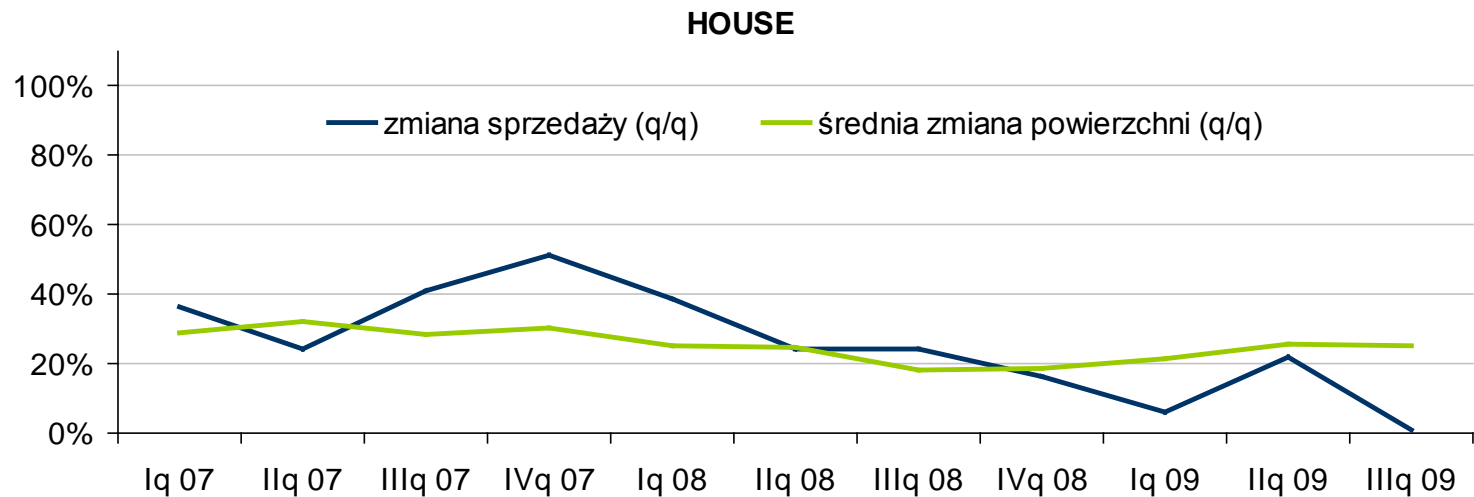
# Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce



# Zmiana efektywności



# Zmiana efektywności



# Skonsolidowany rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie [mln zł]	I-III Q 2008	I-III Q 2009	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	1 095,7	1 458,9	+33%
Koszt własny sprzedaży	461,6	756,7	+64%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	634,1	702,2	+11%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	57,9%	48,1%	-9,8 p.p.
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	505,1	639,7	+27%
<b>EBITDA</b>	167,7	130,8	-22%
<i>Marża EBITDA</i>	15,3%	9,0%	-6,3p.p.
<b>EBIT</b>	122,9	58,2	-53%
<i>Marża EBIT</i>	11,2%	4,0%	-7,2 p.p.
<b>Zysk netto</b>	93,6	22,7	-76%
<i>Marża netto</i>	8,5%	1,6%	-6,9p.p.

# Rachunek zysków i strat – dane skonsolidowane za I-III Q 2009 oraz suma danych z GK LPP i GK Artman za I-III Q 2008

Wyszczególnienie [mln zł]	I-III Q 2008	I-III Q 2009	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>1319,8</b>	<b>1 458,9</b>	<b>+11%</b>
Koszt własny sprzedaży	564,9	756,7	+34%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	<b>754,9</b>	<b>702,2</b>	<b>-7%</b>
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>57,2%</i>	<i>48,1%</i>	<i>-9,1 p.p.</i>
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	<b>610,9</b>	<b>639,7</b>	<b>+5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>190,5</b>	<b>130,8</b>	<b>-31%</b>
<i>Marża EBITDA</i>	<i>14,4%</i>	<i>9,0%</i>	<i>-5,4p.p.</i>
<b>EBIT</b>	<b>138,3</b>	<b>58,2</b>	<b>-58%</b>
<i>Marża EBIT</i>	<i>10,5%</i>	<i>4,0%</i>	<i>-6,5p.p.</i>
<b>Zysk netto</b>	<b>102,9</b>	<b>22,7</b>	<b>-78%</b>
<i>Marża netto</i>	<i>7,8%</i>	<i>1,6%</i>	<i>-6,2p.p.</i>

