

Wyniki osiągnięte w trzech kwartałach 2010 roku

Warszawa, 9 listopada 2010 roku

RESERVED


cropp

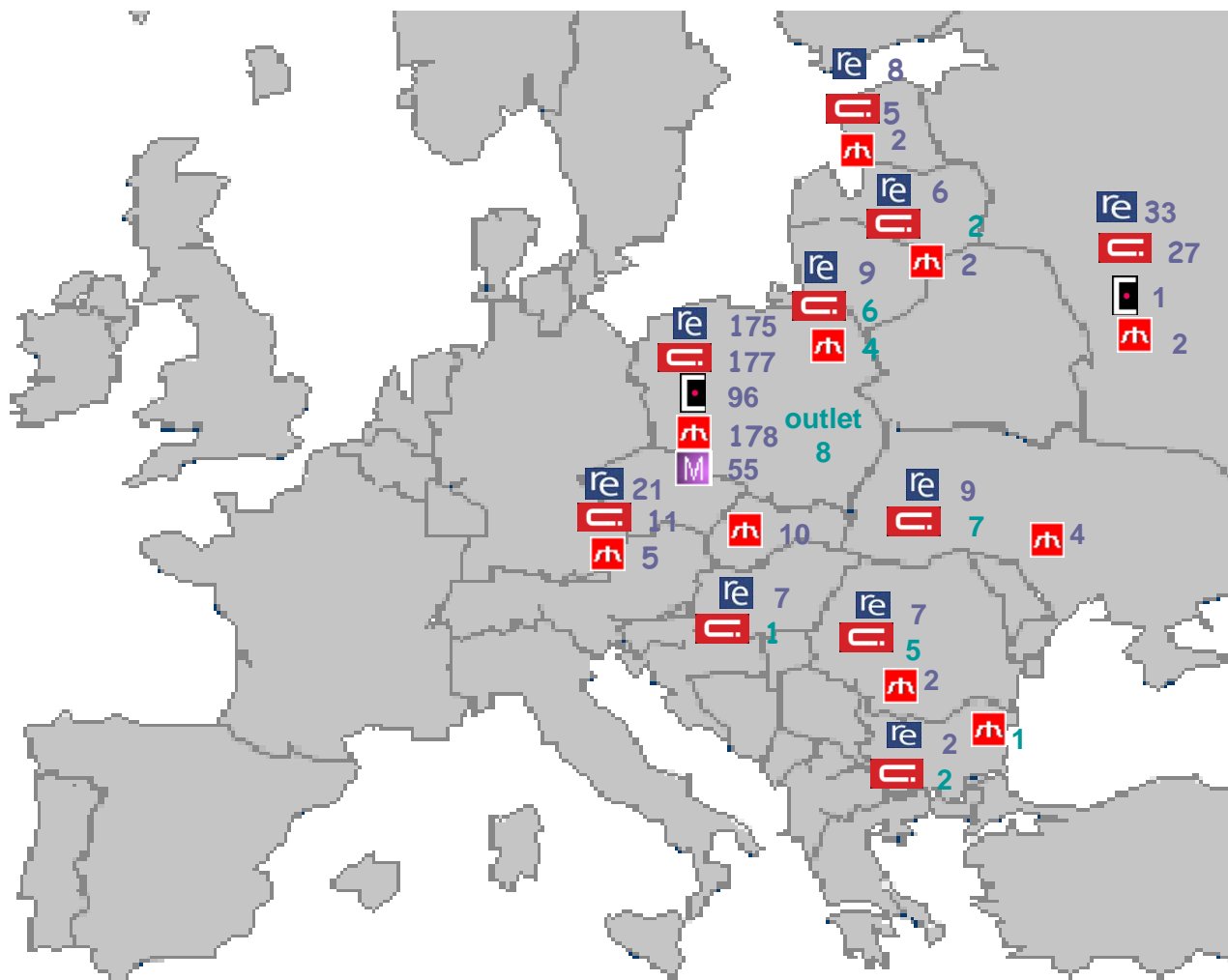
 house

M O H I T O

ESOTIQ

Nasze marki obecne w całym regionie

30 czerwca 2010 roku sieć
detaliczna LPP liczyła 890
sklepów, z czego:
277 Reserved
243 CROPP
97 Esotiq
210 House
55 Mohito



Realizacja planu rozwoju sieci

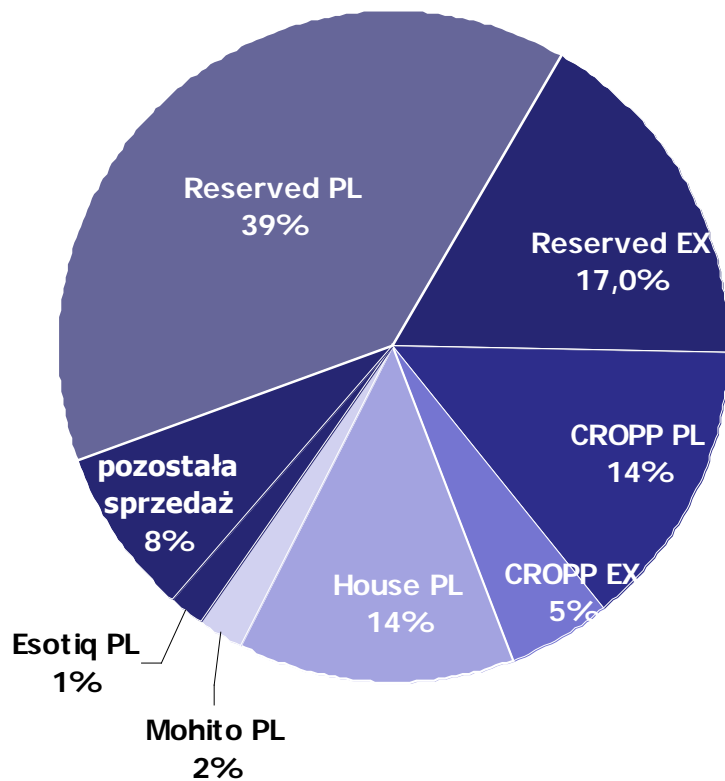
Powierzchnia [tys. m ²]	30.09.2009	30.09.2010	Zmiana
Reserved	160,9	188,1	17%
Polska	96,0	114,4	19%
UE	39,5	42,9	9%
Rosja i Ukraina	25,4	30,7	21%
CROPP	45,3	53,9	19%
Polska	31,2	36,4	17%
zagranica	14,1	17,6	25%
ESOTIQ	5,4	6,9	28%
Polska	5,1	6,8	33%
zagranica	0,3	0,1	-67%
House	40,7	46,4	14%
Polska	35,9	38,6	8%
zagranica	4,8	7,9	65%
Mohito	7,9	9,8	24%
Polska	7,9	9,8	24%
outlet Polska		2,4	
<u>RAZEM</u>	<u>260,2</u>	<u>307,5</u>	<u>18%</u>

- Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 18% (47 tysięcy m²).
- Średnia powierzchnia sieci w okresie I-IX 2010 roku była większa o 23% od średniej powierzchni w okresie I-IX 2009

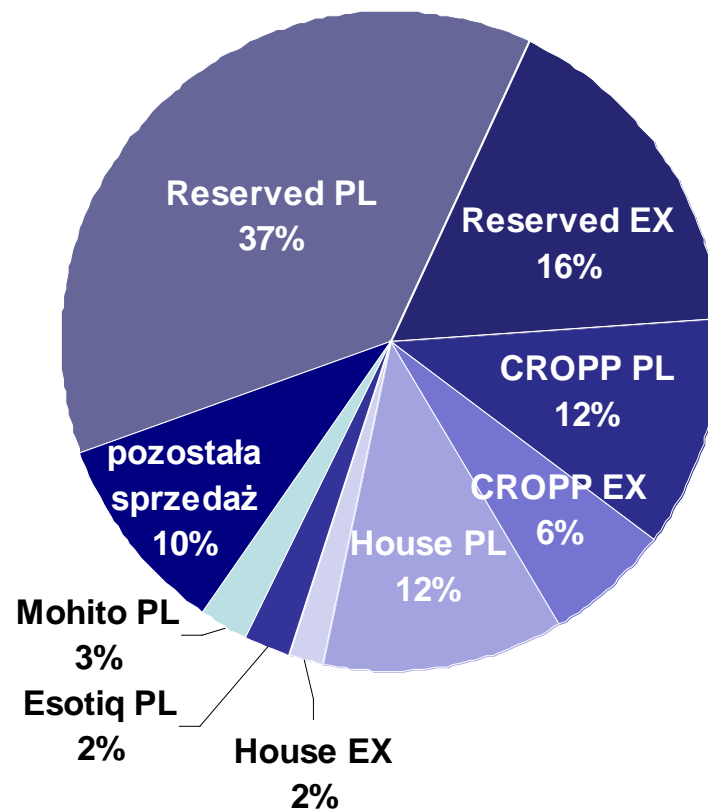
Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

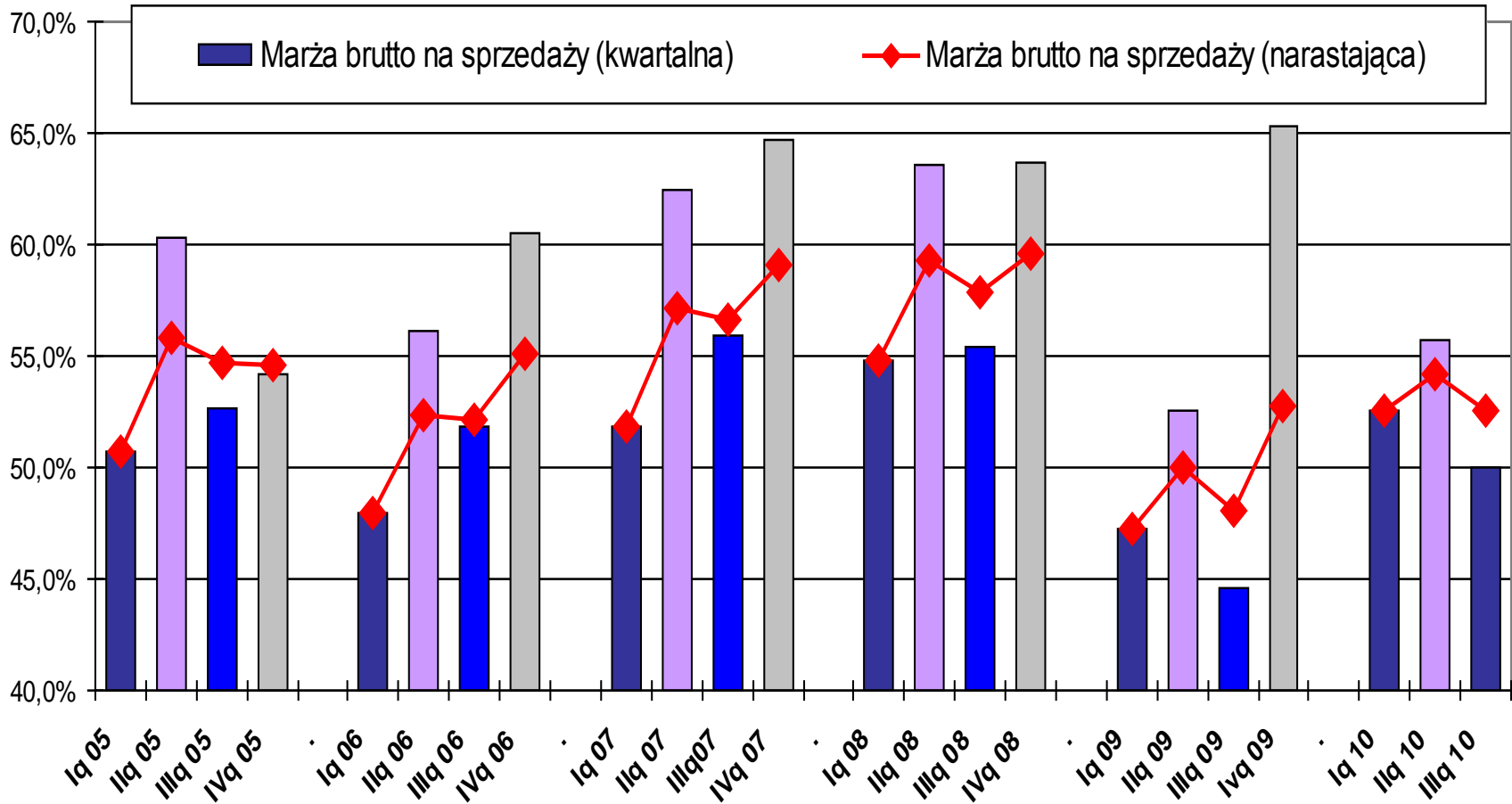
2009



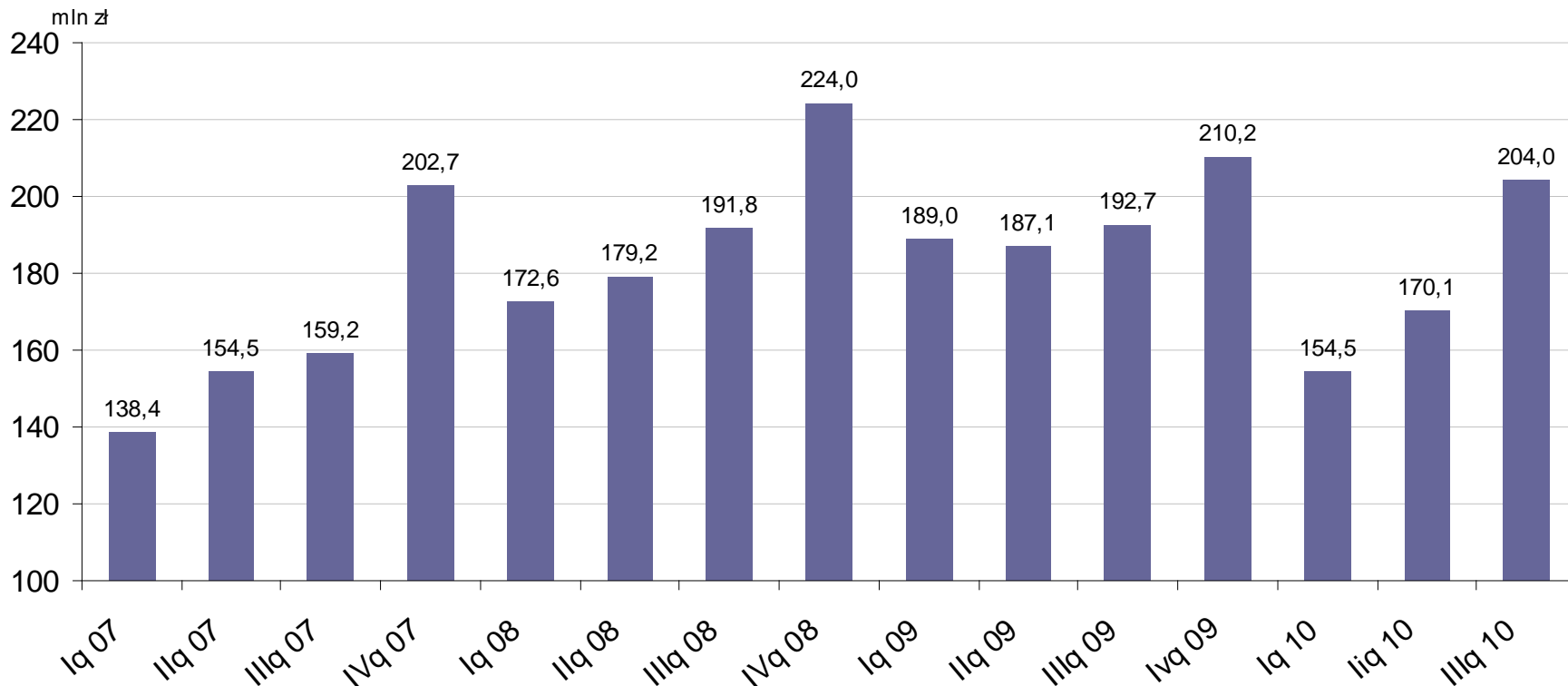
IIQ 2010



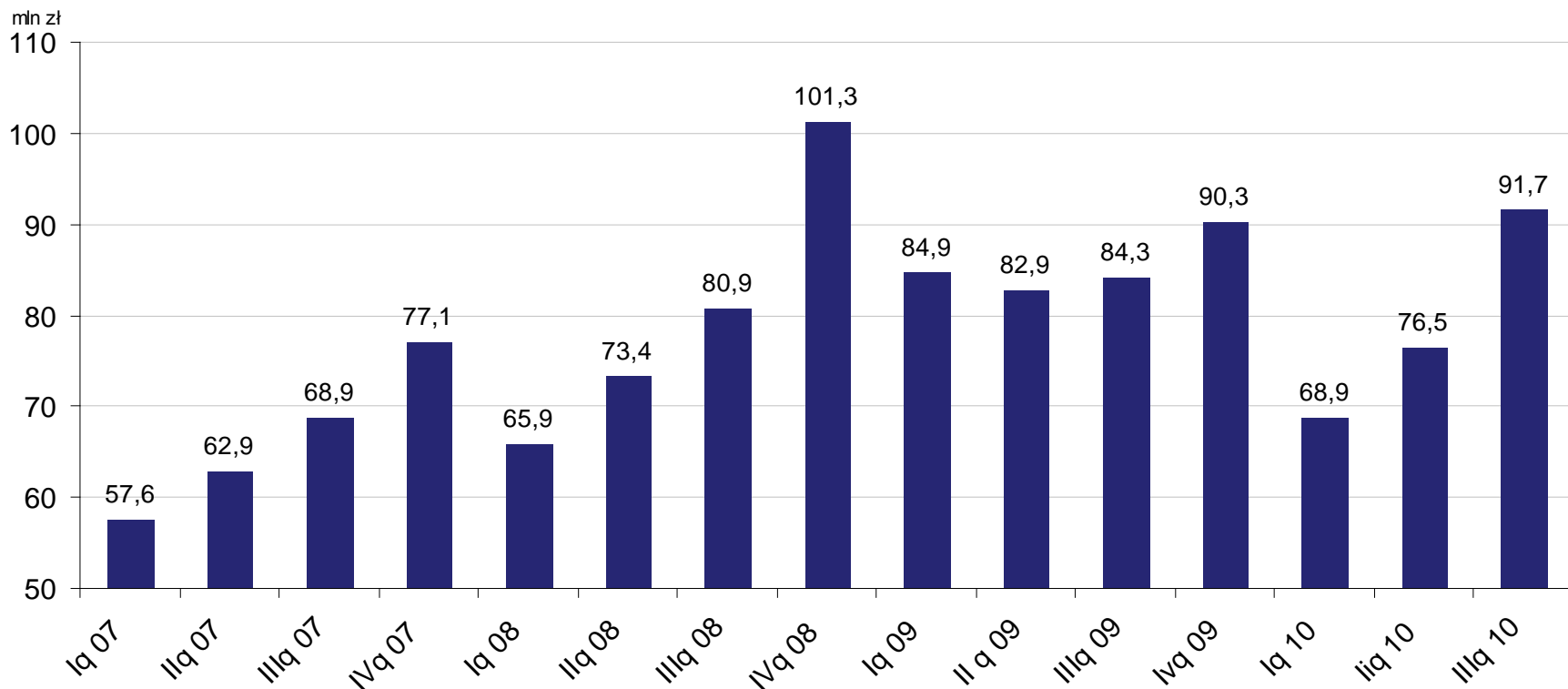
Wysokość marży brutto na sprzedaży



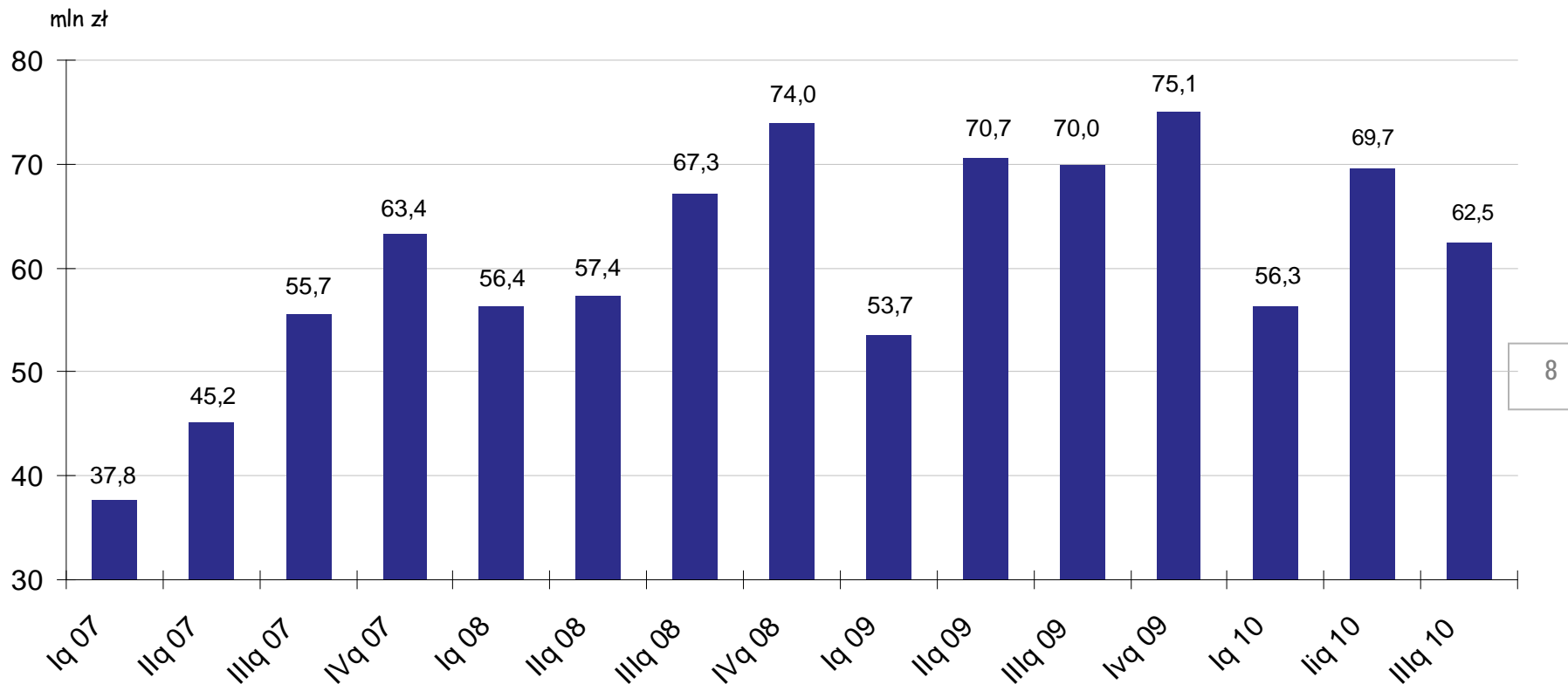
Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



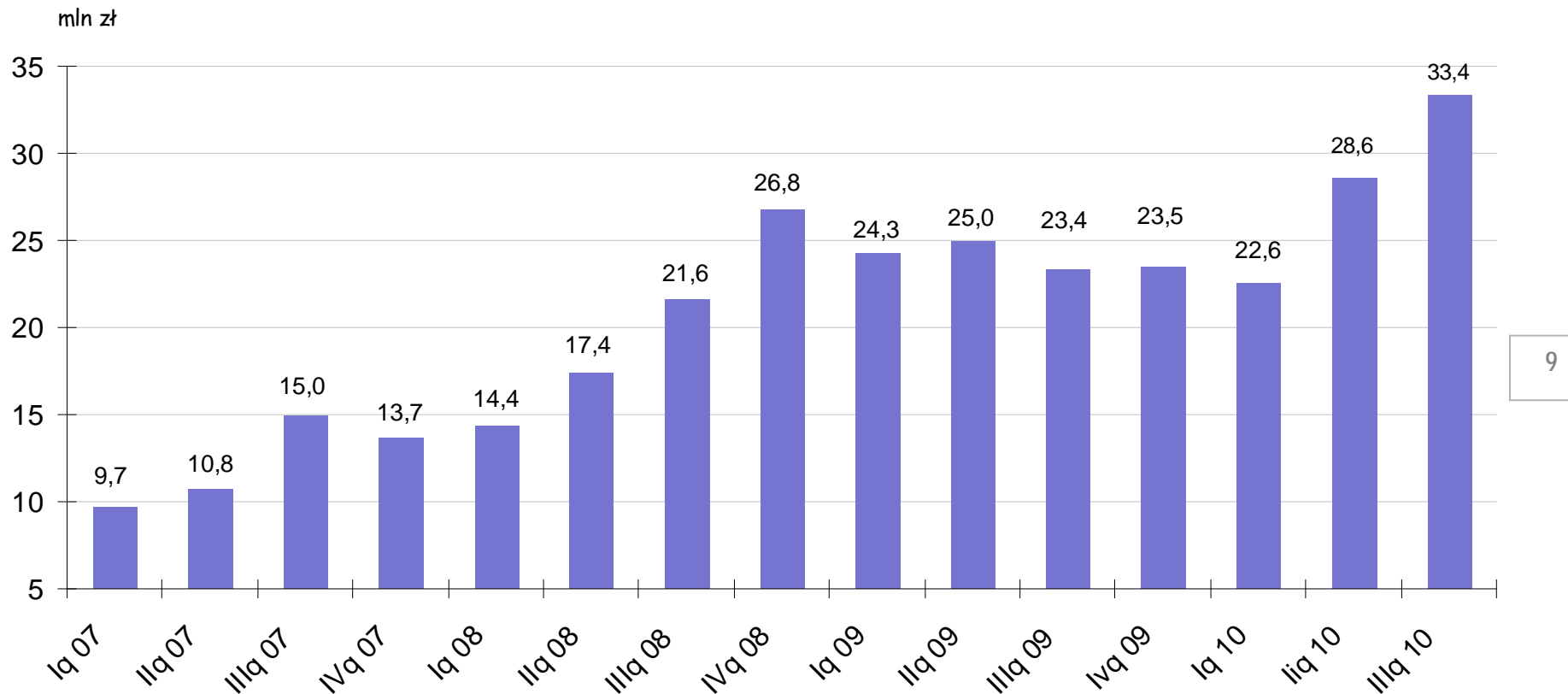
Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą



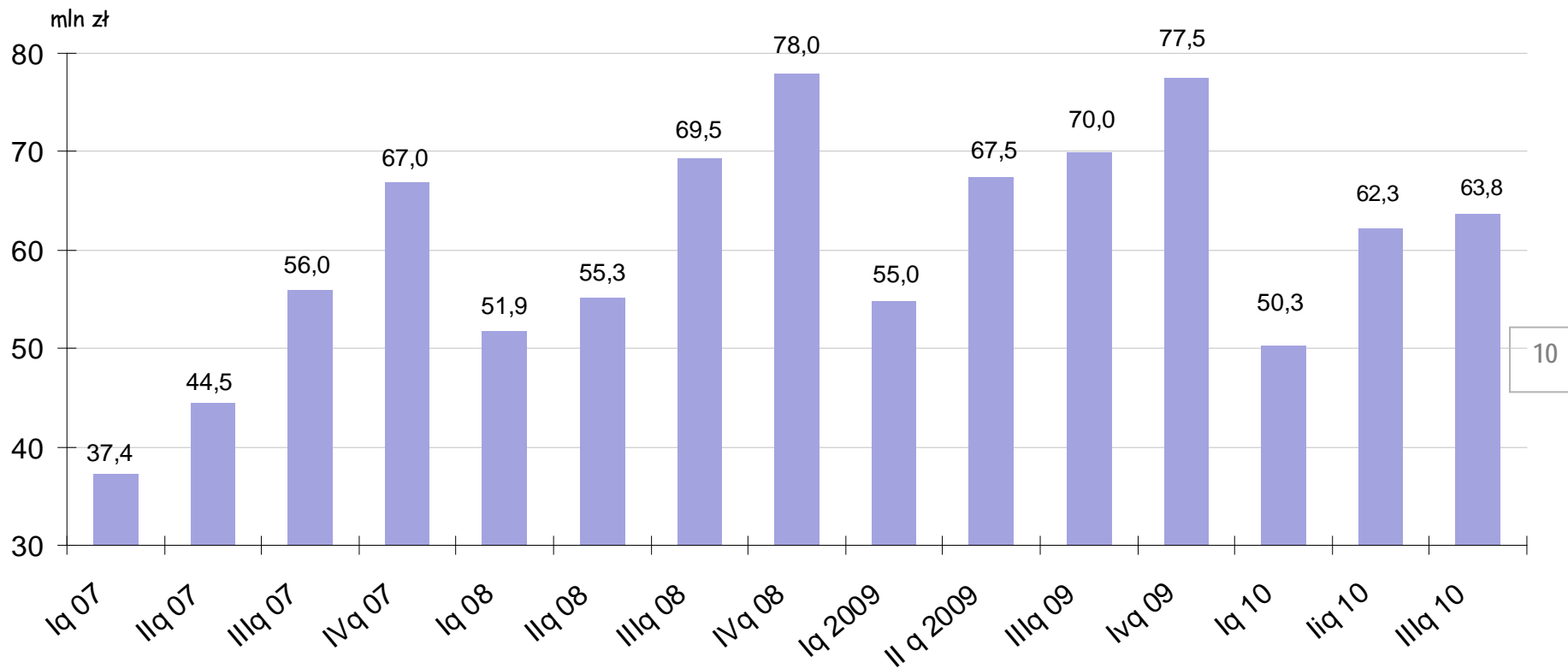
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce



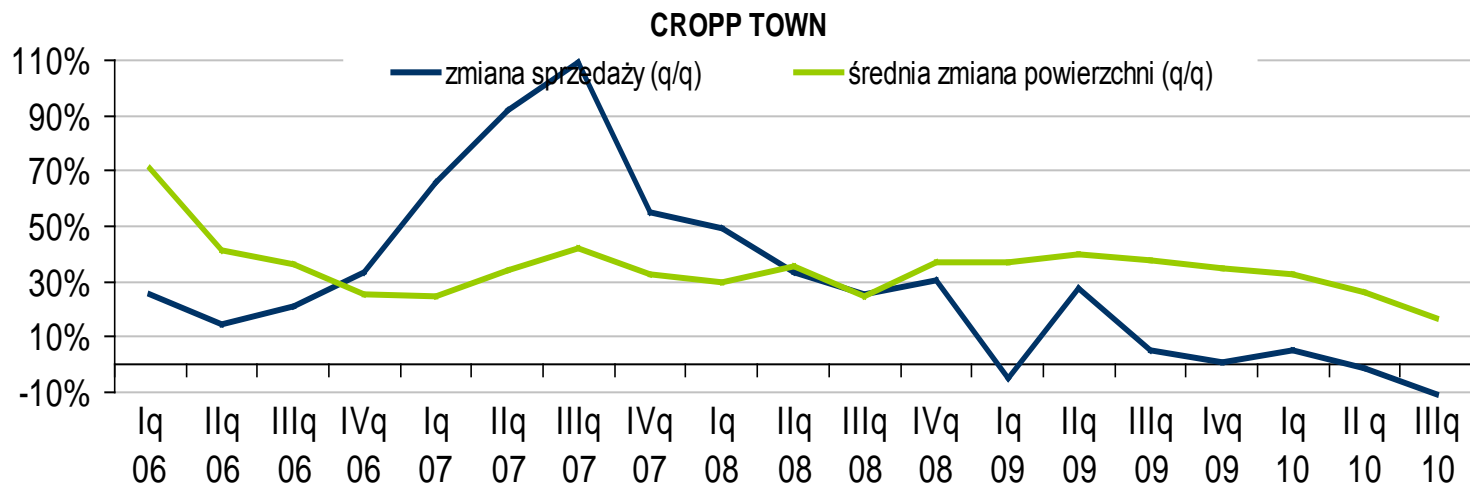
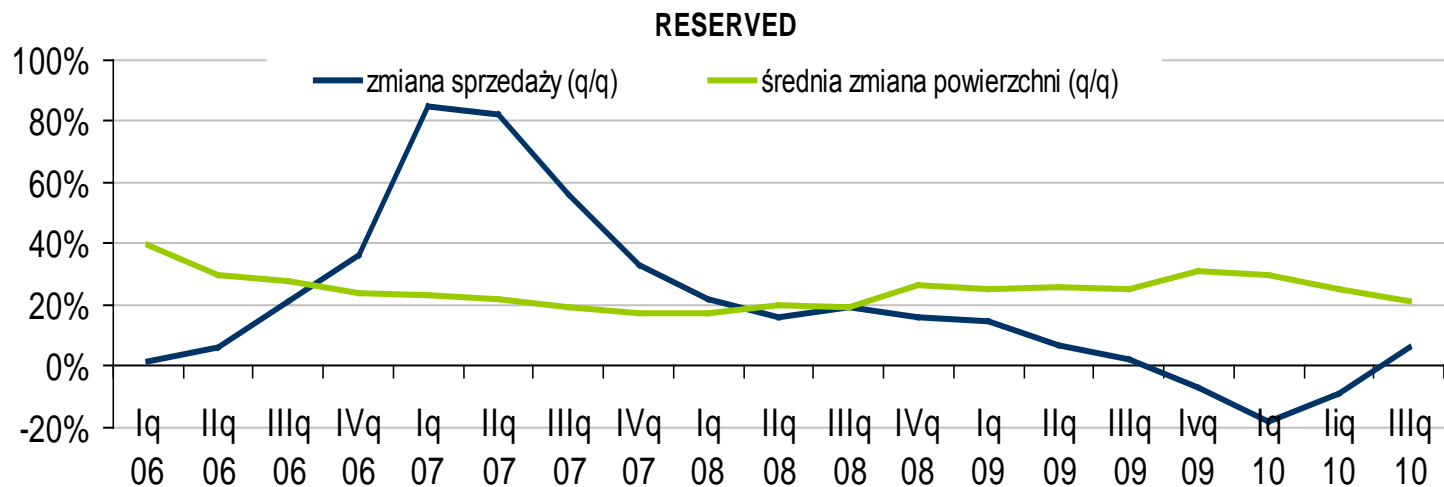
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



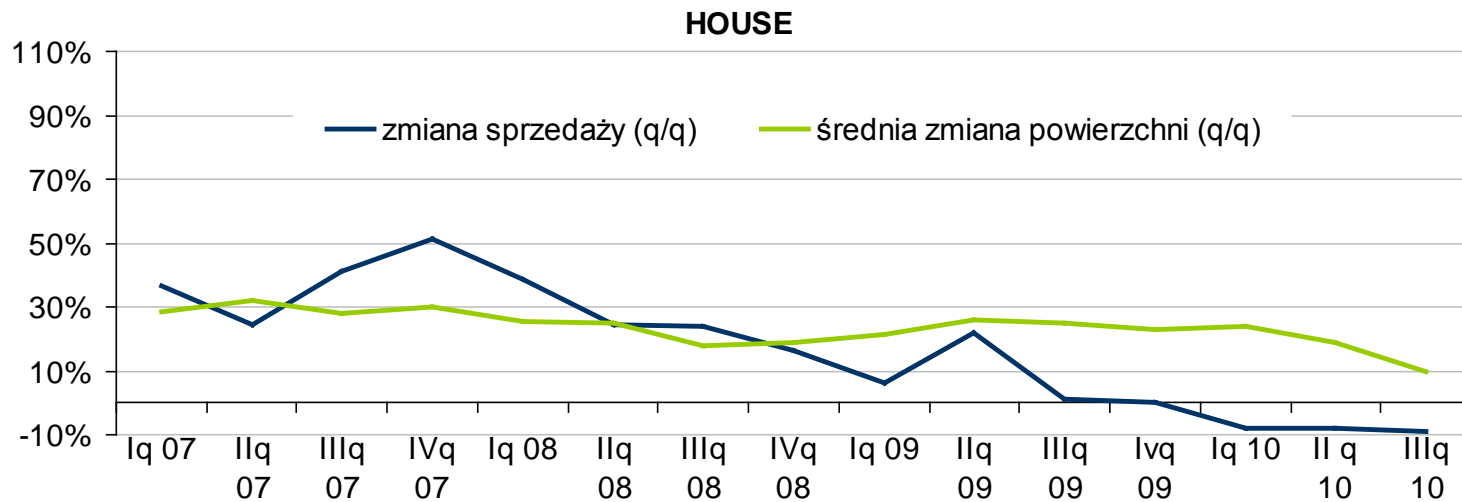
Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce



Zmiana efektywności



Zmiana efektywności



Skonsolidowany rachunek zysków i strat I-IIIQ 2010

Wyszczególnienie [mln zł]	I-III 2010	I-III 2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	1 449,5	1 458,9	-5%
Koszt własny sprzedaży	687,2	756,7	-9%
Zysk brutto na sprzedaży	762,3	702,2	+9%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	52,6%	48,1%	+4,5p.p.
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	674,2	639,7	5%
EBITDA	155,4	130,8	+19%
<i>Marża EBITDA</i>	10,7%	9,0%	+1,7p.p.
EBIT	85,0	58,2	+46%
<i>Marża EBIT</i>	5,9%	4,0%	+1,9p.p.
Zysk netto	49,8	22,7	+119%
<i>Marża netto</i>	3,4%	1,6%	+1,8p.p.

Skonsolidowany rachunek zysków i strat IIIQ 2010

Wyszczególnienie [mln zł]	IIIQ 2010	IIIQ 2009	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	543,4	505,0	+8%
Koszt własny sprzedaży	271,8	279,5	-3%
Zysk brutto na sprzedaży	271,6	225,4	+20%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>50,0%</i>	<i>44,6%</i>	<i>+5,4p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	235,0	204,5	+15%
EBITDA	60,2	44,3	+36%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>11,1%</i>	<i>8,8%</i>	<i>+2,3p.p.</i>
EBIT	36,8	21,2	+74%
<i>Marża EBIT</i>	<i>6,8%</i>	<i>4,2%</i>	<i>+2,6p.p.</i>
Zysk netto	16,7	0,5	+3340%
<i>Marża netto</i>	<i>3,1%</i>	<i>0,1%</i>	<i>+3,0p.p.</i>

Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	30 września 2010	30 września 2009
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>726,9</u>	<u>760,1</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	272,8	274,7
- rzeczowe aktywa trwałe	433,4	460,0
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>689,6</u>	<u>541,0</u>
- zapasy	423,4	361,7
- należności krótkoterminowe handlowe	105,5	88,2
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	143,0	83,6
Aktywa razem	1 416,4	1 301,1
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>647,1</u>	<u>601,8</u>
- kapitał podstawowy	3,5	3,5
- zysk netto okresu bieżącego	49,8	22,7
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>309,6</u>	<u>381,6</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	190,2	258,6
- obligacje	115,5	115,5
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>459,8</u>	<u>317,6</u>
- zobowiązania z tytułu dostaw i usług	285,0	223,0
- kredyty bankowe i pożyczki	76,0	86,7
- zobowiązanie z tytułu dywidendy	86,4	
Pasywa razem	1 416,4	1 301,1

Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m ²]	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010
Reserved	143,9	176,5	200,5
Polska	81,2	106,6	124,5
UE	37,7	41,7	42,8
Rosja i Ukraina	24,9	28,2	33,3
CROPP	38,1	50,1	55,6
Polska	25,4	34,3	37,7
zagranica	12,7	15,8	17,9
ESOTIQ	4,4	6,7	6,9
Polska	4,1	6,3	6,8
zagranica	0,3	0,3	0,1
House	34,3	43,3	48,2
Polska	30,3	37,4	39,9
zagranica	4,0	6,0	8,3
Mohito	3,6	9,4	10,1
Polska	3,6	9,4	10,1
zagranica	0,2	0,0	
Wyprzedażowe		2,2	2,7
<u>RAZEM</u>	<u>224,2</u>	<u>288,2</u>	<u>324,0</u>

- Wzrost powierzchni sieci sklepów w 2010 roku wyniesie około 36 tys. m²
- Przewidywana wartość nakładów na rozwój sieci – 60-65 mln zł (po uwzględnieniu fit-outów).

Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych