

## ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ, ЗАВЕРШИВШИЙСЯ 30 СЕНТЯБРЯ 2016 ГОДА

Санкт-Петербург, Россия; 20 октября 2016 года – «Лента Лтд» (Lenta Ltd) (LSE, MOEX: LNTA / «Лента» или Компания), одна из крупнейших розничных сетей России, объявляет консолидированные операционные результаты и продажи за третий квартал, завершившийся 30 сентября 2016 года.

### Основные операционные показатели за третий квартал 2016 года:

- Выручка в третьем квартале 2016 года увеличилась на 20,2% до 75,4 млрд рублей (третий квартал 2015 года: 62,8 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи (LFL)<sup>1</sup> выросли на 4,3% по сравнению с показателем третьего квартала 2015 года;
- LFL трафик увеличился на 0,1% при одновременном увеличении LFL среднего чека на 4,2%;
- В третьем квартале 2016 года открыто 8 гипермаркетов;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 30 сентября 2016 года составило 197, в том числе 155 гипермаркетов и 42 супермаркета;
- Общая торговая площадь Компании увеличилась до 963 370 кв. м по состоянию на 30 сентября 2016 года (+22,3% по сравнению с показателем на 30 сентября 2015 года);
- Число активных держателей карт лояльности<sup>2</sup> «Лента» достигло 9,8 млн человек (+23% год-к-году), около 93% совокупных продаж в третьем квартале 2016 года осуществлено с использованием карт лояльности.

### Основные операционные показатели за девять месяцев 2016 года:

- Выручка за девять месяцев 2016 года выросла на 21,3% до 215,5 млрд рублей (9 мес. 2015 года: 177,7 млрд рублей);
- LFL продажи увеличились на 4,9% по сравнению с показателем девяти месяцев 2015 года;
- LFL трафик вырос на 1,4% при одновременном росте LFL среднего чека на 3,4%;
- В течение девяти месяцев 2016 года открыто 16 гипермаркетов и 10 супермаркетов.

### Генеральный директор «Ленты» Ян Дюннинг прокомментировал:

*«Мы довольны результатами третьего квартала 2016 года – выручка Компании выросла на 20,2%, а сопоставимые продажи LFL на 4,3%, несмотря на высокую базу третьего квартала 2015 года, стремительное снижение продовольственной инфляции с начала года и давление на покупательскую способность населения.*

*В этих сложных условиях потребители остаются крайне чувствительными к ценам и ориентированными на промо-акции. Бизнес концепция Ленты прекрасно приспособлена к данной среде. К примеру, это привело к рекордно высокой доле промо-продаж, не смотря на то, что промо-активность со стороны Ленты оставалась неизменной.*

*При этом мы зафиксировали определенную стабилизацию покупательского поведения, а также постепенный рост числа товаров и средней стоимости товара в корзине, как и увеличение продаж непродовольственных товаров.*

<sup>1</sup> Магазины «Лента» включаются в расчет показателя сопоставимости (LFL) спустя 12 месяцев после окончания месяца, в котором они были открыты.

<sup>2</sup> Под активными держателями карт лояльности подразумеваются держатели карт, сделавшие как минимум 2 покупки за последние 12 месяцев, закончившиеся 30 сентября 2016 года.

Мы продолжили развитие формата гипермаркетов и открыли 8 магазинов в третьем квартале. С начала 2016 года мы запустили уже 16 гипермаркетов, 11 из которых были открыты в городах-миллионниках.

Мы развиваемся в соответствии с графиком и намерены открыть в этом году как минимум 40 новых гипермаркетов и ожидаем превзойти нашу амбициозную цель по удвоению торговой площади сети до декабря 2016 года. Сегодня у нас уже сформирован портфель проектов на 2017 год, поэтому мы приступили к работе над проектами 2018 года».

### Развитие сети магазинов

В третьем квартале 2016 года «Лента» открыла 8 гипермаркетов: один арендованный магазин формата «компакт» в Санкт-Петербурге, пять собственных магазинов формата «компакт» в Волгограде, Челябинске, Новокузнецке и Омске (два магазина), один арендованный магазин формата «компакт» и один арендованный магазин формата «суперкомпакт» в Москве. В итоге Компания увеличила общее количество магазинов в сети до 197 (155 гипермаркетов и 42 супермаркета).

В отчетном квартале «Лента» увеличила торговую площадь на 40 508 кв.м. На 30 сентября 2016 года общая торговая площадь составила 963 370 кв.м, что на 22,3% превышает показатель на 30 сентября 2015 года.

	На 30 сент. 3кв.2016	На 30 сент. 3кв.2015	Изм.	Изм. (%)	На 30 сент. 9м2016	На 30 сент. 9м2015	Изм.	Изм. (%)
<b>Количество магазинов</b>	<b>197</b>	<b>149</b>	<b>48</b>	<b>32,2%</b>	<b>197</b>	<b>149</b>	<b>48</b>	<b>32,2%</b>
Гипермаркеты	155	122	33	27,0%	155	122	33	27,0%
Супермаркеты	42	27	15	55,6%	42	27	15	55,6%
<b>Количество новых магазинов<sup>3</sup></b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>33,3%</b>	<b>26</b>	<b>17</b>	<b>9</b>	<b>52,9%</b>
Гипермаркеты	8	6	2	33,3%	16	14	2	14,3%
Супермаркеты	0	0	0	0,0%	10	3	7	2,3x
<b>Общая торговая площадь (кв.м)</b>	<b>963 370</b>	<b>787 804</b>	<b>175 566</b>	<b>22,3%</b>	<b>963 370</b>	<b>787 804</b>	<b>175 566</b>	<b>22,3%</b>
Гипермаркеты	922 951	758 477	164 474	21,7%	922 951	758 477	164 474	21,7%
Супермаркеты	40 419	29 327	11 092	37,8%	40 419	29 327	11 092	37,8%
<b>Добавленная торговая площадь (кв.м)<sup>5</sup></b>	<b>40 508</b>	<b>36 359</b>	<b>4 149</b>	<b>11,4%</b>	<b>88 687</b>	<b>86 654</b>	<b>2 033</b>	<b>2,3%</b>
Гипермаркеты	40 508	36 359	4 149	11,4%	81 779	83 890	-2 111	-2,5%
Супермаркеты	0	0	0	0,0%	6 908	2 765	4 143	149,9%

### Операционные показатели «Ленты»

Расширение торговых площадей и динамичный рост сопоставимых продаж (LFL) позволили увеличить выручку в третьем квартале 2016 года на 20,2%. Общая выручка Компании в третьем квартале составила 75,4 млрд рублей по сравнению с 62,8 млрд рублей за аналогичный период 2015 года.

«Лента» продолжила реализацию программы цифровых маркетинговых коммуникаций, направленную на повышение трафика покупателей путем рассылки индивидуальных специальных предложений. Количество активных держателей карт лояльности выросло по состоянию на 30 сентября 2016 года до 9,8 млн человек (+23% год-к-году), а доля покупок, совершенных по карте лояльности, осталась на уровне 93%.

Увеличение сопоставимых продаж на 4,3% в третьем квартале 2016 года было обусловлено ростом LFL трафика на 0,1% и увеличением среднего чека на 4,2%. Сопоставимые продажи

<sup>3</sup> В течение отчетного периода.

продовольственных товаров увеличились на 4,8%, в то время как рост сопоставимых продаж непродовольственных товаров составил 1,1%, демонстрируя позитивную динамику второй квартал подряд.

LFL средняя корзина улучшалась третий квартал подряд, несмотря на существенное снижение уровня продовольственной инфляции год-к-году. В отчетном квартале инфляция на полке «Ленты» незначительно выросла до 4,0% против 3,2% во втором квартале 2016 года, что соответствует общероссийской тенденции, но по-прежнему остается существенно ниже официальных показателей продовольственной инфляции (6,5% в третьем квартале против 5,6% во втором квартале 2016 года). С начала 2016 года спрос на более дешевые товары стабилизировался – показатель среднего числа товаров в покупательской корзине растет третий квартал подряд, однако все еще остается немного ниже показателя 2015 года. Качество продуктового ассортимента (средняя цена за товар в корзине) улучшается второй квартал подряд.

В третьем квартале 2016 года шесть гипермаркетов и один супермаркет вошли в базу LFL.

	Рост LFL продаж 3 кв. 2016	Рост LFL среднего чека 3 кв. 2016	Рост LFL трафика 3 кв. 2016	Рост LFL продаж 9м2016	Рост LFL среднего чека 9м2016	Рост LFL трафика 9м2016
<b>«Лента», всего (%)</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,2%</b>	<b>0,1%</b>	<b>4,9%</b>	<b>3,4%</b>	<b>1,4%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	4,3%	4,2%	0,0%	4,9%	3,5%	1,3%
<i>Супермаркеты</i>	4,4%	3,4%	1,0%	5,2%	2,3%	2,9%

В третьем квартале средний чек вырос до 1 100 рублей (+2,2% в сравнении с третьим кварталом 2015 года), что ниже динамики LFL среднего чека в гипермаркетах, где он увеличился на 4,2%. Эти показатели отражают высокую долю новых магазинов с меньшим средним чеком, но активно наращивающих объемы продаж. В третьем квартале средний чек в супермаркетах снизился на 1,7% до 523 рублей, тогда как LFL средний чек увеличился на 3,4%.

Общий трафик покупателей «Ленты» в третьем квартале 2016 года вырос на 17,6% по сравнению с аналогичным периодом 2015 года, в том числе на 15,7% в гипермаркетах и на 40,0% в супермаркетах.

В третьем квартале 2016 года формат супермаркетов продемонстрировал рост LFL продаж на 4,4%. Доля супермаркетов в общем объеме продаж «Ленты» по итогам отчетного квартала увеличилась до 4,4% по сравнению с 3,8% в аналогичном периоде 2015 года. Супермаркеты и одиннадцать гипермаркетов «Ленты», оперирующие в Москве и Московской области, совокупно продолжают демонстрировать высокую динамику роста продаж (+37,7% год-к-году) – доля региона в общей выручке Компании увеличилась до 8,3% в третьем квартале 2016 года.

	3 кв. 2016	3 кв. 2015	Изм.	Изм. (%)	9м 2016	9м 2015	Изм.	Изм. (%)
<b>Выручка (рублей, млн)</b>	<b>75 420</b>	<b>62 753</b>	<b>12 667</b>	<b>20,2%</b>	<b>215 506</b>	<b>177 650</b>	<b>37 856</b>	<b>21,3%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	72 105	60 346	11 759	19,5%	205 790	170 602	35 188	20,6%
<i>Супермаркеты</i>	3 315	2 407	908	37,7%	9 717	7 048	2 668	37,9%
<b>Средний чек (рублей)</b>	<b>1 100</b>	<b>1 076</b>	<b>24</b>	<b>2,2%</b>	<b>1 103</b>	<b>1 086</b>	<b>17</b>	<b>1,6%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	1 159	1 122	37	3,3%	1 158	1 129	29	2,5%
<i>Супермаркеты</i>	523	531	-9	-1,7%	549	563	-14	-2,4%
<b>Трафик покупателей (млн)</b>	<b>68,6</b>	<b>58,3</b>	<b>10,2</b>	<b>17,6%</b>	<b>195,4</b>	<b>163,6</b>	<b>31,8</b>	<b>19,4%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	62,2	53,8	8,4	15,7%	177,7	151,1	26,6	17,6%
<i>Супермаркеты</i>	6,3	4,5	1,8	40,0%	17,7	12,5	5,2	41,3%

## Долг

Все заимствования «Ленты» номинированы в российских рублях и на 93% являются долгосрочными со средним сроком погашения около 2,7 лет. В дополнение к совокупному долгу Компании, равному 77,2 млрд рублей, на 30 сентября 2016 года «Лента» располагала 46,4 млрд рублей в неиспользованных кратко- и долгосрочных кредитных линиях, а также свободными денежными средствами в размере 2,1 млрд рублей. Средняя эффективная процентная ставка по имеющимся долговым обязательствам Компании в третьем квартале 2016 снизилась до 11,71% против 12,33%<sup>4</sup> во втором квартале (снижение на 62 б.п. против роста ставки 3 мес. MosPrime на 40 б.п.) С учетом текущих ставок MosPrime и шагов, предпринимаемых для оптимизации долга, ожидается, что средняя эффективная стоимость портфеля обязательств в третьем квартале снизится до 11,35%<sup>5</sup>. Компания продолжает искать дополнительные возможности для снижения средней стоимости долга в текущем году.

## Прогноз

«Лента» подтверждает прогноз по открытию не менее 40 новых гипермаркетов в 2016 году, что значительно превышает число гипермаркетов, когда-либо открытых Компанией в течение одного года. Ожидается, что количество открытых супермаркетов в 2016 году будет, как минимум, в два раза выше аналогичного показателя 2015 года. «Лента» ожидает сохранить аналогичную динамику открытия магазинов и, возможно, увеличить ее в 2017 году и в дальнейшем.

Компания рассчитывает, что в результате активного развития сети в 2014–2015 гг. и дальнейшего наращивания темпов роста в 2016 году, ей удастся значительно превысить свою первоначальную цель: в течение трех лет до декабря 2016 года удвоить общую торговую площадь. По прогнозам Компании, капитальные затраты в 2016 году составят 45–50 млрд рублей.

## О Компании

*«Лента» – первая по размеру торговых площадей сеть гипермаркетов и пятая среди крупнейших розничных сетей страны (по размеру выручки за 2015 г.). Компания была основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге. «Лента» управляет 155 гипермаркетами в 72 городах по всей России и 42 супермаркетами в Москве и Санкт-Петербурге с общей торговой площадью 963 370 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 6 000 кв.м, средняя площадь супермаркета – 1 000 кв.м. Компания оперирует шестью собственными распределительными центрами для гипермаркетов.*

*Компания развивает несколько форматов гипермаркетов с низкими ценами, которые отличаются маркетинговой и ценовой политикой, а также ассортиментом товаров местных производителей. По состоянию на 30 июня 2016<sup>6</sup>г. штат Компании составлял около 34 134 человек.*

*Менеджмент компании сочетает значительный международный опыт с глубоким знанием российского рынка и обширным опытом работы в России. Крупнейшими акционерами «Ленты» являются TPG Capital и Европейский банк реконструкции и развития, которые придерживаются высоких стандартов корпоративного управления. «Лента» имеет листинг на Лондонской фондовой бирже и Московской Бирже под торговым кодом «LNTA».*

*С кратким видео о бизнесе «Ленты» и проекте Big Data можно ознакомиться, перейдя по ссылке.*

**За более детальной информацией, пожалуйста, обращайтесь на [www.lentainvestor.com](http://www.lentainvestor.com) или по указанным ниже контактам:**

<sup>4</sup> Без учета корректировки МСФО по амортизированным операционным издержкам и предоплаты в рамках частичного погашения кредита банку ВТБ.

<sup>5</sup> Средняя эффективная стоимость долга не включает в себя расходы за пользование кредитным лимитом банка ВТБ.

<sup>6</sup> В эквиваленте полных штатных единиц (full-time equivalent, FTE). Средний показатель FTE в первом полугодии 2016 году составил 33 758 сотрудников.

**«Лента»***Анна Мелешина*Директор по связям с общественностью и  
государственными органами

Тел.: +7 812 363 28 53

E-mail: [Anna.Meleshina@lenta.com](mailto:Anna.Meleshina@lenta.com)**FTI Consulting***Антон Карпов и Виктория Афонина*

Тел.: +7 495 795 06 23

E-mail: [lenta@FTIconsulting.com](mailto:lenta@FTIconsulting.com)*Анастасия Кузнецова*

Менеджер по корпоративным коммуникациям

Тел.: +7 (812) 336 39 97

E-mail: [A.kuznetsova@lenta.com](mailto:A.kuznetsova@lenta.com)*Заявления прогнозного характера*

*Этот документ содержит заявления, которые являются или могут считаться «прогноznыми заявлениями». Эти прогнозные заявления можно определить по тому факту, что они не относятся только к прошедшим или настоящим событиям. Эти прогнозные заявления можно определить по использованию таких слов, как «ожидает», «планирует», «оценивает», «намеревается», «рассчитывает», «намечает», «предполагает» и других аналогичных слов. По своему характеру, прогнозные заявления связаны с риском и неопределенностью, так как относятся к событиям и обстоятельствам, которые еще не произошли и неподвластны контролю со стороны Компании. Как итог, реальные результаты в будущем могут существенно отличаться от запланированных, намеченных и ожидаемых результатов, указанных в наших прогнозных заявлениях. Все прогнозные заявления, сделанные Компанией или от ее имени, актуальны только на дату сделанного соответствующего заявления. За исключением случаев, прямо предусмотренных соответствующим законодательством или регуляторными нормами, Лента не принимает на себя обязательства по распространению или публикации любых изменений в прогнозных заявлениях, содержащихся в данном документе, с целью отражения каких-либо изменений ожиданий Компании касательно этих вопросов или любых изменений событий, условий или обстоятельств, на которых основывается любое такое прогнозное заявление, после даты публикации данного документа.*