# Rachunek zysków i strat – dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	IIIq2008	IIIq2009	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	397,9	505,0	+27%
Koszt własny sprzedaży	177,6	279,5	+57%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	220,3	225,5	2%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	55,4%	44,7%	-10,7p.p.
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	168,8	204,5	+21%
<b>EBITDA</b>	66,8	44,3	-34%
<i>Marża EBITDA</i>	16,8%	8,8%	-7,9p.p.
<b>EBIT</b>	50,8	21,2	-58%
<i>Marża EBIT</i>	12,8%	4,2%	-8,6p.p.
<b>Zysk netto</b>	40,8	0,5	-99%
<i>Marża netto</i>	10,30%	0,1%	-10,2.p.p

# Rachunek zysków i strat – dane skonsolidowane za IIIQ2009 oraz suma danych z GK LPP i GK Artman za IIIQ2008

Wyszczególnienie [mln zł]	IIIq2008	IIIq2009	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	487,7	505,0	+4%
Koszt własny sprzedaży	217,9	279,5	+28%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	269,8	225,5	-16%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	55,3%	44,7%	-10,6p.p.
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	207,3	204,5	-1%
<b>EBITDA</b>	79,8	44,3	-44%
<i>Marża EBITDA</i>	16,4%	8,8%	-7,6p.p.
<b>EBIT</b>	61,2	21,2	-65%
<i>Marża EBIT</i>	12,5%	4,2%	-8,3p.p.
<b>Zysk netto</b>	47,6	0,5	-99%
<i>Marża netto</i>	9,8%	0,1%	-9,7p.p.



# Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	30 września 2009	30 września 2008
Aktywa trwałe, w tym:	760,1	416,2
- <b>wartości niematerialne (z wartością firmy)</b>	<b>274,8</b>	<b>12,7</b>
- <b>rzeczowe aktywa trwałe</b>	<b>460,0</b>	<b>380,4</b>
Aktywa obrotowe, w tym:	541,0	503,1
- <b>zapasy</b>	<b>361,7</b>	<b>342,9</b>
- <b>należności krótkoterminowe</b>	<b>88,2</b>	<b>104,9</b>
- <b>środki pieniężne</b>	<b>83,6</b>	<b>49,4</b>
Aktywa razem	1 301,1	919,3
Kapitał własny, w tym:	601,8	455,1
- <b>kapitał podstawowy</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>
- <b>pozostałe kapitały</b>	<b>512,2</b>	<b>327,9</b>
- <b>zysk netto</b>	<b>22,7</b>	<b>93,6</b>
Zobowiązania długoterminowe, w tym:	381,6	106,6
- <b>kredyty bankowe i pożyczki</b>	<b>258,6</b>	<b>100,3</b>
Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	317,6	357,6
- <b>kredyty bankowe i pożyczki</b>	<b>86,7</b>	<b>186,3</b>
Pasywa razem	1 301,1	919,3

# Wciąż widzimy miejsce na dalszy rozwój

powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	2008	30.09.2009	2009P
<b>Reserved</b>	<b>143,9</b>	<b>160,9</b>	<b>177,9</b>
Polska	81,2	96,0	107,3
UE	37,7	39,5	41,7
Rosja i Ukraina	24,9	25,4	28,9
<b>CROPP</b>	<b>38,1</b>	<b>45,3</b>	<b>50,0</b>
Polska	25,4	31,2	34,2
zagranica	12,7	14,1	15,8
<b>ESOTIQ</b>	<b>4,4</b>	<b>5,4</b>	<b>6,4</b>
Polska	4,1	5,1	6,1
zagranica	0,3	0,3	0,3
<b>House</b>	<b>34,3</b>	<b>40,7</b>	<b>43,6</b>
Polska	30,3	35,9	37,6
zagranica	4,0	4,8	6,0
<b>Mohito</b>	<b>3,6</b>	<b>7,9</b>	<b>9,6</b>
Polska	3,4	7,9	9,6
zagranica	0,2		
wyprzedażowe			2,2
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>224,2</u></b>	<b><u>260,2</u></b>	<b><u>289,6</u></b>

- Wzrost powierzchni sieci sklepów w 2009 roku wyniesie 65 tys. m<sup>2</sup>
- Wartość nakładów dotycząca tych sklepów po uwzględnieniu udziału wynajmujących w finansowaniu budowy (tzw. fit-outy) wyniesie 66 mln zł.
- W 2010 roku powierzchnia handlowa wzrośnie szacunkowo o 40-50 tys. m<sup>2</sup>

powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych