

## ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ВТОРОЙ КВАРТАЛ, ЗАВЕРШИВШИЙСЯ 30 ИЮНЯ 2014 ГОДА

*Быстрый рост выручки (39,0%) и сопоставимых продаж (14,1%) с  
одновременным увеличением торговой площади на 37,2%*

**Санкт-Петербург, Россия; 15 июля 2014 года** – «Лента Лтд» (*Lenta Ltd*) (LSE, MOEX: LNTA/«Лента» или «Компания»), одна из крупнейших розничных сетей в России, объявляет консолидированные операционные результаты и размер выручки за второй квартал, завершившийся 30 июня 2014 года<sup>1</sup>.

### Основные операционные показатели за второй квартал 2014 года:

- Выручка во втором квартале 2014 года выросла на 39,0% до 46,3 млрд рублей (второй квартал 2013 года: 33,3 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи («LFL»)<sup>2</sup> выросли на 14,1% по сравнению с показателем второго квартала 2013 года;
- LFL трафик увеличился на 6,1% при одновременном росте LFL среднего чека на 7,6%;
- Во втором квартале 2014 года открыто 3 гипермаркета и 4 супермаркета;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 30 июня 2014 года составило 96, в том числе 82 гипермаркета и 14 супермаркетов;
- Общая торговая площадь Компании по состоянию на 30 июня 2014 года составляла 543 800 кв.м. (+37,2% по сравнению с 30 июня 2013 года);
- Число активных держателей карт лояльности<sup>3</sup> «Лента» достигло 5,7 млн человек (+37% год-к-году), около 90% совокупных продаж во втором квартале 2014 года было осуществлено с использованием карт лояльности.
- Средний чек по гипермаркетам вырос на 4,1% до 1 095 рублей (второй квартал 2013 года: 1 052 рубля);

### Основные операционные показатели за первое полугодие 2014 года:

- Выручка в первом полугодии 2014 года выросла на 38,3% до 85,9 млрд рублей (первое полугодие 2013 года: 62,1 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи выросли на 13,8% по сравнению с показателем первого полугодия 2013 года;
- LFL трафик увеличился на 6,1% при одновременном росте LFL среднего чека на 7,3%;
- В первом полугодии 2014 года открыто 5 гипермаркетов и 4 супермаркета.

**Генеральный директор «Лента» Ян Дюннинг** прокомментировал:

*«Во втором квартале 2014 года «Лента» продолжила эффективную реализацию своей стратегии развития. Общая выручка увеличилась на значительные 39% благодаря комбинации факторов: 14%-ному росту сопоставимых продаж и одновременному*

<sup>1</sup> Показатели в данном пресс-релизе являются предварительными, не проверены и не подтверждены аудиторами. Незначительные отклонения в % изменениях или в общих суммах возможны из-за округления. Данная сноска распространяется на все показатели в данном сообщении.

<sup>2</sup> Магазины «Лента» включаются в расчет показателя сопоставимости (LFL) спустя 12 месяцев после окончания месяца, в котором они были открыты.

<sup>3</sup> Под активными держателями карт лояльности подразумеваются держатели карт, сделавшие как минимум 2 покупки за последние 12 месяцев, закончившиеся 30 июня 2014 г.

увеличению торговой площади на 37%. Все большее число покупателей позитивно реагируют на последовательные усилия Компании, направленные на улучшение продуктовой линейки, ценообразования, промо-акций и адресное применение программы лояльности. И это подтверждают два фактора: рост LFL трафика на более чем 6% и рост числа активных держателей карт лояльности на 37%.

Важно отметить, что наряду с поддержанием высоких продаж в магазинах, мы продолжаем работать над реализацией программы развития, в том числе инвестируя в цепочку поставок и логистики, с тем, чтобы обеспечить достижение наших долгосрочных амбициозных целей. Мы не сомневаемся, что планы по открытию 24 гипермаркетов и 15 супермаркетов в течение 2014 года будут реализованы, что позволит нам за год увеличить торговые площади более чем на 30%. Программа развития сети на следующий год выполняется вполне успешно, поэтому мы подтверждаем нашу долгосрочную цель по увеличению торговых площадей «Ленты» вдвое в течение следующих трех лет до декабря 2016 года».

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

#### «Лента»

##### Анна Мелешина

Директор по связям с общественностью и государственными органами  
+7 812 363 28 53  
[Anna.Meleshina@lenta.com](mailto:Anna.Meleshina@lenta.com)

##### Альберт Аветиков

Директор по связям с инвесторами  
+7 812 363 28 44  
[Albert.Avetikov@lenta.com](mailto:Albert.Avetikov@lenta.com)

#### Instinctif Partners

Международные СМИ

##### Марк Уолтэр и Тони Фрэндр

+44 20 7457 2020  
[Mark.Walter@instinctif.com](mailto:Mark.Walter@instinctif.com)

##### Леонид Финк

+44 (0)20 7457 2015  
[Leonid.Fink@instinctif.com](mailto:Leonid.Fink@instinctif.com)

Российские СМИ

##### Антон Карпов

+7 495 660 05 91  
[Anton.Karpov@instinctif.com](mailto:Anton.Karpov@instinctif.com)

#### Развитие сети магазинов

Во втором квартале 2014 года «Лента» открыла три гипермаркета (два магазина формата «стандарт» в Красноярске, Сибирский федеральный округ, и недалеко от Зеленограда в Московской области, а также один арендованный гипермаркет в Рязани, Центральный федеральный округ), увеличив количество гипермаркетов до 82. Компания также открыла четыре арендованных супермаркета в Москве и Московской области, в результате чего их общее число в сети выросло до 14 магазинов. Всего в первом полугодии 2014 года «Лента» открыла 5 гипермаркетов и 4 супермаркета. Общая торговая площадь на конец отчетного периода составила 543 800 кв.м., что на 37,2% больше аналогичного показателя на конец первого полугодия 2013 года.

На третий квартал 2014 года запланированы открытия гипермаркетов и супермаркетов, однако, как обычно, основной объем открытий новых магазинов второй половины 2014 года придется на четвертый квартал.

	На 30 июня 2014 / 2 кв.2014	На 30 июня 2013/ 2 кв. 2013	Изм.	Изм. (%)	На 30 июня / 1П2014	На 30 июня / 1П2013	Изм.	Изм. (%)
<b>Количество магазинов</b>	96	61	35	57,4%	96	61	35	57,4%
<i>Гипермаркеты</i>	82	60	22	36,7%	82	60	22	36,7%
<i>Супермаркеты</i>	14	1	13	1 300,0%	14	1	13	1 300,0%

<b>Количество новых магазинов<sup>4</sup></b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>75,0%</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>80,0%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	3	3	-	-	5	4	1	25,0%
<i>Супермаркеты</i>	4	1	3	300,0%	4	1	3	300,0%
<b>Общая торговая площадь (кв.м.)</b>	<b>543 803</b>	<b>396 391</b>	<b>147 412</b>	<b>37,2%</b>	<b>543 800</b>	<b>396 391</b>	<b>147 412</b>	<b>37,2%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	527,293	395,422	131,871	33,3%	527,293	395,422	131,871	33,3%
<i>Супермаркеты</i>	16 510	969	15 541	1 603,8%	16 510	969	15 541	1 603,8%
<b>Добавленная торговая площадь (кв.м.)<sup>4</sup></b>	<b>22 610</b>	<b>13 555</b>	<b>9 055</b>	<b>66,8%</b>	<b>36 610</b>	<b>20 555</b>	<b>16 055</b>	<b>78,1%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	17 925	12 586	5 339	42,4%	31 925	19 586	12 339	63,0%
<i>Супермаркеты</i>	4 685	969	3 716	383,5%	4 685	969	3 716	383,5%

### Операционные показатели «Ленты»

Устойчивый рост сопоставимых продаж и расширение торговых площадей позволили увеличить выручку за отчетный период на 39,0%. Общая выручка в отчетном периоде составила 46,3 млрд рублей по сравнению с 33,3 млрд рублей годом ранее.

Компания начала применять новые инструменты программы «Big Data», направленные на предоставление индивидуальных предложений для каждого покупателя. Во втором квартале 2014 года рост продаж был поддержан запуском программы цифровых маркетинговых коммуникаций, призванной увеличить трафик в отдельных магазинах «Ленты», в том числе, впервые в супермаркетах Москвы и Московской области. Количество активных держателей карт лояльности увеличилось до 5,7 млн человек (+37% год-к-году).

Уникальная бизнес-модель гипермаркетов «Лента» продолжает оставаться привлекательной для покупателей, о чем свидетельствует рост сопоставимых продаж на 14,1%, поддерживаемый увеличением LFL трафика на 6,1%. Средний чек в отчетном периоде вырос на 7,6% до 1 131 рубля благодаря улучшению качества продуктовой корзины, а также инфляции, частично скомпенсированный инвестициями в ценообразование и промо-акциями. Все регионы продемонстрировали отличную сопоставимую динамику роста благодаря существенному увеличению трафика покупателей и размера продуктовой корзины.

Расширение «Ленты» привело к увеличению числа зрелых магазинов, входящих в расчет показателя сопоставимости (LFL) – в первом полугодии 2014 года десять гипермаркетов и один супермаркет вошли в базу LFL, включая один гипермаркет и первый супермаркет во втором квартале текущего года.

	Рост LFL продаж 2 кв. 2014	Рост LFL среднего чека 2 кв. 2014	Рост LFL трафика 2 кв. 2014	Рост LFL продаж 1П 2014	Рост LFL среднего чека 1П 2014	Рост LFL трафика 1П 2014
<b>«Лента» всего (%)</b>	<b>14,1%</b>	<b>7,6%</b>	<b>6,1%</b>	<b>13,8%</b>	<b>7,3%</b>	<b>6,1%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	14,0%	7,7%	5,9%	13,8%	7,4%	6,0%
<i>Супермаркеты</i>	71,3%	5,1%	62,9%	71,3%	5,1%	62,9%

Во втором квартале 2014 года общий средний чек в гипермаркетах вырос до 1 095 рублей (+4,1% в сравнении со вторым кварталом 2013 года), что несколько ниже динамики LFL среднего чека (+7,7%) вследствие увеличившейся доли новых магазинов в сети, которые

<sup>4</sup> В течение отчетного периода.

традиционно характеризуются немного меньшим размером продуктовой корзины в сравнении со зрелыми магазинами.

Общий трафик покупателей во втором квартале 2014 года вырос на 36,9% в сравнении с аналогичным периодом 2013 года, в том числе на 30,3% в гипермаркетах и более чем в 20 раз в новом для «Ленты» формате супермаркетов, запущенном в апреле 2013 года.

Динамика развития супермаркетов «Лента» во втором квартале 2014 года превзошла наши ожидания по уровню выручки, трафика и размера среднего чека, несмотря на незрелость большинства магазинов (только один супермаркет из 14 работает более одного года по данным на 30 июня 2014 года). Во втором квартале 2014 года доля супермаркетов в выручке «Ленты» увеличилась до 2,5%, по сравнению с 0,1% за аналогичный период 2013 года.

