



COVID19 – WPŁYW NA BIZNES

GDAŃSK
15 KWIETNIA 2020

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.



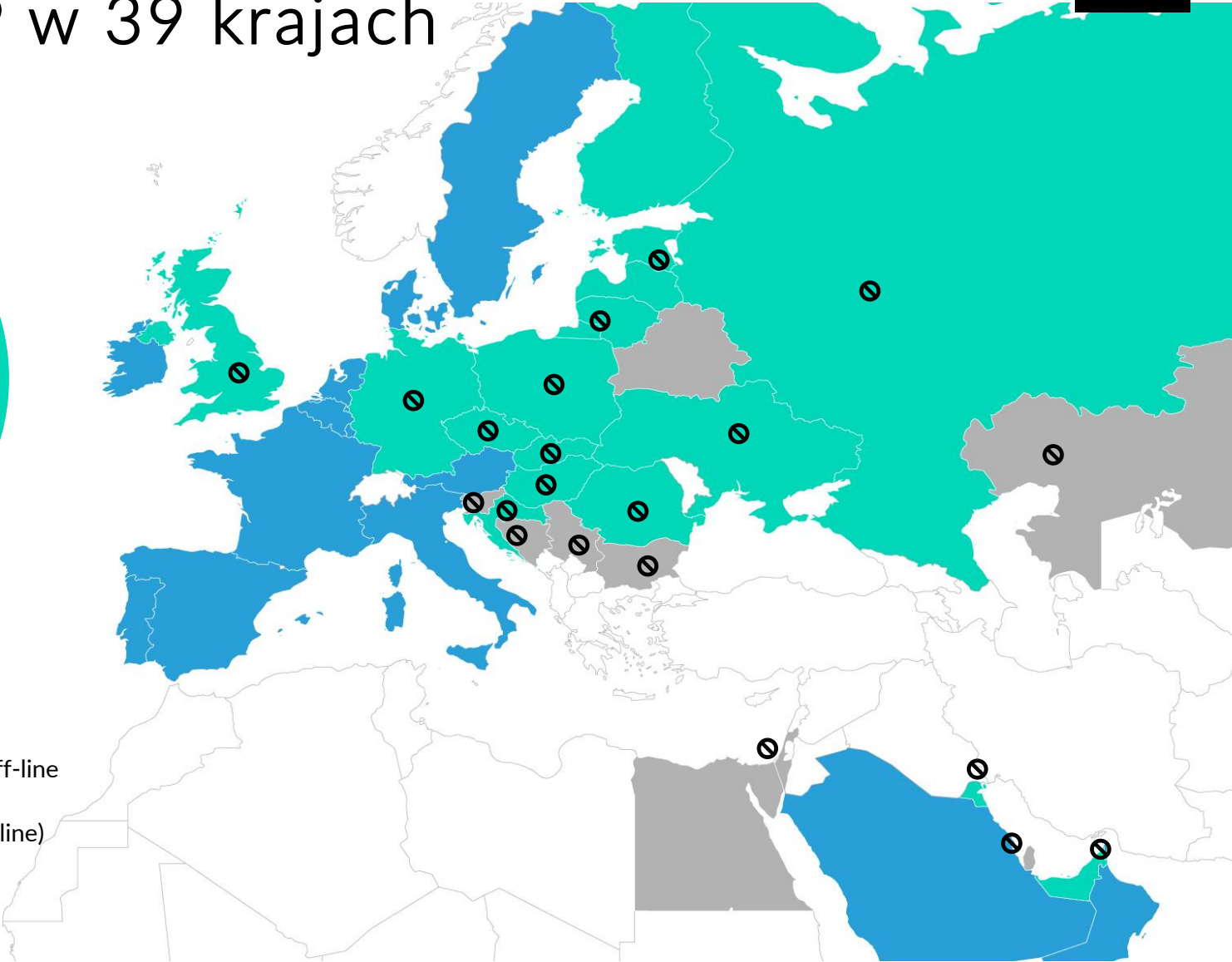
#LPPOMAGA

1. Bieżące działania
2. Dalsza perspektywa
3. Slajdy pomocnicze

