

ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ, ЗАВЕРШИВШИЙСЯ 31 МАРТА 2015 ГОДА

Санкт-Петербург, Россия; 23 апреля 2015 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 первый квартал, завершившийся 31 марта 2015 года.

Основные операционные показатели за первый квартал 2015 года:

- Выручка в первом квартале 2015 года выросла на 37,7% до 54,5 млрд рублей (первый квартал 2014 года: 39,6 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи («LFL»)¹ выросли на 15,0% по сравнению с показателем первого квартала 2014 года;
- LFL трафик увеличился на 7,8% при одновременном росте LFL среднего чека на 6,7%;
- В первом квартале 2015 года открыто 4 гипермаркета;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 31 марта 2015 года составило 136, в том числе 112 гипермаркетов и 24 супермаркета;
- Общая торговая площадь Компании по состоянию на 31 марта 2015 года составила 727 610 кв.м (+40,0% по сравнению с показателем на 31 марта 2014 года); и
- Число активных держателей карт лояльности² «Лента» достигло 7,1 млн человек (+34% год-к-году), около 90% совокупных продаж в первом квартале 2015 года было осуществлено с использованием карт лояльности.

Ключевые события первого квартала 2015 года и после отчетного периода:

- В марте «Лента» разместила 35,2 млн новых ГДР методом ускоренного формирования книги заявок, обеспечив общие поступления на сумму 225,3 млн долларов США;
- Компания подписала соглашение с Банком ВТБ об открытии трехлетней возобновляемой кредитной линии в размере 15 млрд рублей;
- «Лента» согласовала пересмотр обязательств по леввериджу, обеспечив большую гибкость к ковенантам, в рамках соглашений с ВТБ Капиталом, ЕБРР и Райффайзенбанком.

Генеральный директор «Ленты» Ян Дюннинг прокомментировал:

«В первом квартале 2015 года «Лента» показала лучшую на рынке динамику роста выручки – на 38%. Доходы покупателей продолжают оставаться под давлением, однако бизнес-модель «Ленты», построенная по принципу «низкая цена/низкие затраты», позволяет нам смягчать болезненный эффект от роста инфляции для покупателей и помогать им оптимизировать бюджет. Последовательные улучшения нашего предложения обусловили рост LFL трафика на уровне 8%, что является самым высоким показателем за последние три года. В результате сопоставимые продажи увеличились на 15%, в продажи продовольственных товаров выросли еще выше – на 17,5%.

В марте мы увеличили уставной капитал и привлекли 225 млн долларов США, которые улучшили финансовое положение «Ленты» и обеспечили нам большую финансовую гибкость в решении задачи по наращиванию темпов развития сети в 2015 году и далее. У нас есть все необходимое, чтобы воспользоваться ростом российского рынка продуктовой розницы и превзойти наш прогноз по увеличению торговых площадей Компании через три года к декабрю 2016 года».

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

² Под активными держателями карт лояльности подразумеваются держатели карт, сделавшие как минимум 2 покупки за последние 12 месяцев, закончившиеся 31 марта 2015 года.

За более детальной информацией, пожалуйста, обращайтесь на 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

Альберт Аветиков

Директор по связям с инвесторами
+7 812 363 28 44
Albert.Avetikov@lenta.com

Instinctif Partners

Международные СМИ

Марк Уолтэр и Тони Фрэнд
+44 20 7457 2020
Mark.Walter@instinctif.com

Российские СМИ

Антон Карпов
+7 495 660 05 91
Anton.Karpov@instinctif.com

Развитие сети магазинов

В первом квартале 2015 года «Лента» открыла 4 гипермаркета (3 собственных магазина в Великом Новгороде, Челябинске и Орле, а также один арендованный в Энгельсе), увеличив их общее количество до 112. В отчетном периоде Компания вышла в 3 новых города и сегодня представлена в 63 российских городах. По итогам первого квартала 2015 года «Лента» ввела 26 459 кв. м новых торговых площадей, что на 89,0% выше аналогичного показателя первого квартала 2014 года. Общая торговая площадь Компании на 31 марта 2015 года составила 727 610 кв.м, что на 40,0% больше, чем на конец первого квартала 2014 года.

	На 31 марта	На 31 марта	Изм.	Изм. (%)
	1 кв. 2015	1 кв. 2014		
Количество магазинов	136	89	47	52,8%
<i>Гипермаркеты</i>	112	79	33	41,8%
<i>Супермаркеты</i>	24	10	14	140,0%
Количество новых магазинов³	4	2	2	100,0%
<i>Гипермаркеты</i>	4	2	2	100,0%
<i>Супермаркеты</i>	-	-	-	-
Общая торговая площадь (кв.м)	727 609	519 667	207 942	40,0%
<i>Гипермаркеты</i>	701 046	507 841	193 205	38,0%
<i>Супермаркеты</i>	26 562	11 825	14 737	124,6%
Добавленная торговая площадь (кв.м)³	26 459	14 000	12 459	89,0%
<i>Гипермаркеты</i>	26 459	14 000	12 459	89,0%
<i>Супермаркеты</i>	-	-	-	-

Операционные показатели «Ленты»

³ В течение отчетного периода

Расширение торговых площадей и динамичный рост сопоставимых продаж позволили увеличить выручку в первом квартале 2015 года на 37,7%. Общая выручка Компании в отчетном периоде составила 54,5 млрд рублей по сравнению с 39,6 млрд рублей годом ранее.

В первом квартале 2015 года «Лента» продолжила реализацию программы электронных маркетинговых коммуникаций, призванной увеличить трафик покупателей через рассылку индивидуальных специальных предложений. Количество активных держателей карт лояльности увеличилось по состоянию на 31 марта 2015 года до 7,1 млн человек (+34% год-к-году).

Увеличение сопоставимых продаж на 15,0% в первом квартале было обусловлено ростом LFL трафика на 7,8% и LFL среднего чека на 6,7% до 1 135 рублей. Размер среднего чека вырос на фоне инфляции, однако его динамика была несколько ограничена уменьшением числа товаров в покупательской корзине и стремлением покупателей выбирать более дешевые аналоги. Сопоставимые продажи продовольственных товаров увеличились на 17,5%, в то время как продажи непродовольственных товаров на фоне бюджетных ограничений покупателей немного снизились.

Активное развитие «Ленты» привело к увеличению числа зрелых магазинов, входящих в расчет показателя сопоставимости (LFL). По итогам первого квартала 2015 года 9 гипермаркетов и 4 супермаркета вошли в базу LFL.

	Рост LFL продаж	Рост LFL среднего чека	Рост LFL трафика
	1 кв. 2015	1 кв. 2015	1 кв. 2015
«Лента» всего (%)	15,0%	6,7%	7,8%
<i>Гипермаркеты</i>	14,7%	6,7%	7,5%
<i>Супермаркеты</i>	28,0%	12,2%	14,1%

В первом квартале 2015 года средний чек в гипермаркетах вырос до 1 132 рублей (+4,0% в сравнении с первым кварталом 2014 года), что несколько ниже динамики LFL среднего чека (+6,7%) вследствие увеличившейся доли новых магазинов в сети. По состоянию на 31 марта 2015 года доля торговой площади «Ленты» моложе трех лет составила 61% в сравнении с 49% на конец первого квартала 2014 года. При этом доля магазинов, функционирующих менее одного года, достигла 30% против 27% годом ранее. Аналогичные тенденции были характерны и для супермаркетов, где средний чек в первом квартале 2015 года вырос на 8,1% до 592 рублей в сравнении с 12,2% увеличением LFL среднего чека.

Общий трафик покупателей в первом квартале 2015 года вырос на 34,3% в сравнении с аналогичным периодом 2014 года, в том числе на 30% в гипермаркетах и на 124,2% в супермаркетах.

В первом квартале 2015 года супермаркеты показали рост LFL продаж на уровне 28,0%. В отчетном периоде доля супермаркетов в выручке «Ленты» увеличилась до 4,1%, по сравнению с 2,3% в первом квартале 2014 года. Супермаркеты вместе с пятью гипермаркетами, работающими на территории Москвы и Московской области, продемонстрировали впечатляющую динамику роста – за последние два года доля Московского региона в продажах Компании выросла с нуля до 7,4%.

	1 кв. 2015	1 кв. 2014	Изм.	Изм. (%)
Выручка (рублей, млн)	54 492	39 562	14 929	37,7%
<i>Гипермаркеты</i>	52 247	38 636	13 611	35,2%
<i>Супермаркеты</i>	2 245	926	1 319	142,4%
Средний чек (рублей)	1 091	1 064	27	2,5%
<i>Гипермаркеты</i>	1 132	1 089	43	4,0%

Супермаркеты	592	548	44	8,1%
Трафик покупателей (млн)	49,9	37,2	12,8	34,3%
Гипермаркеты	46,2	35,5	10,7	30,0%
Супермаркеты	3,8	1,7	2,1	124,2%

Профиль долга

Средства, полученные Компанией от размещения акций, позволили уменьшить общий долг и левверидж. Снижение уровня задолженности, оптимизация портфеля заимствований и недавнее снижение ставок Mosprime в комплексе привели к существенному снижению процентных ставок. Средняя эффективная процентная ставка по выбранным кредитным линиям составила для «Ленты» по итогам первого квартала 16,6%. Исходя из текущих ставок Mosprime средняя эффективная процентная ставка во втором квартале 2015 года составила бы 13,5%.

Прогноз

«Лента» пересмотрела в сторону повышения свой прогноз по основным показателям роста на 2015 год сразу после успешного размещения акций в марте 2015 года, которое обеспечило Компании большую финансовую гибкость в вопросах развития. Теперь в текущем году «Лента» планирует открыть не менее 25 гипермаркетов, оставив без изменений планы по открытию 10-15 супермаркетов. При этом «Лента» подтвердила свой прогноз по росту выручки в 2015 году на уровне 34-38%, поскольку большая часть гипермаркетов будет, как обычно, открыта ближе к концу года, а значит даст эффект на выручку преимущественно в 2016 году.

Первоначальный ориентир «Ленты» по капиталовложениям был увеличен на 5 млрд рублей, в результате чего актуальный прогнозный показатель CAPEX на 2015 год составляет 30 млрд рублей. Большая часть средств будет инвестирована во второй половине года. Капиталовложения могут еще возрасти в течение года, с учетом рыночной конъюнктуры и наличия подходящих возможностей.

«Лента» планирует увеличить количество открытий новых гипермаркетов в 2016 году, которое будет примерно соответствовать числу новых магазинов, открытых в 2014 году, а также сохранять такие или более высокие темпы развития сети в дальнейшем. Кроме того, Компания прогнозирует увеличение числа открытий новых супермаркетов в 2016 году.

Увеличение темпов развития сети, ставшее возможным в результате размещения акций, позволяет нам рассчитывать на превышение целевого показателя по удвоению торговой площади за три года до декабря 2016 года.

О Компании

«Лента» – одна из крупнейших розничных сетей в России и вторая по размеру сеть гипермаркетов в стране (по размеру выручки за 2014 г.). Компания была основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге. «Лента» управляет 112 гипермаркетами в 63 городах по всей России и 24 супермаркетами в Москве и Московской области с общей торговой площадью около 727 610 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 6 300 кв.м. Компания оперирует пятью 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 31 декабря 2014 г. штат Компании составлял около 35 100 человек⁴.

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

⁴ В эквиваленте полных штатных единиц (full-time equivalent, FTE). Средний показатель FTE за 2014 год составил 27 200 сотрудников.

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 «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.