	2 кв. 2014	2 кв. 2013	Изм.	Изм. (%)	1П 2014	1Н 2013	Изм.	Изм. (%)
<b>Выручка (рублей, млн)</b>	<b>46 337</b>	<b>33 324</b>	<b>13 012</b>	<b>39,0%</b>	<b>85 899</b>	<b>62 131</b>	<b>23 768</b>	<b>38,3%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	45 156	33 281	11 875	35,7%	83 792	62 088	21 704	35,0%
<i>Супермаркеты</i>	1 181	43	1 138	2 627,0%	2 107	43	2 064	4 766,0%
<b>Средний чек (рублей)</b>	<b>1 066</b>	<b>1 050</b>	<b>16</b>	<b>1,6%</b>	<b>1 065</b>	<b>1 053</b>	<b>13</b>	<b>1,2%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	1 095	1 052	43	4,1%	1 092	1 054	38	3,7%
<i>Супермаркеты</i>	531	413	118	28,6%	539	413	125	30,3%
<b>Трафик покупателей (млн)</b>	<b>43,4</b>	<b>31,7</b>	<b>11,7</b>	<b>36,9%</b>	<b>80,6</b>	<b>59,0</b>	<b>21,6</b>	<b>36,6%</b>
<i>Гипермаркеты</i>	41,2	31,6	9,6	30,3%	76,7	58,9	17,8	30,2%
<i>Супермаркеты</i>	2,2	0,1	2,1	2 020,5%	3,9	0,1	3,8	3 633,8%

## Прогноз

Принимая во внимание количество открытых в первом полугодии 2014 года гипермаркетов и супермаркетов, а также прогресс, достигнутый в части строительства новых магазинов, мы подтверждаем свои изначальные планы по открытию 24 гипермаркетов и 15 супермаркетов в 2014 году. Компания ожидает, что запуск такого количества магазинов позволит увеличить торговую площадь к концу 2014 года не менее чем на 30%. Мы поддерживаем хорошую динамику реализации перспективных проектов магазинов и подтверждаем нашу долгосрочную цель по удвоению торговых площадей в течение следующих трех лет до декабря 2016 года. С учетом результатов второго квартала 2014 года и успешного выполнения программы открытия новых магазинов, мы ожидаем рост выручки по итогам 2014 года в диапазоне 34-38%.

За последние 12 месяцев «Лента» много инвестировала в развитие сети магазинов, открыв 22 гипермаркета и 13 супермаркетов, включая 14 гипермаркетов в четвертом квартале 2013 года. Таким образом, доля недавно открытых магазинов, которые характеризуются более низким уровнем продаж и высокими затратами в процентах от выручки по сравнению со зрелыми магазинами, значительно выросла. В результате реализации программы развития в первом полугодии 2014 года коммерческие, общехозяйственные и административные расходы росли намного быстрее, чем выручка. Доля коммерческих, общехозяйственных и административных расходов в процентах от выручки в LFL-магазинах оставалась стабильной, свидетельствуя о фокусе менеджмента на эффективности сети. Как и годом ранее, мы продолжили активно работать над улучшением ценового предложения и промо-акций, а также получать новые выгодные условия от поставщиков, чтобы обеспечить динамику роста. Мы предполагаем, что сочетание этих факторов будет по-разному влиять на уровень рентабельности по EBITDA в течение года. Так маржа по скорректированной EBITDA в проценте от выручки в первом полугодии 2014 года может быть примерно на 1,2 процентных пункта ниже показателя за

аналогичный период 2013 года. При этом во второй половине 2014 года мы ожидаем благоприятный эффект на рентабельность по EBITDA за счет увеличения инвестиций в развитие сети, особенно на фоне снижения маржи во втором полугодии 2013 года. Мы считаем, что комбинация этих факторов позитивно скажется на марже по EBITDA во второй половине 2014 года. «Лента» опубликует финансовые результаты за первого полугодие 2014 года 4 сентября 2014 года.

## **О Компании**

*«Лента» – одна из крупнейших розничных сетей в России и вторая по размеру сеть гипермаркетов в стране (по размеру выручки за 2013 г.). Компания была основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге. «Лента» управляет 82 гипермаркетами в 47 городах по всей России и 14 супермаркетами в Москве и Московской области с общей торговой площадью около 544 000 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет 6 400 кв.м. Компания оперирует четырьмя распределительными центрами для гипермаркетов и одним - для супермаркетов.*

*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 2013 г. штат компании составлял около 27 800 человек.*

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

## **Заявления прогнозного характера**

*Этот документ содержит заявления, которые являются или могут считаться «прогнозными 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.*