

# Wyniki osiągnięte w I kwartale 2010 roku

Warszawa 13 maja 2010

RESERVED

  
cropp

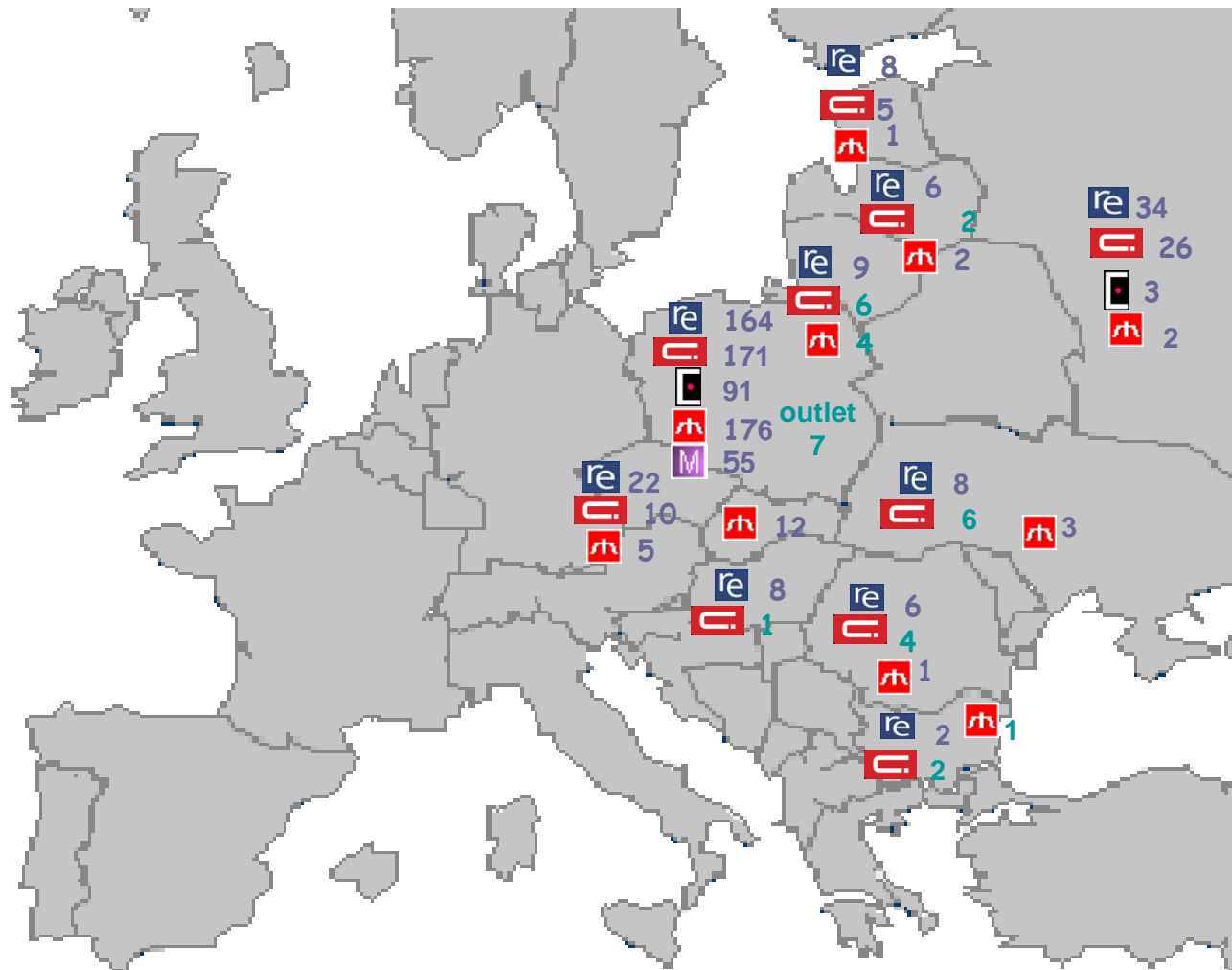
 house

MOHITO

ESOTIQ

# Nasze marki obecne w całym regionie

31 marca 2010 roku sieć  
detaliczna LPP liczyła 863  
sklepy, z czego:  
267 Reserved  
233 CROPP  
94 Esotiq  
207 House  
55 Mohito



