

Prezentacja LPP SA

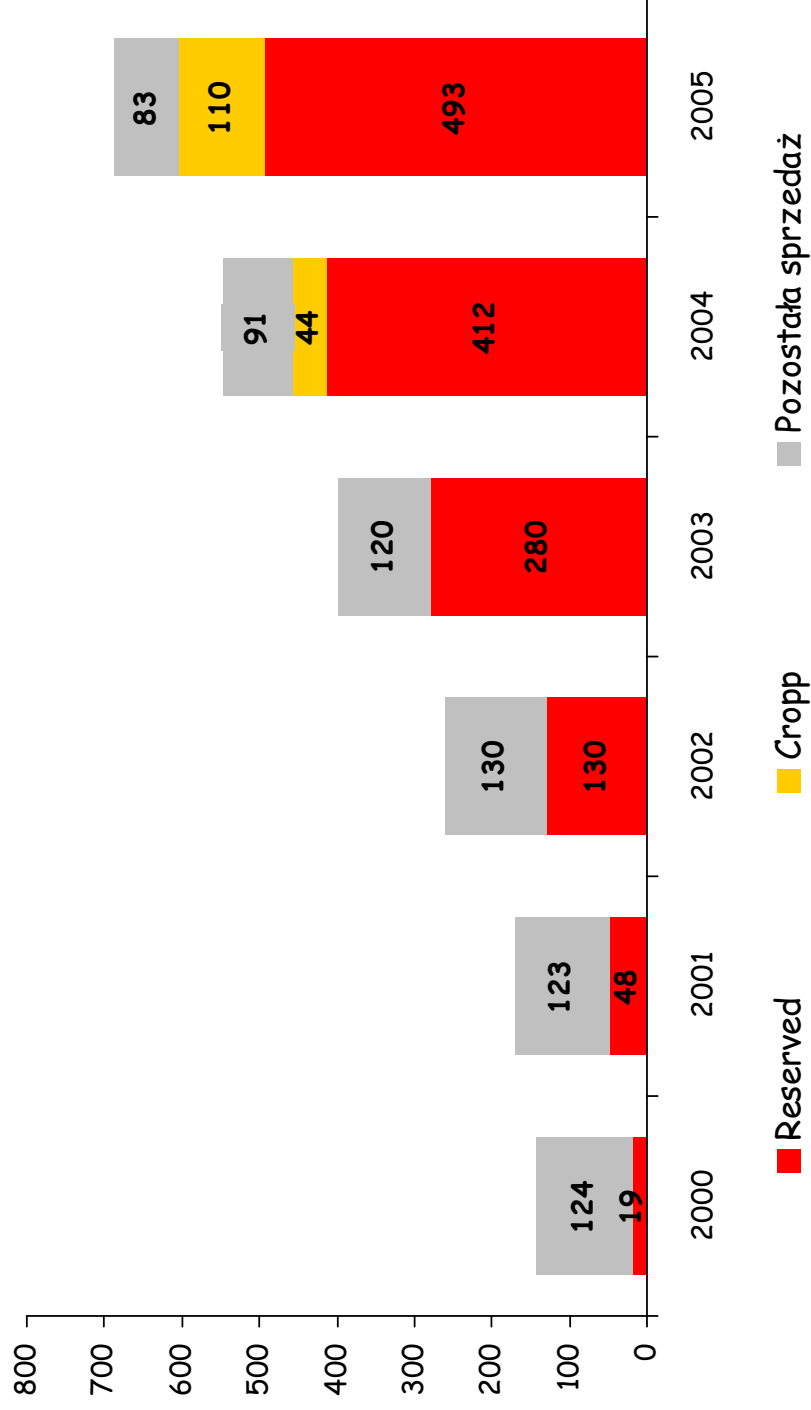
Wyniki za IV kwartał 2005 roku Plany i budżet na rok 2006

Warszawa, 17 lutego 2006

re RESERVED®



W 2005 udział sprzedaży detalicznej wyniósł 88%



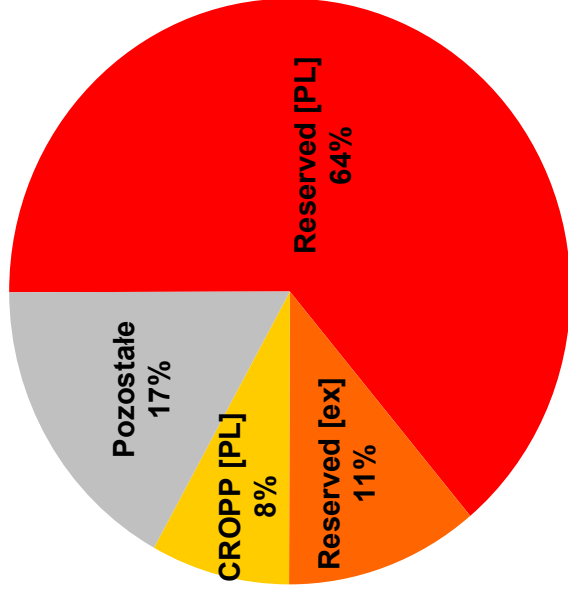
re RESERVED®



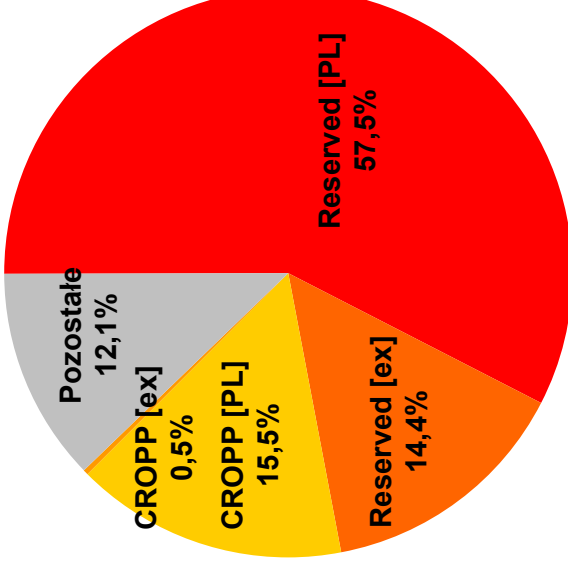
Sprzedaż detaliczna to już blisko 88% przychodów

[%]	I kw. 04	II kw. 04	III kw. 04	IV kw. 04	I kw. 05	II kw. 05	III kw. 05	IV kw. 05
Marża brutto na sprzedaży (w kw.)	51,2	55,5	50,4	57,4	50,7	60,3	52,7	54,2
Marża brutto na sprzedaży (narast.)	51,2	53,5	52,3	54,0	50,7	55,8	54,7	54,6

