

## ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ, ЗАВЕРШИВШИЙСЯ 31 МАРТА 2017 ГОДА

Санкт-Петербург, Россия; 20 апреля 2017 года – «Лента Лтд» (Lenta Ltd) (LSE, MOEX: LNTA/«Лента» или Компания), одна из крупнейших розничных сетей России, объявляет консолидированные операционные результаты и продажи за первый квартал, завершившийся 31 марта 2017 года.

### Основные операционные показатели за первый квартал 2017 года:

- Выручка в первом квартале 2017 года выросла на 17,2% до 77,9 млрд рублей (первый квартал 2016 года: 66,5 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи («LFL»)<sup>1</sup> снизились на 1,7% по сравнению с показателем первого квартала 2016 года;
- LFL трафик снизился на 2,0% при одновременном росте LFL среднего чека на 0,3%;
- В первом квартале 2017 года открыто 4 новых гипермаркета и 4 супермаркета, один супермаркет закрыт;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 31 марта 2017 года составило 247, в том числе 195 гипермаркетов и 52 супермаркета;
- Общая торговая площадь Компании по состоянию на 31 марта 2017 года составила 1 167 601 кв.м (+30,3% по сравнению с показателем на 31 марта 2016 года);
- Число активных держателей карт лояльности «Лента»<sup>2</sup> достигло 11,1 млн человек (+25% год-к-году), около 93% совокупных продаж в первом квартале 2017 года было осуществлено с использованием карт лояльности.

### Ключевые события первого квартала 2017 года и после отчетного периода:

- Компания подписала контракты с ADG Group на аренду помещений для открытия 36 супермаркетов (общей площадью около 47 000 кв.м, 30 300 кв.м торговой площади) в торговых и развлекательных центрах в Москве в 2018-2019 гг.;
- Компания вышла с форматом «супермаркет» в Новосибирск, открыв в первом квартале 2017 года два магазина.

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

*«Макроэкономика и ситуация в потребительском секторе в первом квартале 2017 года оставались весьма сложными. Хотя магазины «Лента» продолжают отбирать покупателей у конкурентов, динамика выручки находилась под давлением сразу нескольких факторов, в том числе, низкой инфляции, изменений в покупательском поведении, короткого февраля и нашего быстрого роста, который вызывает ожидаемый эффект каннибализации. Мы надеемся увидеть улучшения в течение года и запускаем различные инициативы для стимулирования продаж, чтобы увеличить рост выручки.»*

*Темпы прироста новых покупателей опережают динамику выручку и в новых, и в LFL магазинах, но, как и ожидалось, эффект от каннибализации, который связан с дальнейшей экспансией «Ленты» в городах присутствия, усилился. Второй квартал подряд покупатели продолжают выбирать более дорогие товары в наших магазинах, но это нивелируется рекордно низкой инфляцией на полке и небольшим объемом покупок, которые покупатели совершают на фоне неблагоприятной ситуации со своими доходами. Чувствительность покупателей к промо-акциям стабилизировалась, в том числе, благодаря привлекательности предложения «Ленты» и низкой инфляции. Частота походов в магазины*

<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 31 марта 2017 года.

снизилась по всему розничному сектору, при этом трафик «Ленты» улучшился в сравнении с прошлым кварталом, но все еще находится в отрицательной зоне.

Мы продолжаем открывать новые супермаркеты в Москве, Санкт-Петербурге и в Центральном регионе<sup>3</sup>, а также, как планировалось, начали экспансию формата в Сибири, открыв два магазина в Новосибирске. Наш прогноз по открытиям на 2017 год и на долгосрочную перспективу остается неизменным, однако мы решили перенести открытия нескольких магазинов, запланированных на 2018 год, на вторую половину года, что в сочетании с более предсказуемыми и эффективными циклами строительства, позволит нам снизить капитальные вложения в 2017 году. Это снизит долговую нагрузку и обеспечит дополнительную гибкость в случае небольших приобретений в будущем».

#### Развитие сети магазинов

В первом квартале 2017 года «Лента» открыла 4 новых гипермаркета и 4 супермаркета, а также закрыла один супермаркет<sup>4</sup>, увеличив общее количество магазинов в сети до 247 (195 гипермаркетов и 52 супермаркетов).

В отчетном квартале «Лента» увеличила торговую площадь на 21 453 кв.м. Общая торговая площадь на 31 марта 2017 года составила 1 167 601 кв.м, что на 30,3% превышает аналогичный показатель 2016 года.

В период с конца первого квартала 2017 года «Лента» открыла один арендованный супермаркет в Московской области, увеличив общее количество магазинов в сети до 248 (195 гипермаркетов и 53 супермаркетов). Общая торговая площадь на 20 апреля 2017 года составила 1 168 324 кв.м.

	На 31 мар./ 1 кв. 2017	На 31 мар./ 1 кв. 2016	Изм.	Изм. (%)
<b>Количество магазинов</b>	<b>247</b>	<b>180</b>	<b>67</b>	<b>37,2%</b>
Гипермаркеты	195	142	53	37,3%
Супермаркеты	52	38	14	36,8%
<b>Количество новых магазинов<sup>5</sup></b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>-2</b>	<b>-22,2%</b>
Гипермаркеты	4	3	1	33,3%
Супермаркеты	3	6	-3	-50,0%
<b>Общая торговая площадь (кв.м)</b>	<b>1 167 601</b>	<b>896 065</b>	<b>271 536</b>	<b>30,3%</b>
Гипермаркеты	1 118 953	857 802	261 151	30,4%
Супермаркеты	48 648	38 263	10 385	27,1%
<b>Добавленная торговая площадь (кв.м)<sup>5</sup></b>	<b>21 453</b>	<b>21 382</b>	<b>71</b>	<b>0,3%</b>
Гипермаркеты	19 090	16 630	2 460	14,8%
Супермаркеты	2 263	4 752	-2 389	-50,3%

#### Операционные показатели «Ленты»

Эффект от расширения торговых площадей был частично нивелирован снижением сопоставимых продаж, в результате чего выручка «Ленты» в первом квартале 2017 года увеличилась на 17,2%. Общая выручка Компании в первом квартале составила 77,9 млрд

<sup>3</sup> В Центральный регион Компания включила три супермаркета в Калужской области.

<sup>4</sup> В январе 2017 года Компания закрыла арендованный супермаркет в г. Электросталь (Московская обл.) торговой площадью 1 135 кв.м.

<sup>5</sup> В отчетном периоде.

рублей по сравнению с 66,5 млрд рублей годом ранее. На выручку также оказало влияние меньшее количество дней в феврале 2017 года в сравнении с 2016 годом – эффект составил -1 п.п. к росту общей выручки.

В четвертом квартале «Лента» продолжила реализацию программы электронных маркетинговых коммуникаций, призванной увеличить трафик и размер корзины покупателей через рассылку индивидуальных специальных предложений. Количество активных держателей карт лояльности увеличилось по состоянию на 31 марта 2017 года до 11,1 млн человек (+25% год-к-году), а доля транзакций, совершенных по карте лояльности, увеличилась до 93%, или почти на 2 п.п. больше год-к-году.

Снижение сопоставимых продаж на 1,7% в первом квартале было обусловлено снижением LFL трафика на 2,0% и ростом среднего чека на 0,3%. Сопоставимые продажи в сегменте продовольственных товаров сократились на 0,9%, продажи в непродовольственном сегменте оставались под давлением.

«Лента» продолжает привлекать покупателей у конкурентов – динамика числа уникальных покупателей превысила темпы роста выручки как в новых, так в LFL магазинах во всех регионах присутствия. Доля лояльных покупателей оставалась стабильной, подтверждая привлекательность предложения «Ленты». LFL трафик покупателей в отчетном периоде оставался отрицательным, однако улучшился по сравнению с предыдущим кварталом. Быстрое развитие Компании привело к ожидаемому росту эффекта от каннибализации на фоне миграции части покупателей из LFL магазинов в новые, что и привело к негативному показателю LFL трафика. Тенденция по снижению частоты визитов в магазины, проявившаяся в четвертом квартале 2016 года и характерная для всего розничного рынка, продолжилась в отчетном квартале, отражая настроения покупателей.

Средний LFL чек снизился на фоне продолжающегося замедления инфляции на полке, уровень которой достиг исторического минимума. Несмотря на то, что покупатели приобретают более дорогостоящие товары, они уменьшают их число в корзине и чуть реже посещают магазины. Компания продолжила придерживаться традиционной ценовой политики, удерживая инфляцию на полке на уровне существенно меньшем, чем официальный показатель продовольственной инфляции, который в первом квартале 2017 года составил 3,8% против 5,2% в четвертом квартале 2016 года.

Снижение LFL продаж на 1,7% в первом квартале 2017 года стал результатом сочетания нескольких факторов – роста числа покупателей, несмотря на увеличение ожидаемого эффекта каннибализации от новых магазинов, меньшего количества дней февраля в сравнении с 2016 годом, а также изменения поведения покупателей, характеризующегося снижением числа визитов в магазины и умеренным ростом среднего чека на фоне очень низкой инфляции на полке.

В первом квартале 2017 года 16 гипермаркетов и 5 супермаркетов вошли в базу LFL.

	Рост LFL продаж	Рост LFL среднего чека	Рост LFL трафика
	1 кв. 2017	1 кв. 2017	1 кв. 2017
«Лента» всего (%)	-1,7%	0,3%	-2,0%
Гипермаркеты	-1,8%	0,3%	-2,2%
Супермаркеты	0,9%	0,7%	0,2%

В первом квартале 2017 года средний чек в гипермаркетах уменьшился до 1 127 рублей (-1,8% в сравнении с первым кварталом 2016 года), что ниже, чем увеличение на 0,3% размера среднего LFL чека в гипермаркетах. Такая динамика отражает более высокую долю новых магазинов, находящихся в стадии активного развития и характеризующихся более низким средним чеком. Средний чек в супермаркетах в первом квартале снизился на 3,3% до 571 рублей, в то время как LFL средний чек показал рост на 0,7%.

Общий трафик покупателей в первом квартале 2017 года вырос на 20,1% в сравнении с аналогичным периодом 2016 года, в том числе на 18,7% в гипермаркетах и на 35,1% в супермаркетах.

В первом квартале 2017 года формат супермаркетов показал рост LFL выручки на уровне 0,9%, трафик покупателей вернулся в положительную зону. Доля супермаркетов в совокупной выручке «Ленты» в отчетном квартале выросла до 5,1%. Супермаркеты и 13 гипермаркетов «Лента», работающих в Москве и Московской области, продолжают демонстрировать высокую динамику роста продаж – на 32,0% выше аналогичного показателя первого квартала 2016 года. Доля региона в общей выручке Компании по итогам отчетного квартала составила 10,6%.

	1 кв. 2017	1 кв. 2016	Изм.	Изм. (%)
<b>Выручка (рублей, млн)</b>	<b>77 944</b>	<b>66 525</b>	<b>11 419</b>	<b>17,2%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	73 990	63 497	10 493	16,5%
<i>Супермаркеты</i>	3 954	3 027	926	30,6%
<b>Средний чек (рублей)</b>	<b>1 074</b>	<b>1 101</b>	<b>-27</b>	<b>-2,4%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	1 127	1 148	-21	-1,8%
<i>Супермаркеты</i>	571	590	-20	-3,3%
<b>Трафик покупателей (млн)</b>	<b>72,6</b>	<b>60,4</b>	<b>12,2</b>	<b>20,1%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	65,7	55,3	10,4	18,7%
<i>Супермаркеты</i>	6,9	5,1	1,8	35,1%

## Прогноз

«Лента» подтверждает свой прогноз на 2017 год по открытию около 30 гипермаркетов и около 50 супермаркетов. Долгосрочные цели на период 2017-2020 гг. остаются неизменными.

Компания пересмотрела программу открытий новых магазинов на 2018 год и решила перенести часть предварительных инвестиций в магазины 2018 года со второго полугодия 2017 года на первое полугодие 2018 года. Эти изменения частично отражают более короткие и предсказуемые циклы строительства магазинов, ставшие результатом возросшей эффективности, оптимизации сроков запуска магазинов и наличия дополнительных мощностей в строительной отрасли. Общее количество магазинов, запланированных к открытию в 2018 году, не изменится, но доля магазинов, открываемых во втором полугодии, будет выше первоначального плана. В результате прогноз капитальных вложений «Ленты» на 2017 год изменился с 40 млрд рублей на 30-35 млрд рублей. Перенос части капитальных вложений со второго полугодия 2017 года на первое полугодие 2018 года снизит долговую нагрузку и обеспечит большую финансовую гибкость на случай приобретений в текущем или следующем годах.

## О Компании

«Лента» – первая по размеру торговых площадей сеть гипермаркетов и пятая среди крупнейших розничных сетей страны (по размеру выручки за 2016 г.). Компания была основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге. «Лента» управляет 195 гипермаркетом в 78 городах по всей России и 53 супермаркетами в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске и Центральной России с общей торговой площадью 1 168 324 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 5 700 кв.м, средняя площадь супермаркета – 900 кв.м. Компания оперирует семью собственными распределительными центрами.

Компания развивает несколько форматов гипермаркетов с низкими ценами, которые отличаются маркетинговой и ценовой политикой, а также ассортиментом товаров местных производителей. По состоянию на 31 декабря 2016г. штат Компании составлял около 45 689 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.

Более детальная информация на [www.lentainvestor.com](http://www.lentainvestor.com) или по указанным ниже контактам:

**«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**

Российские СМИ:

Антон Карпов и Виктория Афонина

Тел.: +7 495 795 06 23

E-mail: [lenta@FTIconsultig.com](mailto:lenta@FTIconsultig.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.*