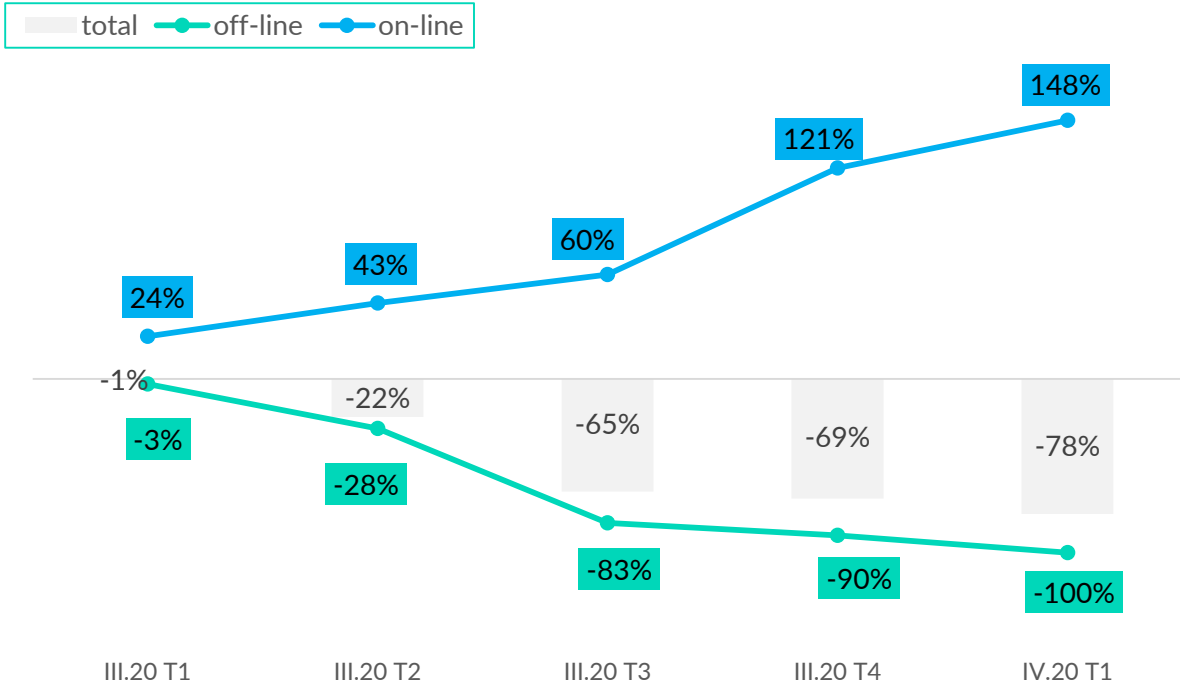
Obecność LPP w 39 krajach

Centra handlowe zamknięte w 21 z 25 krajów off-line LPP.

- on-line + off-line
- on-line
- off-line
- ⊘ zamknięte centra handlowe (kraje off-line)