2004



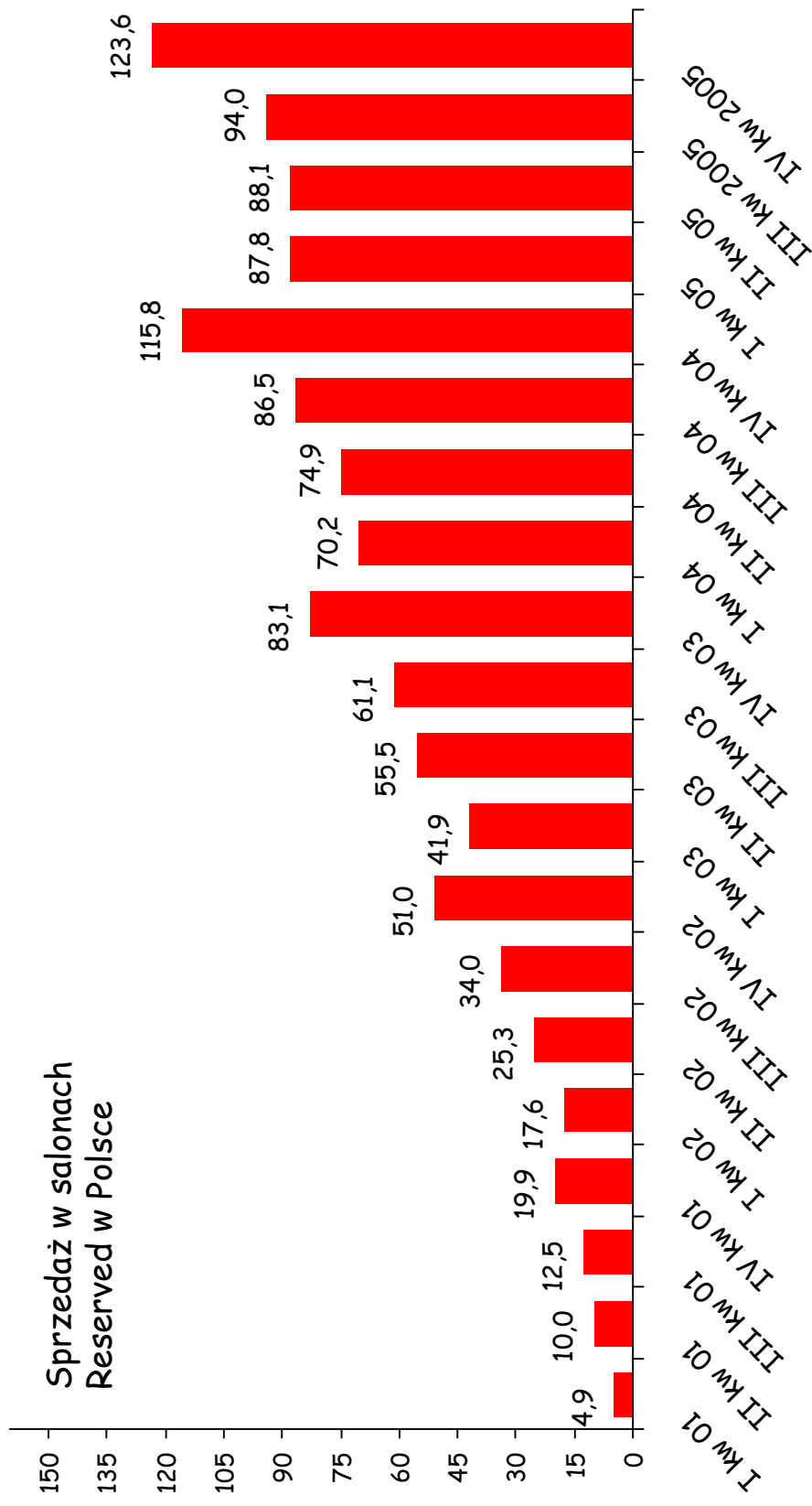
2005



re RESERVED®



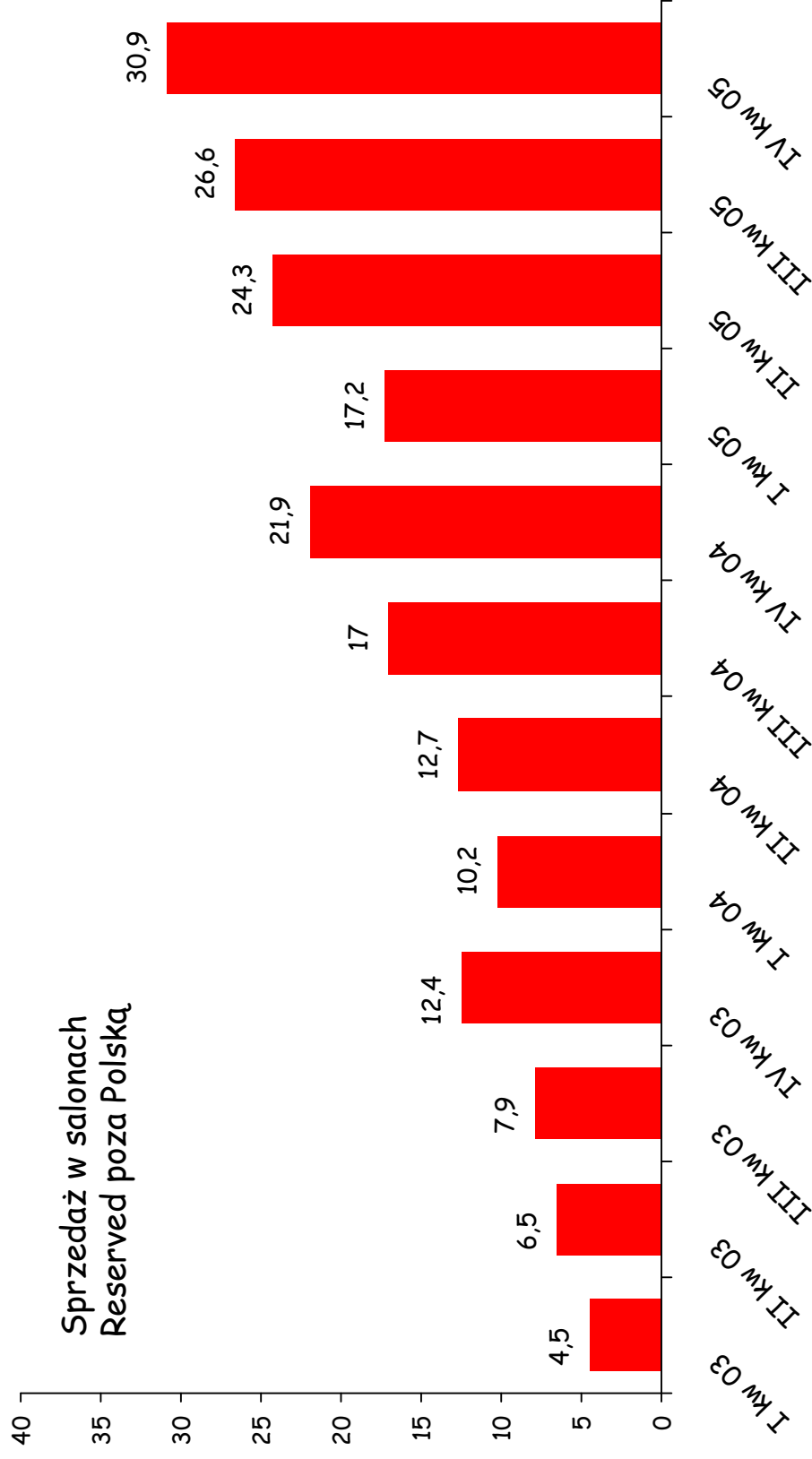
Utrzymujemy wysoką dynamikę sprzedaży w Polsce



re RESERVED®



Przyspieszamy poza granicami kraju

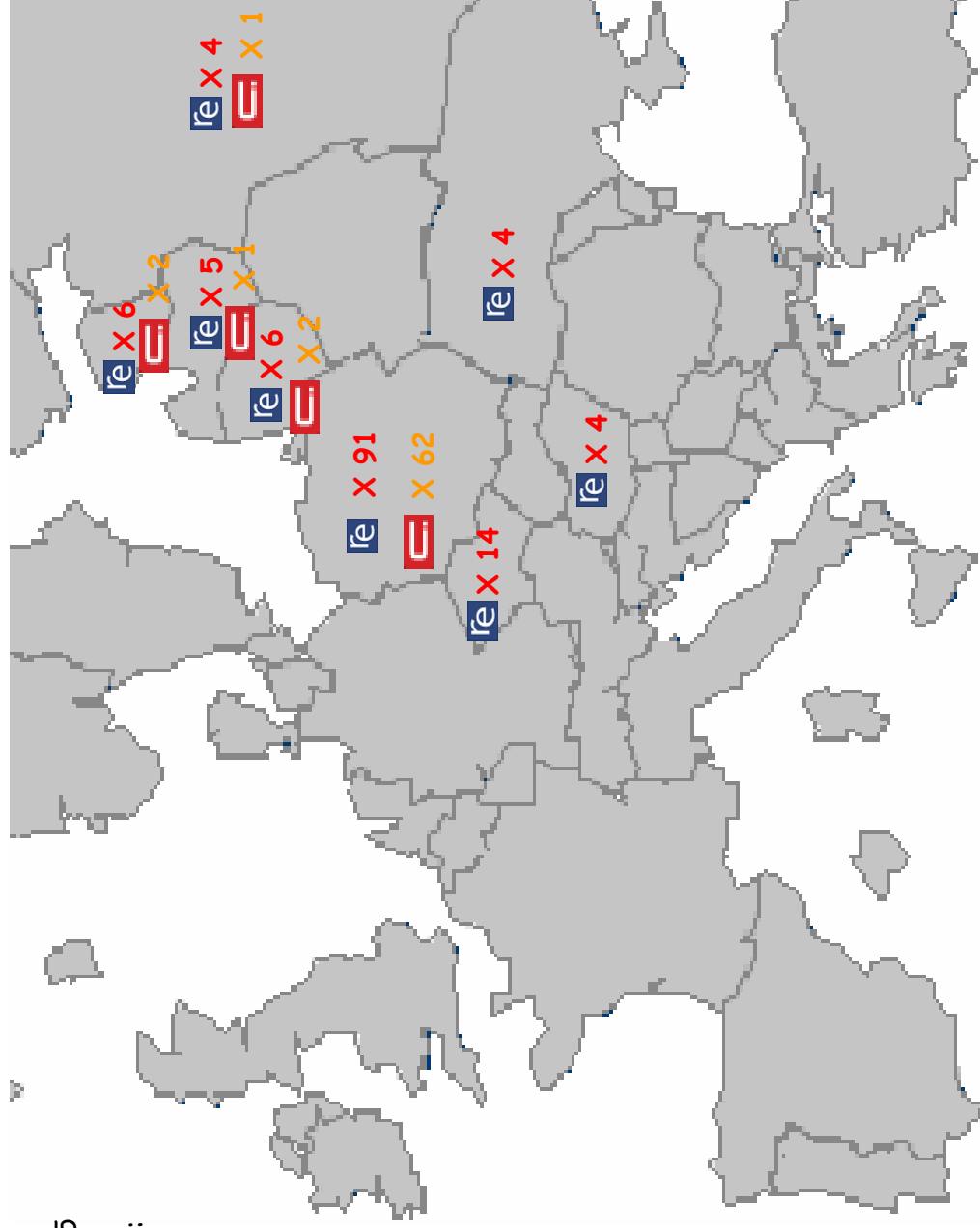


re RESERVED®



Nasze znaczenie w regionie stale rośnie

- Na dzień 31 grudnia 2005 roku sieć detaliczna LPP liczyła 202 sklepy, z czego:
134 marki Reserved
68 marki CROPP

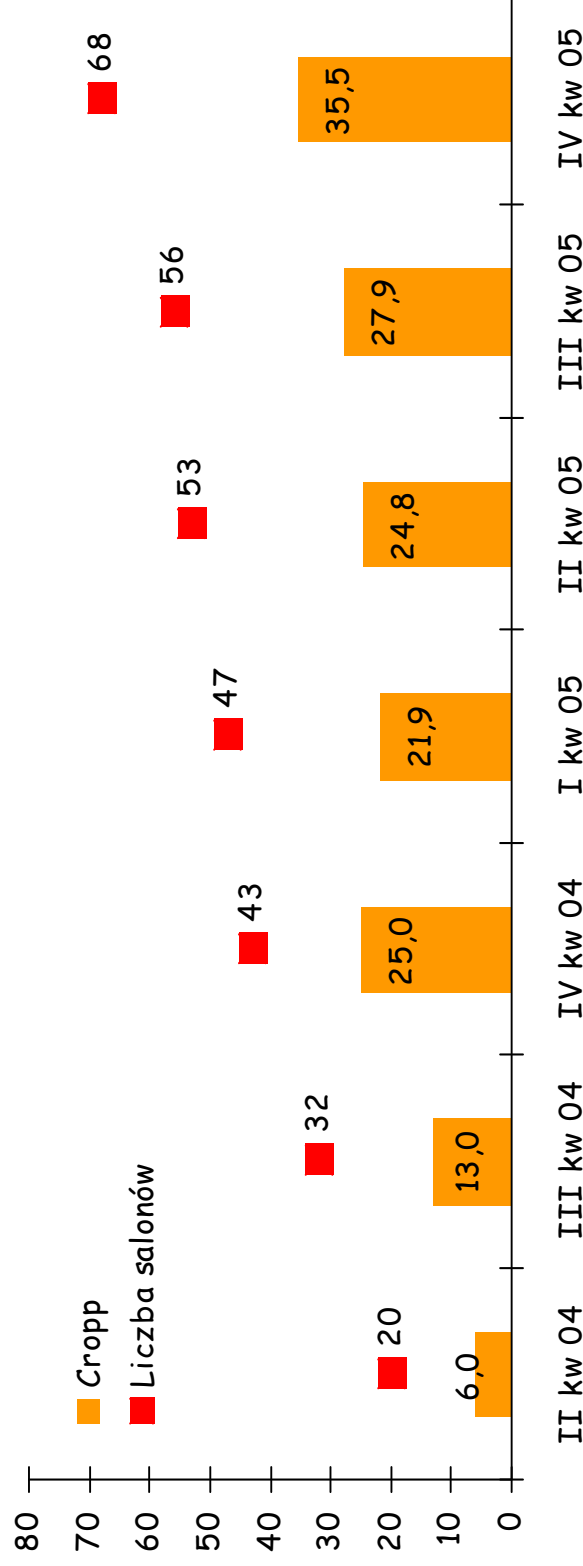


re RESERVED®



CROPP rozwija się zgodnie z założeniami

- W 2005 roku, przychody z CROPP przekroczyły poziom 110 mln zł
- Uruchomiliśmy 6 salonów CROPP za granicami Polski
- Na koniec 2005 roku, sieć sklepów CROPP wzrosła do 68 placówek



Rachunek zysków i strat: dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	IV kw 2004	IV kw. 2005	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	182,0	212,6	16,8
Koszty sprzedanych towarów i materiałów	77,5	97,3	25,5
Zysk brutto na sprzedaży	104,5	115,3	10,3
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>57,4%</i>	<i>54,2%</i>	<i>-3,2%</i>
Koszty sprzedaży	58,8	81,4	38,5
Koszty ogólnego zarządu	9,1	10,2	12,1
EBITDA	40,4	32,9	-18,5
<i>Marża EBITDA</i>	<i>22,2%</i>	<i>15,5%</i>	<i>-6,7%</i>
EBIT	34,1	24,0	-29,6
<i>Marża EBIT</i>	<i>18,7%</i>	<i>11,3%</i>	<i>-7,4%</i>
Zysk netto	26,2	17,3	-34,2
<i>Marża netto</i>	<i>14,4%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-6,3%</i>

Rachunek zysków i strat: dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	4 kw. 2004	4 kw. 2005	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	546,3	685,8	25,5
Koszty sprzedanych towarów i materiałów	251,2	311,7	24,1
Zysk brutto na sprzedaży	295,1	374,2	26,8
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>54,0%</i>	<i>54,6%</i>	<i>+0,6%</i>
Koszty sprzedaży	204,9	274,0	33,7
Koszty ogólnego zarządu	34,4	39,3	14,2
EBITDA	71,8	90,0	25,3
<i>Marża EBITDA</i>	<i>13,1%</i>	<i>13,1%</i>	<i>0%</i>
EBIT	52,7	59,2	12,4
<i>Marża EBIT</i>	<i>9,6%</i>	<i>8,6%</i>	<i>-1,0%</i>
Zysk netto	42,6	40,6	-3,7
<i>Marża netto</i>	<i>7,7%</i>	<i>5,9%</i>	<i>-1,8%</i>

Podsumowanie roku 2005

Plusy

Wzrost łącznej powierzchni sprzedaży o 48%

Zwiększenie przychodów ze sprzedaży o 25,5%

Poprawa marży brutto na sprzedaży o 0,6 pkt. proc.

Minusy

Niedopasowanie kolekcji Reserved do potrzeb rynkowych

Wzrost kosztów funkcjonowania firmy (jako % sprzedaży)

Spadek przychodów ze sprzedaży w sklepach porównywalnych o ok. 11% (Polska)

Niekorzystne saldo różnic kursowych

re RESERVED®



Bilans: aktywa, dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	2005	2004
Aktywa trwałe, w tym:	195,9	136,9
- wartości niematerialne i prawne	14,4	13,6
- rzeczowe aktywa trwałe	175,5	116,6
- długoterminowe rozliczenia międzyok.	4,9	5,2
Aktywa obrotowe, w tym:	239,1	174,6
- zapasy	171,7	131,8
- należności krótkoterminowe	37,3	24,5
- inwestycje krótkoterminowe	27,5	15,6
Aktywa razem	435,0	311,5

Bilans: pasywa, dane skonsolidowane

Wyszczególnienie [mln zł]	2005	2004
Kapitał własny, w tym:	233,0	190,8
- kapitał zakładowy	3,4	3,4
- kapitał zapasowy	200,4	151,2
- zysk netto	40,6	42,2
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	202,0	120,6
- rezerwy na zobowiązania	4,7	2,8
- zobowiązania długoterminowe	11,0	2,3
- zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	185,2	114,4
- <i>krótkoterminowe kredyty bankowe</i>	<i>126,5</i>	<i>71,6</i>
Pasywa razem	435,0	311,5

Wciąż widzimy miejsce na dynamiczny rozwój

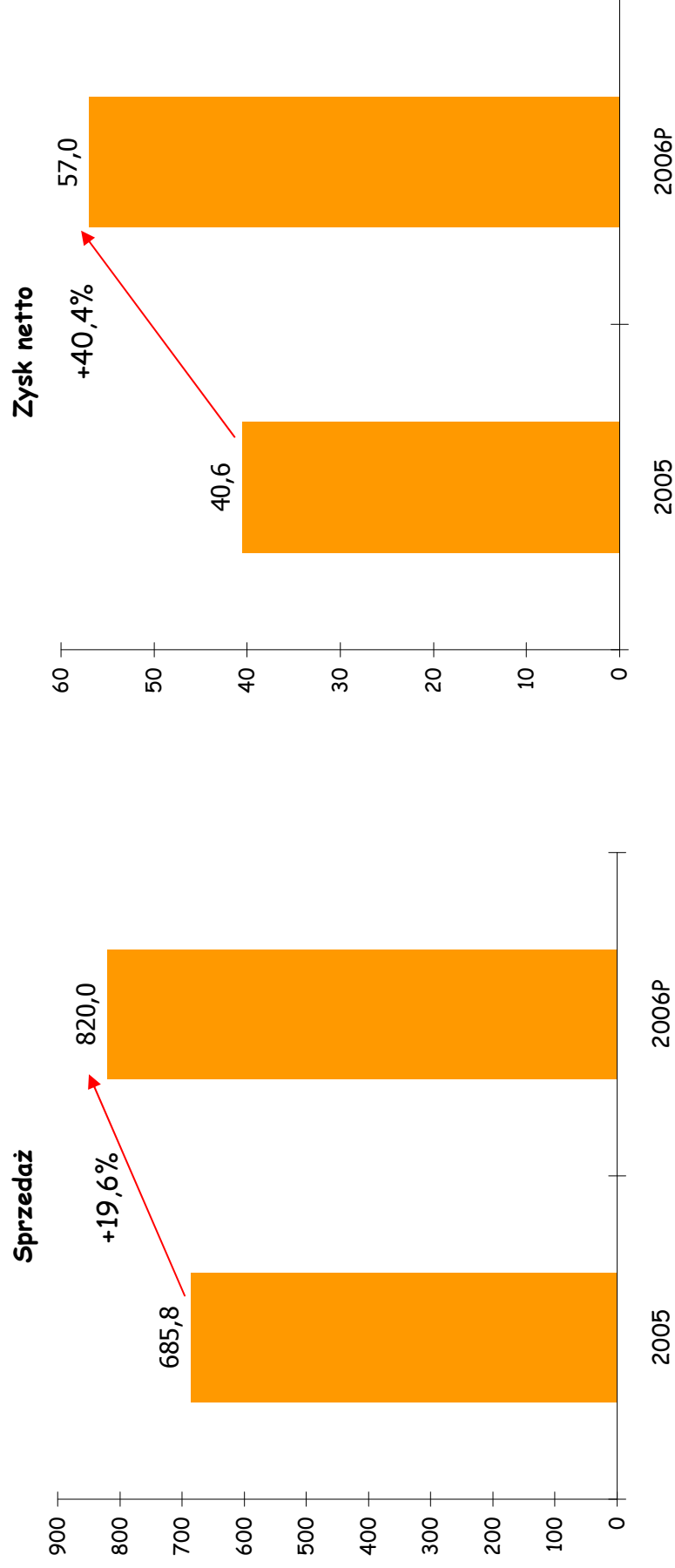
- Łączna powierzchnia sprzedaży Reserved wzrosła o blisko 30%
- Poza Polską powierzchnia sieci Reserved wzrosła o przeszło 60%, dodatkowo 15 tys mkw.
- Łączna powierzchnia sprzedaży CROPP wzrosła o blisko 37%

Powierzchnia [tys. mkw]	2004	2005	2006P
Razem Reserved	54,0	78,7	101,6
- Polska	37,7	54,0	61,8
- kraje Unii	13,8	20,2	24,7
- Rosja i Ukraina	2,5	4,5	15,1
CROPP	10,0	16,6	22,7
- Polska	10,0	15,0	17,0
- zagranica	0,0	1,6	5,7
RAZEM	64,0	95,3	124,3

Zadania na 2006

- | | |
|---|---|
| 1 | Istotna zmiana kolekcji Reserved, począwszy od kolekcji letniej |
| 2 | Dalszy, dynamiczny rozwój sieci sprzedaży Reserved ze szczególnym uwzględnieniem rynku rosyjskiego i ukraińskiego |
| 3 | Poprawa efektywności sprzedaży, szczególnie poza Polską |
| 4 | Rozpoczęcie inwestycji w Centrum Logistyczne |

Prognoza 2006



re RESERVED®