# Realizacja planu rozwoju sieci

Powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	31.03.2009	31.03.2010	Zmiana
<b>Reserved</b>	<b>147,5</b>	<b>181,1</b>	<b>23%</b>
Polska	83,5	108,7	30%
UE	38,9	42,6	10%
Rosja i Ukraina	25,1	29,7	18%
<b>CROPP</b>	<b>39,5</b>	<b>51,4</b>	<b>30%</b>
Polska	26,3	35,0	33%
zagranica	13,2	16,4	24%
<b>ESOTIQ</b>	<b>4,5</b>	<b>6,8</b>	<b>51%</b>
Polska	4,2	6,5	55%
zagranica	0,3	0,3	0%
<b>House</b>	<b>34,8</b>	<b>45,4</b>	<b>30%</b>
Polska	30,7	38,1	24%
zagranica	4,1	7,3	78%
<b>Mohito</b>	<b>4,2</b>	<b>9,9</b>	<b>136%</b>
Polska	4,2	9,9	136%
zagranica	-	-	
outlet Polska		2,2	
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>230,5</u></b>	<b><u>296,8</u></b>	<b><u>29%</u></b>

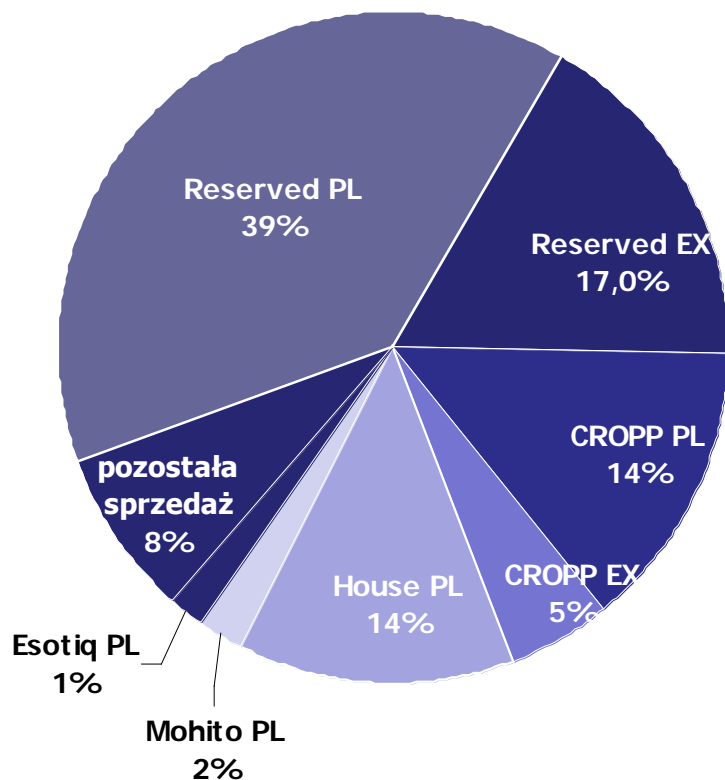
- Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 29% (66 tysięcy m<sup>2</sup>).
- Średnia powierzchnia działająca sieci w IQ2010 roku była wyższa również o 29% w stosunku do średniej powierzchni działającej w IQ2009

3

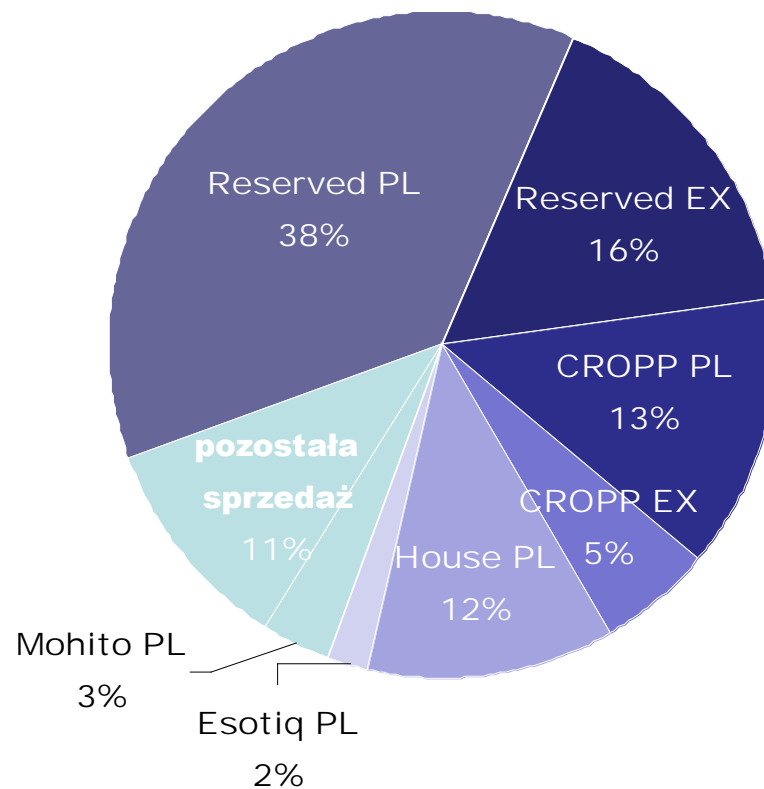
Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

# Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

**2009**

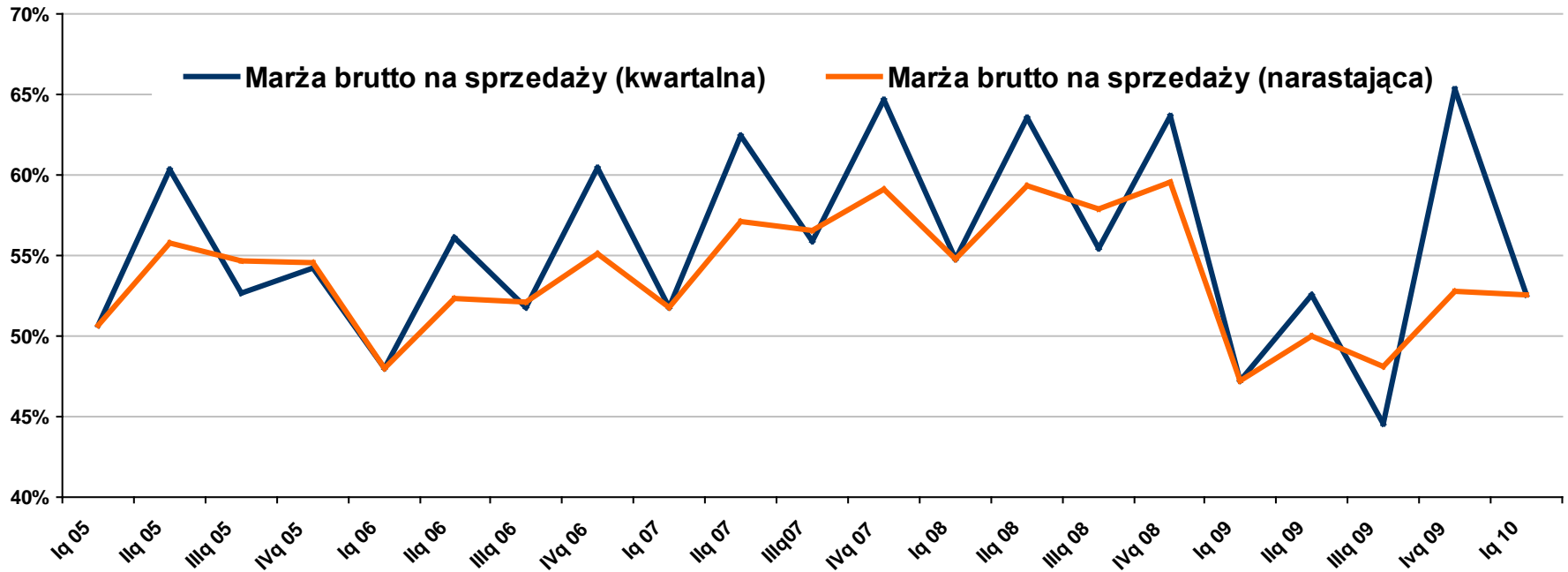


**IQ 2010**

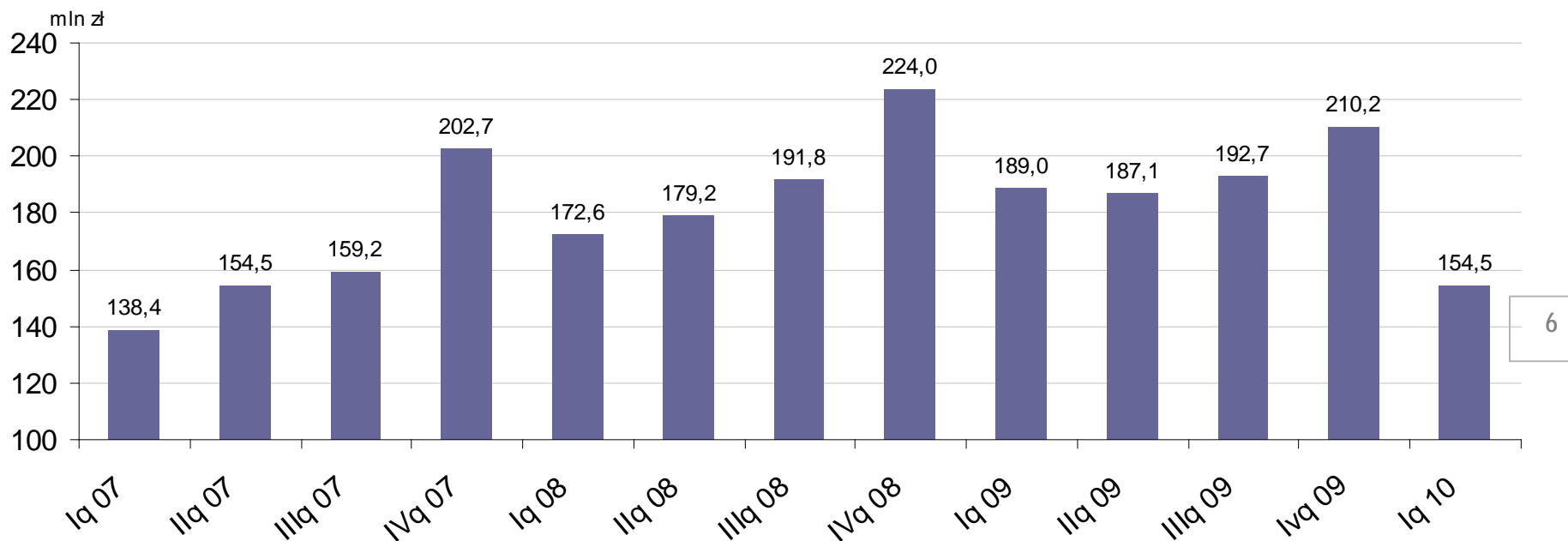


4