Bieżąca sytuacja: wzrosty on-line, spadki off-line

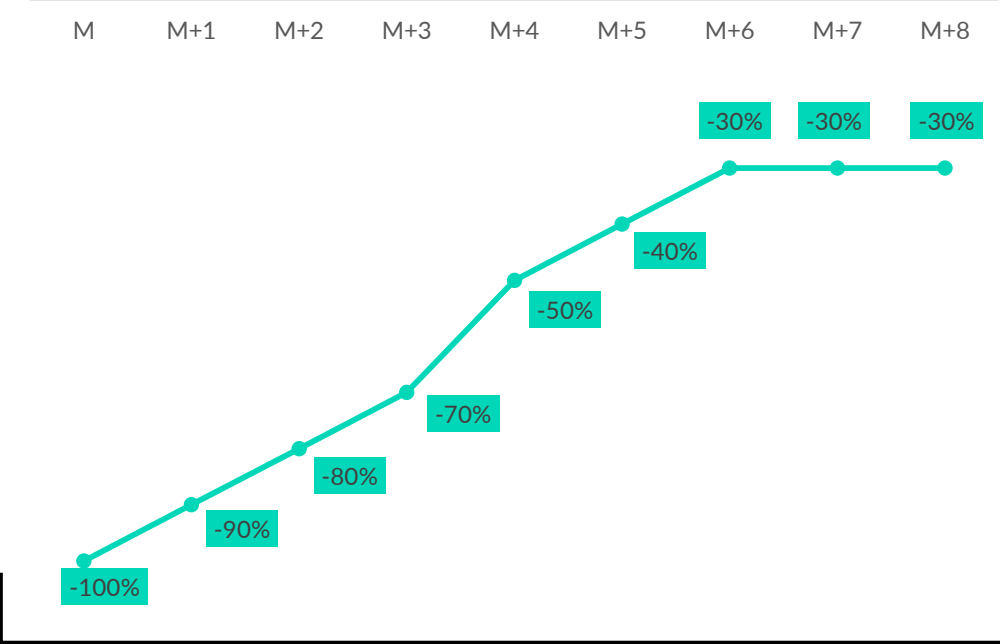


Nasze e-sklepy w 30 krajach działają bez ograniczeń i notują wysokie wzrosty sprzedaży.

Sklepy stacjonarne LPP otwarte tylko w czterech krajach. Spadki trafficu sięgają 90%.

LPP jest przygotowane na niekorzystny scenariusz bazy

Scenariusz bazy: zmiana r/r sprzedaży/ m2 po otwarciu centrów handlowych



Zakładamy powolny powrót do otwarć centrów handlowych, różny w zależności od kraju. Wszystkie sklepy LPP mogą być otwarte dopiero w czwartym tygodniu czerwca 2020.

Po zniesieniu ograniczeń oczekujemy powolnego odbicia w sprzedaży stacjonarnej w każdym z krajów, w którym LPP posiada sklepy.

Spodziewamy się kontynuacji dynamicznego trzycyfrowego wzrostu sprzedaży e-commerce do momentu otwarcia sklepów stacjonarnych.

Zakładamy, że po otwarciu sklepów stacjonarnych, dynamiki sprzedaży e-commerce spowolnią, ale utrzymają się na wysokich dwucyfrowych poziomach.

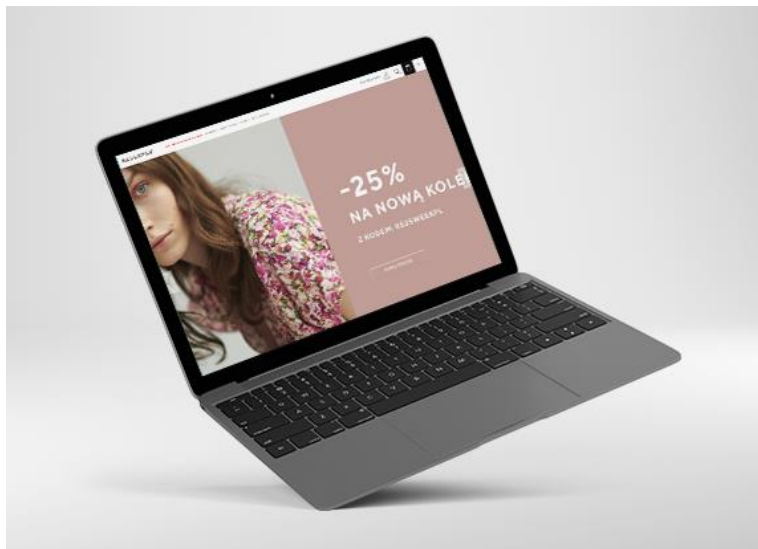
M+1 oznacza dynamikę r/r sprzedaży/ m2 w pierwszym miesiącu po uruchomieniu centrów handlowych w danym kraju.

Płynność kluczem do stabilizacji sytuacji

DZIAŁANIA PODEJMOWANE W CELU **UTRZYMANIA MOCNEJ POZYCJI PŁYNNOŚCIOWEJ** GRUPY



Nacisk na rozwój e-commerce



Trzycyfrowe wzrosty e-commerce w ostatnich tygodniach.

Zwiększenie nakładów na marketing on-line i pozycjonowanie marek.

Usprawnienie działania centrum dystrybucyjnego przy zabezpieczeniu personelu.

Atrakcyjne promocje: -25% na nową kolekcję, do -50% na wybrane elementy.

Usprawnienia logistyki e-commerce.

Celem jest zmniejszenie dźwigni operacyjnej

	Koszty sklepów	Koszty centrali
Stałe	<p>70% umów czynszowych to czynsze stałe, opłaty za media, amortyzacja</p> <p>pensja podstawowa dla pracowników sklepów</p>	<p>działy zakupów, przygotowania produktu, finanse</p> <p>pracownicy centrów dystrybucyjnych</p>
Zmienne	<p>30% umów czynszowych to czynsze zmienne czyli od obrotu</p> <p>jedna piąta wynagrodzenia sprzedawców to bonusy</p>	<p>rozliczenia z firmami kurierskimi per przewieziona paczka</p>

W 2019 roku 73% kosztów SG&A to były koszty stałe.

Redukcje kosztów czynszów

Zmniejszenie planów otwarć na 2020/21 rok (10% wzrostu r/r, 6 pp. mniej).

Przeniesienie części otwarć na 2021/22 (w tym wejścia do nowych krajów).

Renegocjacja umów najmu w galeriach handlowych we wszystkich krajach.

Cel: czynsz od obrotu jako standard.

Miesięczny poziom czynszów dla całej Grupy to ok. 100 mln PLN.

Wakacje czynszowe w Polsce na okres zamknięcia sklepów.
Otwarcie salonów spowoduje powrót do płatności czynszu – kluczowa będzie renegocjacja stawek.

Wsparcie polskiego rządu w kwestii czynszów jednym z największych w regionie.
Praktycznie brak wsparcia lokalnych rządów w tej kwestii na innych kluczowych rynkach.

Redukcje kosztów pracowniczych

Wsparcie w Polsce w postaci dopłat do minimalnych pensji również dla większych firm. Zróżnicowany poziom wsparcia w innych krajach, w których LPP posiada salony stacjonarne.

Szacowana miesięczna wielkość wsparcia na poziomie Grupy to ok. 18 mln PLN.

Centrala

Pracownicy na urloпах, bieżących i zaległych. W Polsce wykorzystanie tzw. wsparcia „postojowego” i „solidarnościowego” (obniżka płac o 20%). Wykorzystanie wsparcia w innych państwach w miarę dostępności.

Sklepy

Zmniejszenie wynagrodzeń wszystkim pracownikom, w tym zarządowi.

Pensja podstawowa, brak zmiennego wynagrodzenia od sprzedaży.

Miesięczny poziom kosztów wynagrodzeń dla całej Grupy to ok. 90 mln PLN (przed obniżką wynagrodzeń).

Usprawnienia w logistyce



Stałe koszty

własne i wynajmowane
centra dystrybucyjne,
pod salony oraz pod
e-sklepy

Zmienne koszty

koszty wysyłki towaru
do sklepów stacjonarnych
(na razie zawieszone)

–

koszty wysyłki towaru
z magazynów do klientów
e-commerce

Przestawienie działalności na e-commerce.

Przemysłane zarządzanie zapasami

Zapasy na koniec stycznia 2020 wyniosły 1 921 mln PLN, a na koniec marca 2020 roku 2 049 mln PLN.
Zapasy dotyczą wyłącznie kolekcji Wiosna/Lato 2020.

W chwili obecnej zapasy są sprzedawane przez e-commerce, jedyny w pełni działający kanał sprzedaży Grupy.

Po otwarciu centrów handlowych celem LPP będzie efektywne wyprzedanie części towaru.
Niesprzedana część towaru z kolekcji Wiosna/Lato zostanie przeniesiona do kolekcji Jesień/Zima 2020 lub Wiosna/Lato 2021.

Zamówienia związane z kolekcją Jesień/Zima 2020 zostały zredukowane o **40%**.

Celem jest rozsądne zarządzanie wyprzedają towaru. W 2020 roku możliwe czasowe odwrócenie tendencji na kapitale obrotowym. Powrót do znormalizowanych relacji kapitału obrotowego w 2021.

Znacząca redukcja wydatków inwestycyjnych

Na koniec stycznia 2021 powierzchnia Grupy LPP powinna wynosić 1 362 tys. m², 10% wyżej r/r.

Działania:

utrzymanie kluczowych wydatków modernizacyjnych, przesunięcia i redukcje w otwarciach sklepów, ale kontynuacja rozwoju Grupy,

Planowane wydatki na sklepy to ok. 400 mln PLN,

zatrzymanie rozbudowy siedziby w Gdańsku i przesunięcie wydatków na centrum dystrybucyjne w Brześciu Kujawskim na następne lata.

wydatki na biura to 0 mln PLN,

wydatki na obszar logistyki 50 mln PLN,

wydatki na obszar IT 50 mln PLN.

Redukcja wydatków inwestycyjnych w stosunku do poprzednich planów na rok 2020/21 w wysokości **620 mln PLN.**

Planowany capex w 2020/21 roku (12 miesięcy) to ok. 500 mln PLN.

Bezpieczne finansowanie

Banki

Posiadamy linie kredytowe w wysokości 1,4 mld PLN.

Na bieżąco obsługujemy zadłużenie.

Obligatariusze

Planowa obsługa odsetek z obligacji wyemitowanych w 2019 roku (odsetki będą wypłacone zgodnie z harmonogramem).

Nie planujemy nowych emisji obligacji.

Akcjonariusze

Zarząd zdecydował, że nie będzie rekomendował WZA wypłaty dywidendy z zysków za 2019 rok.

Nie planujemy emisji akcji.

LPP znajduje się w dobrej sytuacji płynnościowej.

Celem Zarządu jest **przeprowadzenie Grupy przez trudny okres.**



1. Bieżące działania
2. Dalsza perspektywa
3. Slajdy pomocnicze

Oferta marek LPP odpowiedzią na nowe trendy

Spodziewamy się, że po otwarciu centrów handlowych, klienci będą:

- zwracać uwagę na bardziej przystępne cenowo marki,
- dokonywać bardziej selektywnych zakupów, zorientowanych na modele uniwersalne,
- zwracać uwagę na ekologiczność odzieży, czy materiały nadają się do recyklingu,
- kierować swoje zainteresowanie w stronę odzieży typu homewear.

Marki LPP pozycjonowane są w średnim przedziale cenowym.

Mohito 64 PLN
Cropp 54 PLN
Reserved 53 PLN
House 51 PLN
Sinsay 23 PLN

Średnia cena sztuki w 2019/20

Oferta marek LPP jest dobrą odpowiedzią na przewidywane trendy.

Przyśpieszenie rozwoju omnichannel

Większe wykorzystanie
RFID przy integracji
z on-line.

Dalsze usprawnienia
w obsłudze
e-sklepów.

Dalsza szybsza integracja
on-line z off-line
(omnichannel).

Przyspieszenie wzrostów
powierzchni w 2021/22.

Rozwój w centrach
oferujących fit-outy
i czynsze od obrotu.

Kontynuacja rozwoju
Sinsay.

Zachowanie bezpiecznego bilansu

LPP jest przygotowana na swój konserwatywny scenariusz rynkowy.

Grupa jest też w stanie szybko zareagować na lepszą niż oczekiwana sytuację.

Celem Grupy będzie zachowanie bezpiecznego bilansu i powrót do rozwoju po kryzysie.

Średnioterminowym celem dla Grupy jest zwiększenie udziału kosztów zmiennych.

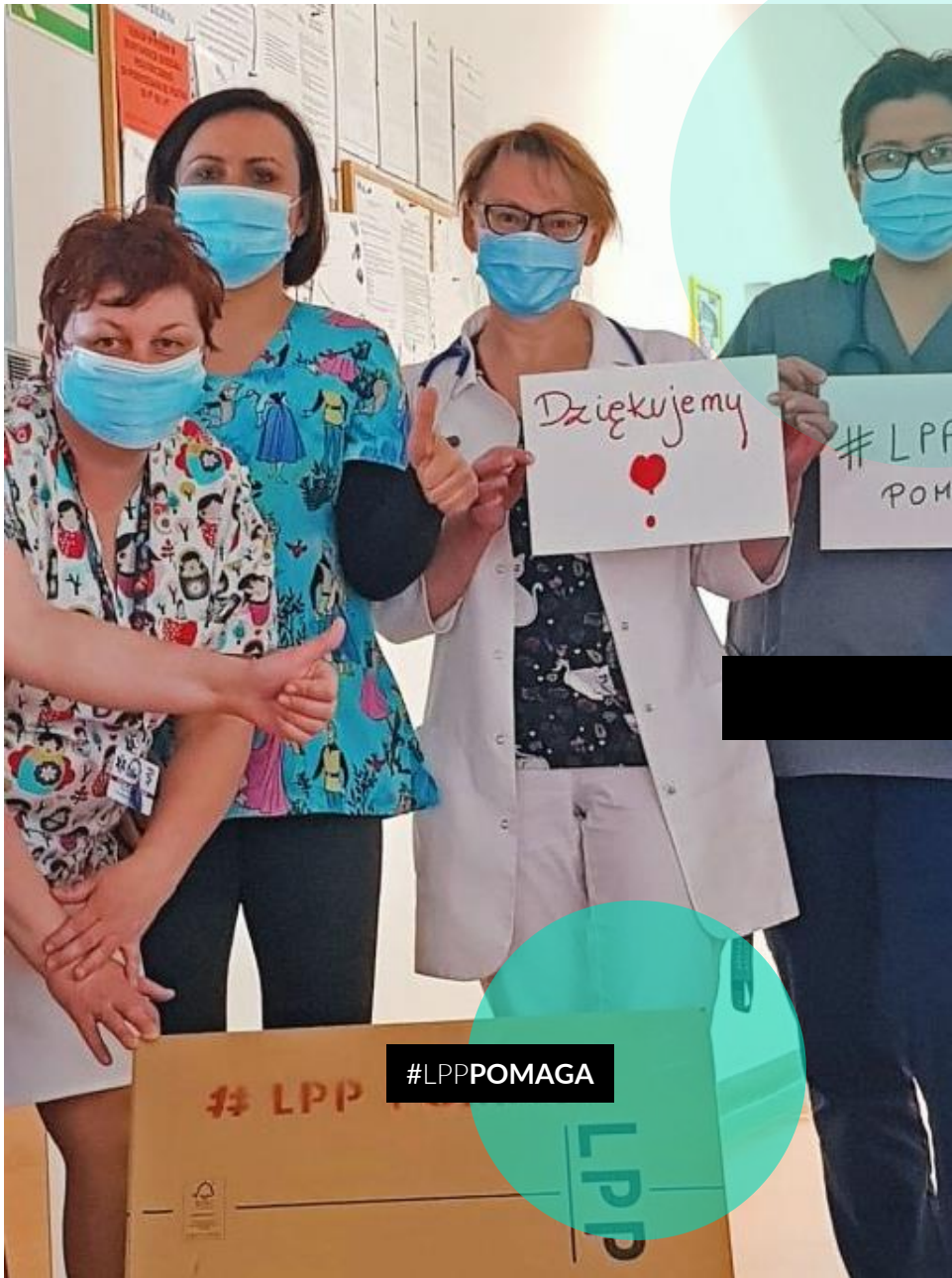
Dalsza komunikacja

KLUCZOWE DATY

- ▶ 04.05.2020
Wstępne dane za 1Q20/21
- ▶ 21.05.2020
Raport roczny za 2019/20

Ze względu na wybuch epidemii cele finansowe na rok 2020/21 nie są aktualne.

Nowe cele będą opublikowane w raporcie rocznym i omówione na towarzyszącej mu konferencji.



Pytania i odpowiedzi

#LPPOMAGA



1. Bieżące działania
2. Dalsza perspektywa
3. Slajdy pomocnicze

Ograniczenia w działaniu centrów handlowych

#	Kraj	Działalność centrów handlowych		
		w trakcie tygodnia	w weekend	okres zamknięcia
	Europa Środkowo-Wschodnia			
1	Polska	zamknięte	zamknięte	od 14.03, nowe informacje 16.04
2	Czechy	zamknięte	zamknięte	od 14.03 do 11.05
3	Słowacja	zamknięte	zamknięte	od 16.03 do odwołania
4	Węgry	zamknięte	zamknięte	od 28.03 do odwołania
	Kraje bałtyckie			
5	Litwa	zamknięte	zamknięte	od 16.03 do 17.04
6	Łotwa	otwarte między 12.00 a 20.00	zamknięte od 28.03	-
7	Estonia	zamknięte	zamknięte	od 27.03 do odwołania
	Wschód			
8	Rosja	zamknięte	zamknięte	od 28.03 do 30.04
9	Ukraina	zamknięte	zamknięte	od 17.03 do 24.04
10	Białoruś	otwarte, brak ograniczeń	otwarte, brak ograniczeń	-
11	Kazachstan	zamknięte	zamknięte	od 16.03 do 30.04
	Europa Południowo-Wschodnia			
12	Bułgaria	zamknięte	zamknięte	od 13.03 do 13.05
13	Rumunia	zamknięte	zamknięte	od 23.03 do odwołania
14	Chorwacja	zamknięte	zamknięte	od 19.03 do odwołania
15	Serbia	zamknięte	zamknięte	od 22.03 do odwołania
16	Słowenia	zamknięte	zamknięte	od 16.03 do odwołania
17	Bośnia i Hercegowina	zamknięte	zamknięte	od 16.03 do 27.04
	Europa Zachodnia			
18	Niemcy	zamknięte	zamknięte	od 17.03 do odwołania
19	Wielka Brytania	zamknięte	zamknięte	od 21.03. do odwołania
20	Finlandia	otwarte między 10:00-19:00	otwarte między 10:00-19:00	-
	Bliski Wschód			
21	Egipt	otwarte między 10:00-19:00	otwarte między 10:00-19:00	-
22	Kuwejt	zamknięte	zamknięte	od 18.03 do odwołania
23	Katar	zamknięte	zamknięte	od 18.03 do odwołania
24	Zjednoczone Emiraty Arabskie	zamknięte	zamknięte	od 25.03 do odwołania
25	Izrael	zamknięte	zamknięte	od 15.03 do odwołania

Dane zebrane na 14 kwietnia 2020 roku.

Aktualizacja planów wydatków inwestycyjnych

mIn PLN	2020/21	2021/22	2022/23	2020/21- 2022/23
Salony	400	600	500	1 500
Sklepy w Polsce i za granicą	400	600	500	1 500
Biura	0	40	140	180
Nowe biuro Gdańsk Łąkowa - Budynek 2	0	40	0	40
Nowe biuro Gdańsk Łąkowa - Budynek 3	0	0	140	140
Logistyka	50	650	160	860
Nowe CD Brześć Kujawski	50	650	160	860
IT & pozostałe	50	50	50	150
RAZEM	500	1 340	850	2 690

Działający łańcuch dostaw

Fabryki są otwarte/ częściowo otwarte w:

Chinach

Turcji

Kambodży

Myanmarze

Pakistanie

Fabryki są zamknięte w:

Bangladeszu

Indiach

Łańcuch dostaw będzie na bieżąco modyfikowany, w zależności od zmieniającej się sytuacji.

Słownik pojęć

Polska	Sprzedaż detaliczna w Polsce oraz pozostała sprzedaż LPP SA.
CEE	Region obejmujący kraje: Czechy, Słowację, Węgry.
Baltic	Region obejmujący kraje: Litwę, Łotwę, Estonię.
CIS	Region obejmujący kraje: Rosję, Ukrainę, Białoruś, a od 2018 roku również Kazachstan.
SEE	Region obejmujący kraje: Bułgarię, Rumunię, Chorwację, Serbię, od 2018 roku Słowenię, od 2019 roku Bośnię i Hercegowinę, a od 2020 Północną Macedonię.
WE	Region obejmujący Niemcy i Wielką Brytanię, a od 2019 rok również Finlandię.
ME	Region obejmujący kraje: Egipt, Katar, Kuwejt, Zjednoczone Emiraty Arabskie, a od 2018 roku Izrael. Do połowy 2017 roku region obejmował również Arabię Saudyjską.
Europa	Region obejmujący: CEE, Baltic, SEE i WE.
EBITDA	Zysk operacyjny powiększony o amortyzację z rachunku przepływów pieniężnych.
Średniomiesięczna sprzedaż/m2	Kwartalna 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. 3,9% powierzchni pracującej) / 3.
Średniomiesięczne koszty SG&A PLN/m2	Kwartałne koszty SG&A/ średniomiesięczną powierzchnię sklepów bez sklepów z ME i Białorusi/ 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.



CENTRALA GDAŃSK
LPP SA
ul. Łąkowa 39/44
80-769 Gdańsk, Polska
Tel. +48 58 76 96 900
Fax.+48 58 76 96 909
Email: lpp@lppsa.com

CENTRUM DYSTRYBUCYJNE
LPP SA
ul. Tczewska 2
83-000 Pruszcz Gdański, Polska

KONTAKT DLA INWESTORÓW
Email: LPP.investor.relations@lppsa.com

ODDZIAŁ KRAKÓW
LPP SA
ul. Bagrowa 7
30-733 Kraków, Polska
Tel. +48 12 39 25 000

KONTAKT DLA MEDIÓW
Email: media@lppsa.com

LPP