

Zagraniczne sklepy LPP wyprzedziły polskie już w II kwartale. Wyższa wartość sprzedaży

data aktualizacji: 2019.09.12



Pod względem wartości sprzedaży sklepy zagraniczne wyprzedziły polskie. W drugim kwartale 2019 roku, po raz pierwszy w historii, sprzedaż zagraniczna polskiego producenta była większa od krajowych przychodów.

W drugim kwartale 2019 roku LPP wypracowało ponad 2,2 mld zł przychodu – dzięki temu całkowita sprzedaż grupy za pierwsze sześć miesięcy tego roku przekroczyła 4 mld zł. Dobry kwartał polskiego producenta odzieży to zasługa pozytywnych wyników sprzedaży za granicą, zwiększania powierzchni sieci stacjonarnej oraz wzrostów w e-commerce. Sprzedaż internetowa zwiększyła się w tym czasie o 45 proc. i stanowiła już 13 proc. przychodów z Polski i 11,7 proc. sprzedaży Grupy.

- Pozytywne zakończenie półrocza to przede wszystkim zasługa trafionych kolekcji, które przyciągnęły uwagę klientów pomimo niesprzyjających warunków pogodowych. Jesteśmy szczególnie zadowoleni z wyników marek Sinsay i House, które zakończyły kwartał z dwucyfrowymi wzrostami sprzedaży. Zimna wiosna nie ostudziła naszych ambicji – salony LPP wypracowały w tym okresie dodatkowo LFL, a sprzedaż internetowa rosła nam przez cały czas. Zauważamy też duży potencjał rozwoju kanału mobile, który już teraz odpowiada za ponad połowę przychodów z e-commerce. To efekt inwestycji, jakie poczyniliśmy w tym obszarze po to, aby nasze strony sklepów internetowych były jak najbardziej zgodne z filozofią „mobile first” – komentuje Przemysław Lutkiewicz, wiceprezes zarządu LPP ds. finansowych.

- Po raz pierwszy w historii odnotowaliśmy wyższe przychody ze sprzedaży za granicą niż w Polsce. Cieszymy się, że rosnące znaczenie eksportu w strukturze naszych przychodów generuje nam stały, organiczny wzrost. Przed nami kolejne, równie intensywne miesiące - dalej inwestujemy w e-commerce i przyspieszamy tempo rozwoju sieci stacjonarnej. Przewidujemy, że na zakończenie 2019 roku będziemy mogli pochwalić się aż 14 proc. wzrostem powierzchni r/r - dodaje Przemysław Lutkiewicz.

Bardzo dobrą sprzedaż spółka notuje w Rosji, na Ukrainie, w Rumunii. Dobrze rokują również rynki w Niemczech i w Wielkiej Brytanii. Obecnie sieć obecna jest na 24 rynkach. W połowie października LPP otworzy sklepy wszystkich swoich 5 marek w Finlandii. W przyszłym roku firma wejdzie na kolejny zagraniczny rynek. Spółka LPP zarządza markami modowymi Reserved, Cropp, House, Mohito i Sinsay.

Zgodnie z planem w 2019 roku polski producent odzieży chce przekroczyć miliard złotych sprzedaży w kanale e-commerce. Zamierza to osiągnąć m.in. dzięki rozszerzaniu oferty na nowe kraje. Do końca roku firma planuje udostępnić swoją ofertę przez internet w każdym kraju członkowskim UE oraz na Ukrainie.

Przełomowym momentem w 2019 roku będzie dla LPP wdrożenie RFID w salonach Reserved. Obecnie zespół kilkudziesięciu trenerów prowadzi szkolenia pracowników salonów Reserved w zakresie zastosowania elektronicznych metek. Już 170 salonów marki jest w pełni przystosowanych do wykorzystania RFID. Wdrożenie elektronicznych metek w sieci Reserved zakończone zostanie w br., a w kolejnych latach obejmie pozostałe marki.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/zagraniczne-sklepy-lpp-wyprzedzily-polskie-juz-w-i,56852>