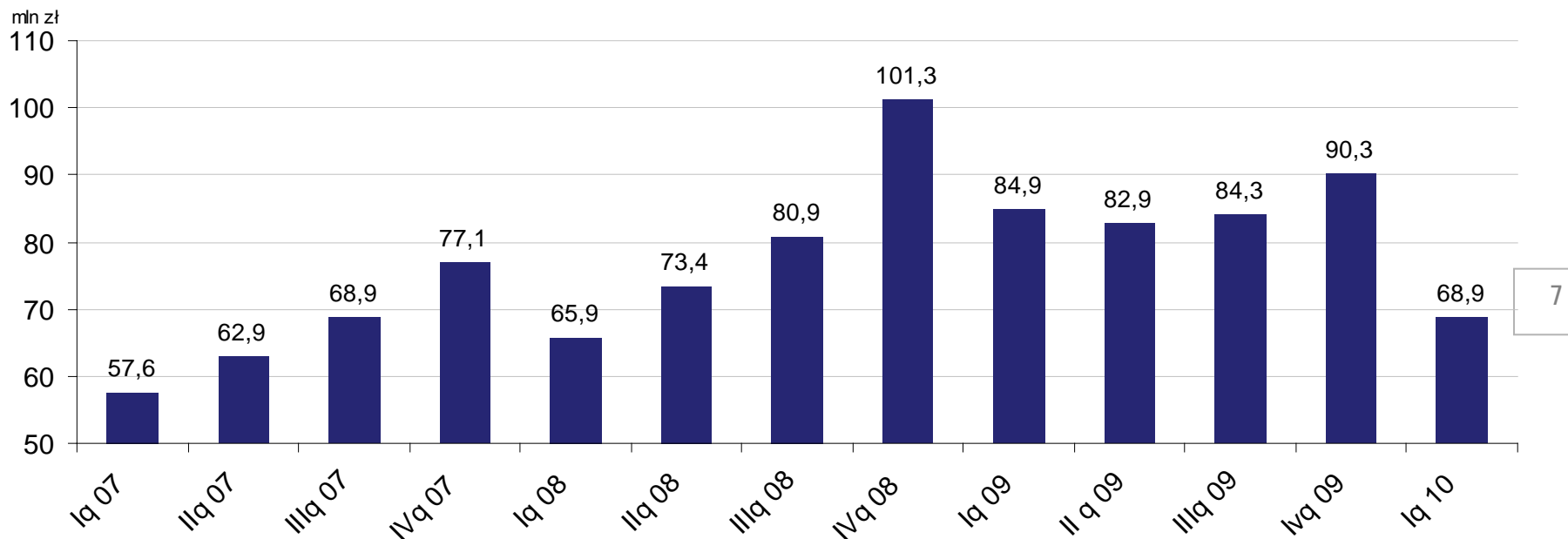
# Wysokość marży brutto na sprzedaży



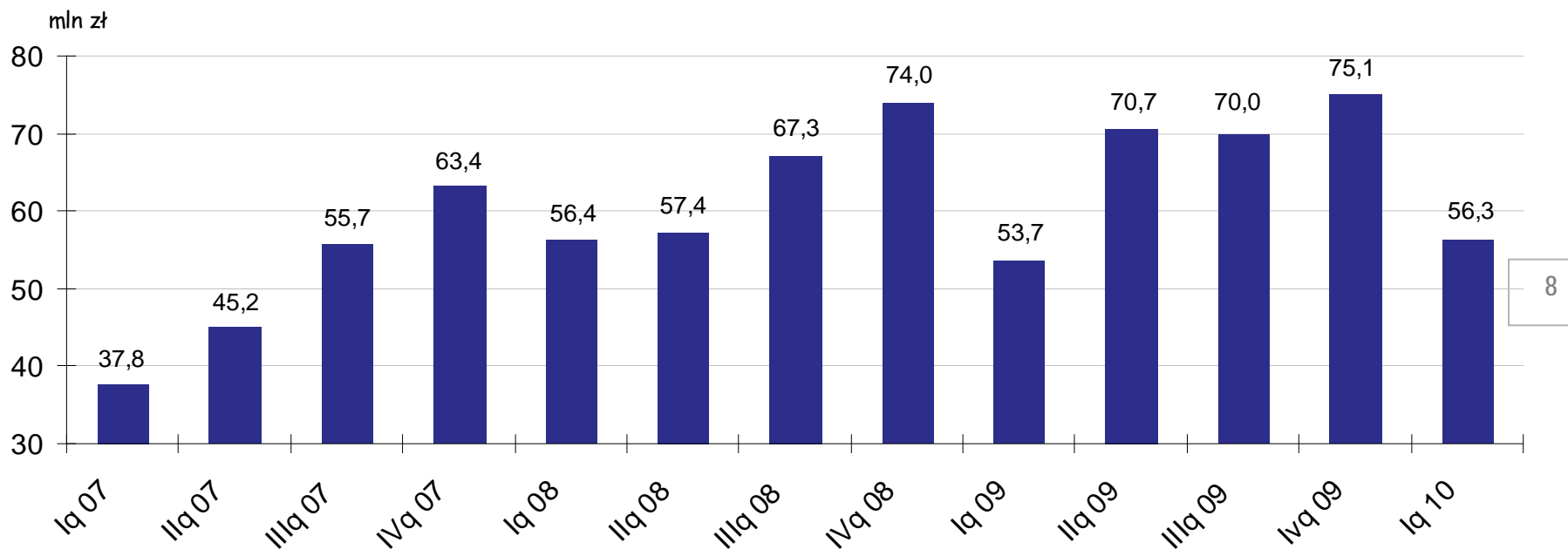
# Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



# Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą

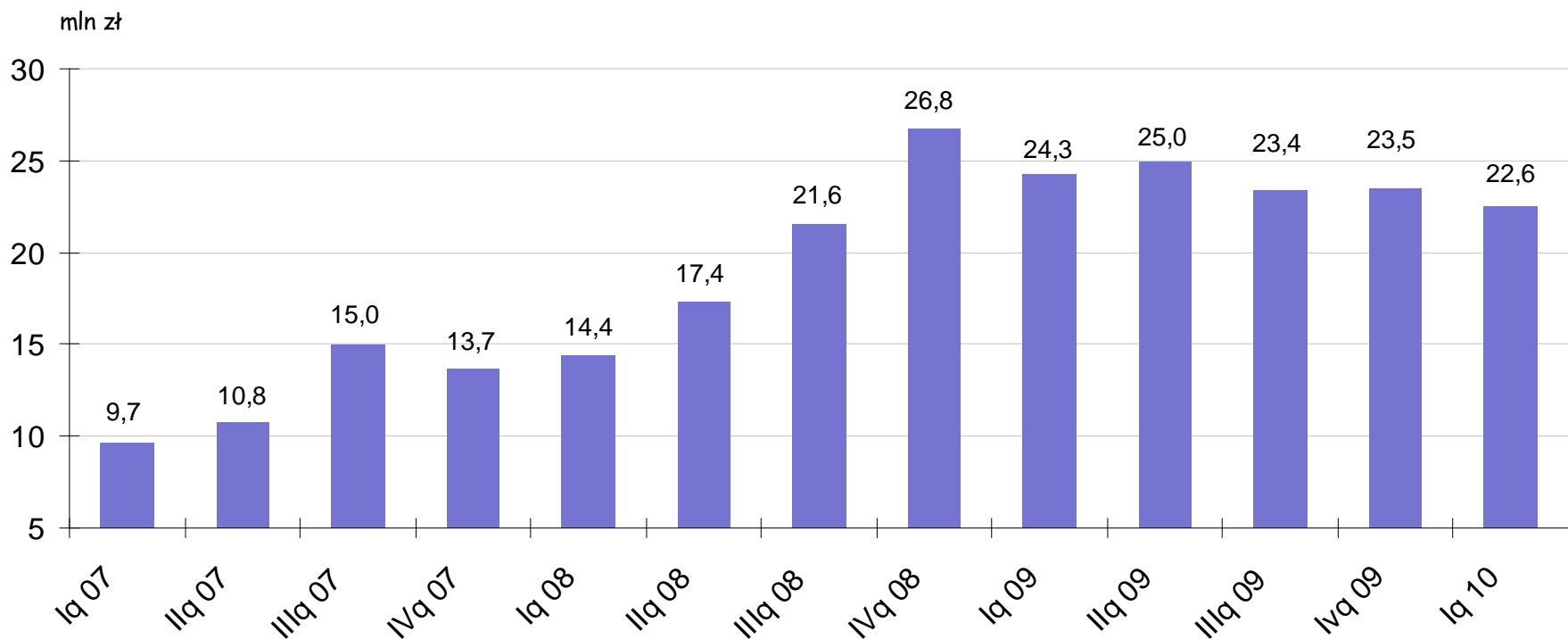


# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce

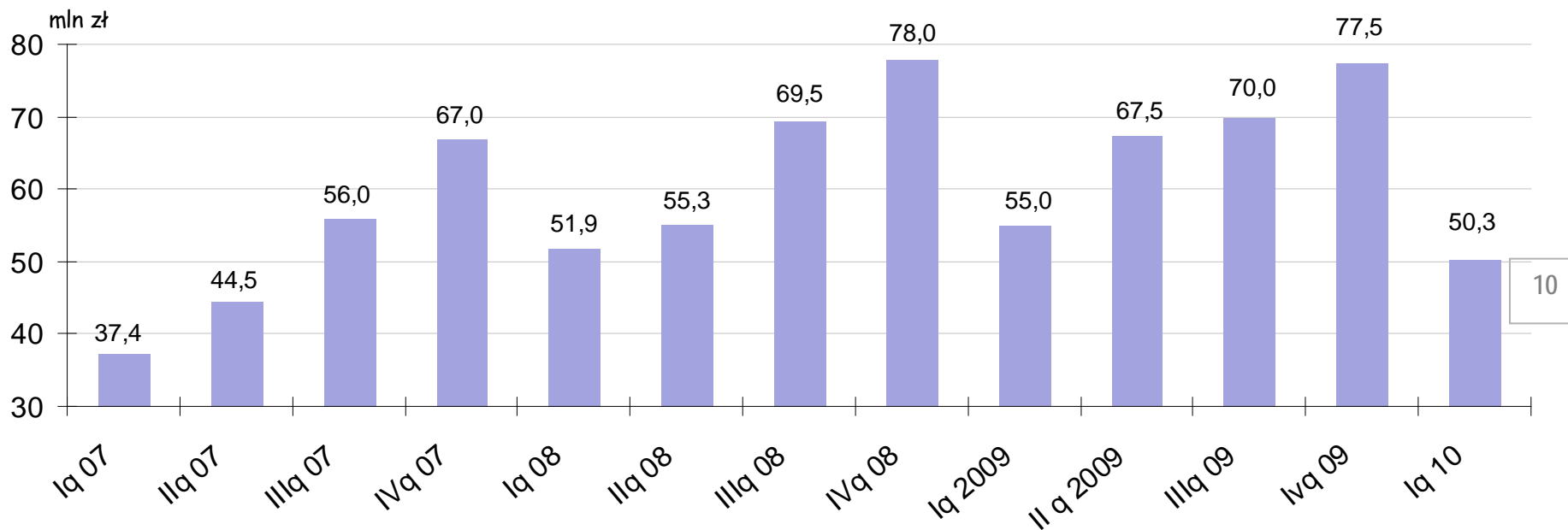




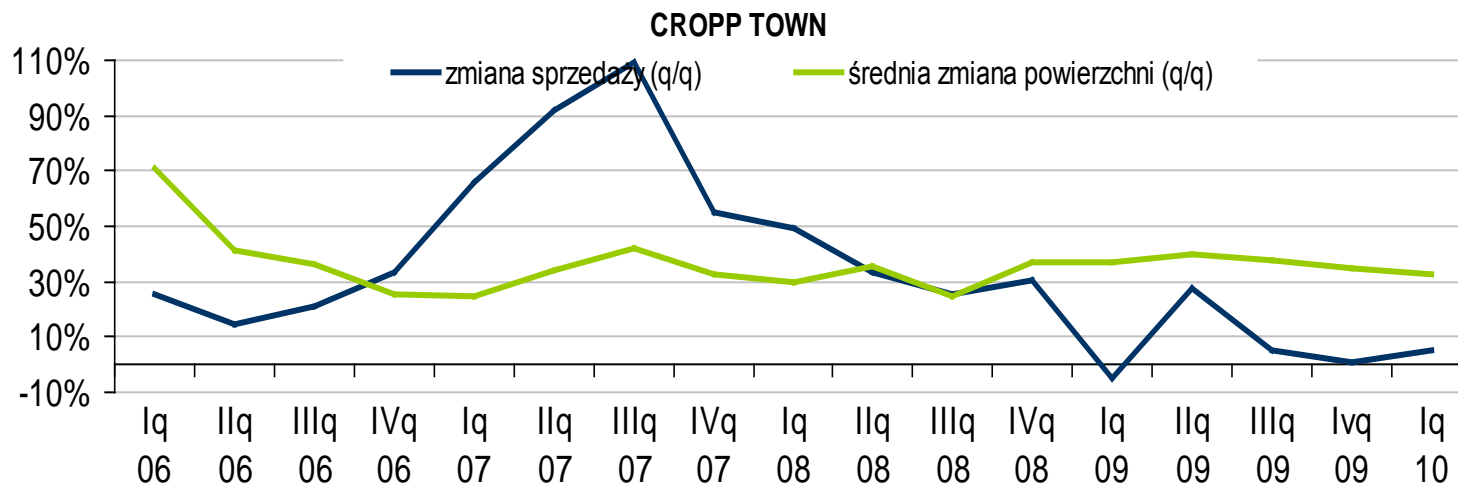
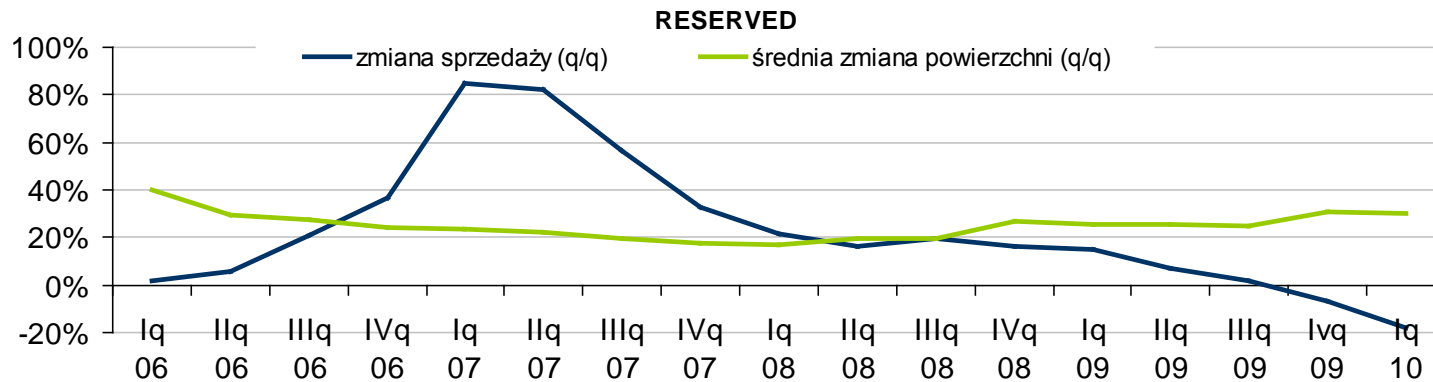
# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



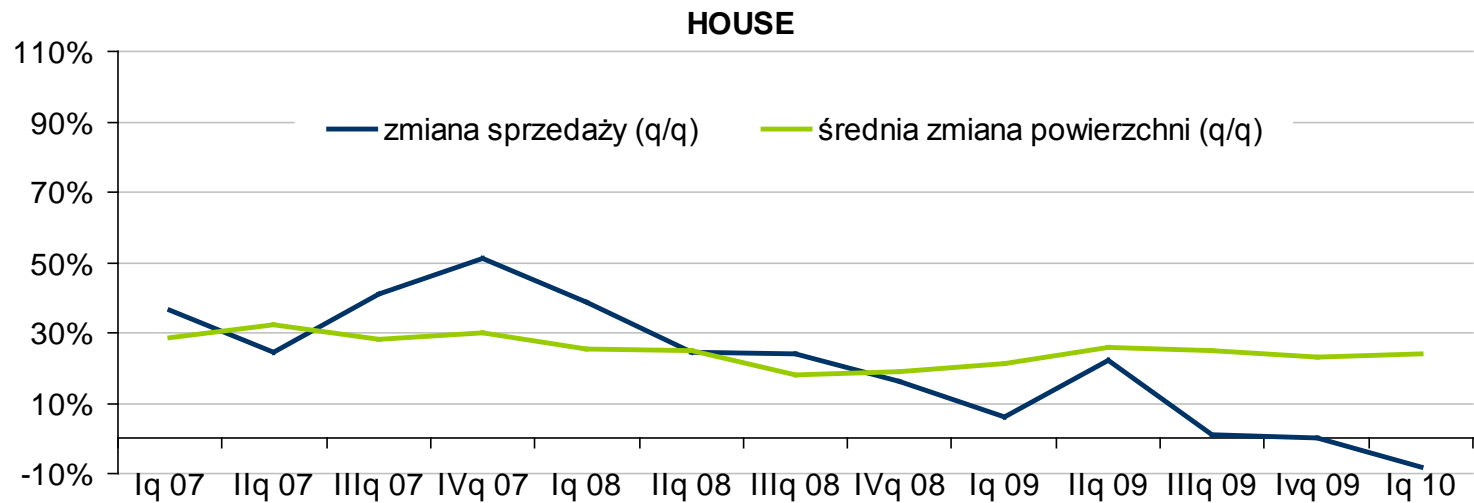
# Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce



# Zmiana efektywności



# Zmiana efektywności



# Skonsolidowany rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie [mln zł]	IQ 2010	IQ 2009	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>424,5</b>	<b>463,1</b>	<b>-8%</b>
Koszt własny sprzedaży	201,8	244,5	+17%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	<b>222,7</b>	<b>218,6</b>	<b>+2%</b>
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>52,5%</i>	<i>47,2%</i>	<i>+5,3p.p.</i>
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	<b>213,0</b>	<b>218,5</b>	<b>-3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>31,5</b>	<b>21,3</b>	<b>+47%</b>
<i>Marża EBITDA</i>	<i>7,4%</i>	<i>4,6%</i>	<i>++2,8p.p.</i>
<b>EBIT</b>	<b>8,5</b>	<b>-2,7</b>	<b>-408%</b>
<i>Marża EBIT</i>	<i>2,0%</i>	<i>-5,8%</i>	<i>+7,8p.p.</i>
<b>Zysk netto</b>	<b>-4,8</b>	<b>-7,8</b>	<b>-39%</b>
<i>Marża netto</i>	<i>-1,1%</i>	<i>-1,7%</i>	<i>+0,6p.p.</i>

# Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	31 marca 2010	31 marca 2009
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>748,6</u>	<u>778,6</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	272,9	274,1
- rzeczowe aktywa trwałe	440,0	476,4
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>587,4</u>	<u>640,3</u>
- zapasy	334,3	492,1
- należności krótkoterminowe	92,5	95,1
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	147,4	47,2
Aktywa razem	1 336,0	1 418,9
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>681,7</u>	<u>553,3</u>
- kapitał podstawowy	3,5	3,5
- zysk netto	-4,8	-7,8
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>343,7</u>	<u>327,2</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	224,2	306,3
- obligacje	115,5	-
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>310,6</u>	<u>538,3</u>
- zobowiązania z tytułu dostaw i usług	222,9	202,0
- kredyty bankowe i pożyczki	76,9	325,7
Pasywa razem	1 336,0	1 418,9

# Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010
<b>Reserved</b>	<b>143,9</b>	<b>176,5</b>	<b>204</b>
<b>Polska</b>	<b>81,2</b>	<b>106,6</b>	<b>124</b>
<b>UE</b>	<b>37,7</b>	<b>41,7</b>	<b>45</b>
<b>Rosja i Ukraina</b>	<b>24,9</b>	<b>28,2</b>	<b>35</b>
<b>CROPP</b>	<b>38,1</b>	<b>50,1</b>	<b>56</b>
<b>Polska</b>	<b>25,4</b>	<b>34,3</b>	<b>38</b>
<b>zagranica</b>	<b>12,7</b>	<b>15,8</b>	<b>18</b>
<b>ESOTIQ</b>	<b>4,4</b>	<b>6,7</b>	<b>7,0</b>
<b>Polska</b>	<b>4,1</b>	<b>6,3</b>	<b>6,7</b>
<b>zagranica</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>
<b>House</b>	<b>34,3</b>	<b>43,3</b>	<b>48</b>
<b>Polska</b>	<b>30,3</b>	<b>37,4</b>	<b>40</b>
<b>zagranica</b>	<b>4,0</b>	<b>6,0</b>	<b>8</b>
<b>Mohito</b>	<b>3,6</b>	<b>9,4</b>	<b>11</b>
<b>Polska</b>	<b>3,6</b>	<b>9,4</b>	<b>11</b>
<b>zagranica</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	
<b>Wyprzedażowe</b>		<b>2,2</b>	<b>2</b>
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>224,2</u></b>	<b><u>288,2</u></b>	<b><u>328</u></b>

- Wzrost powierzchni sieci sklepów w 2010 roku wyniesie około 40 tys. m<sup>2</sup>
- Przewidywana wartość nakładów na rozwój sieci około 75 mln zł

Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych