

ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ И ГОД, ЗАВЕРШИВШИЕСЯ 31 ДЕКАБРЯ 2016 ГОДА

Санкт-Петербург, Россия; 26 января 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 четвертый квартал и год, завершившиеся 31 декабря 2016 года.

Основные операционные показатели за четвертый квартал 2016 года:

- Выручка в четвертом квартале 2016 года выросла на 20,9% до 90,8 млрд рублей (четвертый квартал 2015 года: 75,1 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи («LFL»)¹ выросли на 1,7% по сравнению с показателем четвертого квартала 2015 года;
- LFL трафик снизился на 3,9% при одновременном росте LFL среднего чека на 5,9%;
- В четвертом квартале 2016 года открыто 36 гипермаркетов и 7 супермаркетов;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 31 декабря 2016 года составило 240, в том числе 191 гипермаркет и 49 супермаркетов;
- Общая торговая площадь Компании по состоянию на 31 декабря 2016 года составила 1 146 148 кв.м (+29,9% по сравнению с показателем на 31 декабря 2015 года)²;
- Число активных держателей карт лояльности «Лента»³ достигло 10,5 млн человек (+25% год-к-году), около 93% совокупных продаж в четвертом квартале 2016 года было осуществлено с использованием карт лояльности.

Основные операционные показатели за 2016 год:

- Выручка за 2016 год выросла на 21,2% до 306,4 млрд рублей (2015 год: 252,8 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи выросли на 3,9% по сравнению с показателем за 2015 год;
- LFL трафик сократился на 0,1% при одновременном росте LFL среднего чека на 4,0%;
- В 2016 году в общей сложности открыт⁴ 51 гипермаркет и 17 супермаркетов.

Ключевые события четвертого квартала 2016 года и после отчетного периода:

- «Лента» открыла седьмой собственный распределительный центр (РЦ). РЦ расположен в Москве и ориентирован на работу с супермаркетами;
- «Лента» более чем вдвое увеличила торговую площадь за три года, таким образом, перевыполнив одну из важнейших стратегических целей, установленных в ходе IPO в 2014 году;
- Число активных держателей карт лояльности «Лента» достигло 10 миллионов человек;
- «Лента» приобрела российский бизнес Kesko в сфере торговли продовольственными товарами, включающим в себя 11 гипермаркетов;
- «Лента» заключила соглашение о партнерстве с «Евроторгом», крупнейшим ритейлером Беларуси, с целью изучения потенциала сотрудничества в области совместных закупок в продовольственном и непродовольственном сегментах;

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

² После корректировок в расчетах торговой площади и сети магазинов, описанных ниже.

³ Под активными держателями карт лояльности подразумеваются держатели карт, сделавшие как минимум 2 покупки за последние 12 месяцев, закончившиеся 31 декабря 2016 года.

⁴ В марте 2016 года «Лента» закрыла один арендованный гипермаркет формата «стандарт» с торговой площадью 7 700 кв. м в Новокузнецке. Кроме того, Компания переквалифицировала один из приобретенных в Санкт-Петербурге в рамках сделки с Kesko супермаркетов с торговой площадью в 1 520 кв. м в гипермаркет.

- Компания подписала контракт с ADG Group на аренду помещений для открытия 36 супермаркетов (общей площадью около 47 000 кв.м и торговой площадью около 30 300 кв.м) в торговых и развлекательных центрах в Москве в 2018-2019 гг.;
- Компания подписала соглашение о покупке восьми площадок в Новосибирске, которые будут использованы под строительство супермаркетов «Лента».

Генеральный директор «Ленты» Ян Дюннинг прокомментировал:

«Мы довольны результатами четвертого квартала – выручка Компании выросла на 21%, мы открыли рекордное число новых магазинов, завершили сделку по покупке российского бизнеса Kesko в сфере торговли продовольственными товарами, а также перевыполнили стратегическую цель по удвоению торговой площади сети за три года к декабрю 2016 года.

В четвертом квартале «Лента» открыла рекордные 36 гипермаркетов – это больше, чем мы открыли за весь 2015 год. В целом же за год Компания открыла 51 гипермаркет и вышла на рынки восьми новых городов. Ключевой приоритет нашей стратегии – укрепление позиций в крупнейших российских городах и регионах текущего присутствия «Ленты». В 2016 году мы открыли 35 новых магазинов в городах-миллионниках и теперь оперируем во всех 15 из них. Почти 80% новых торговых площадей было открыто в городах нашего текущего присутствия. Хотя это и оказывает давление на трафик в наших соседних магазинах, однако в долгосрочной перспективе мы получим более сильные рыночные позиции за счет близости к покупателям. В 2017 году мы продолжим фокусировать свои усилия на открытии новых гипермаркетов в городах нашего присутствия.

В декабре мы успешно завершили крупнейшую в истории «Ленты» сделку – покупку российского бизнеса Kesko по торговле продовольственными товарами, в которую вошли 11 гипермаркетов в Санкт-Петербурге. Магазины Kesko были интегрированы в «Ленту» и вновь открыты всего за шесть дней, а первые результаты продаж превзошли наши ожидания.

Наши магазины продолжили привлекать новых уникальных покупателей, в том числе от конкурентов, при этом динамика трафика покупателей превысила темпы роста выручки. Доля лояльных покупателей, как в новых, так и в LFL магазинах оставалась стабильной, подтверждая эффективность нашего предложения. Как и ожидалось, ввиду активного развития в городах текущего присутствия «Ленты», увеличился эффект каннибализации. Особенно это стало заметно в четвертом квартале, когда мы открыли 2/3 всех новых торговых площадей за 2016 год. Впервые с 2014 года покупатели стали выбирать более дорогие товары и увеличивать их число в корзине в сравнении с прошлым годом. Рост LFL продаж на 2% стал результатом роста числа покупателей и 6% увеличением размера среднего LFL чека, которые компенсировали снижение частоты визитов в магазины, что было характерно для всего продовольственного сектора розничной торговли. Ситуация на рынке остается весьма волатильной – мы видим изменение отдельных трендов в январе 2017 года, в том числе возвращение показателей трафика на позитивную траекторию.

Мы продолжаем расширять сеть супермаркетов в Москве, Санкт-Петербурге и Центральном регионе⁵. В прошлом году Компания вдвое увеличила число открытий новых магазинов в этих регионах. В 2017 году мы планируем существенно нарастить темпы развития формата в регионах текущего присутствия и в новых городах. Недавно подписанное соглашение с ADG Group позволит нам управлять более чем 100 супермаркетами в Москве на горизонте ближайших трех лет».

Развитие сети магазинов

В четвертом квартале 2016 года «Лента» открыла 36 гипермаркетов и семь супермаркетов, увеличив общее количество магазинов в сети до 240 (191 гипермаркет и 49 супермаркетов).

В отчетном квартале «Лента» увеличила торговую площадь на 183 074 кв.м. Общая торговая площадь на 31 декабря 2016 года составила 1 146 148 кв.м, что на 29,9% превышает аналогичный показатель 2015 года.

⁵ В Центральном регионе Компания включила два супермаркета в Калужской области.

	На 31 дек. 4 кв. 2016	На 31 дек. 4 кв. 2015	Изм.	Изм. (%)	На 31 дек. 2016	На 31 дек. 2015	Изм.	Изм. (%)
Количество магазинов	240	172	68	39,5%	240	172	68	39,5%
<i>Гипермаркеты</i>	191	140	51	36,4%	191	140	51	36,4%
<i>Супермаркеты</i>	49	32	17	53,1%	49	32	17	53,1%
Количество новых магазинов⁶	43	23	20	87,0%	68	40	28	70,0%
<i>Гипермаркеты</i>	36	18	18	100,0%	51	32	19	59,4%
<i>Супермаркеты</i>	7	5	2	40,0%	17	8	9	112,5%
Общая торговая площадь (кв.м)	1 146 148	882 383	263 765	29,9%	1 146 148	882 383	263 765	29,9%
<i>Гипермаркеты</i>	1 099 863	848 872	250 991	29,6%	1 099 863	848 872	250 991	29,6%
<i>Супермаркеты</i>	46 285	33 511	12 774	38,1%	46 285	33 511	12 774	38,1%
Добавленная торговая площадь (кв.м)⁶	183 074	101 426	81 648	80,5%	263 765	188 059	75 706	40,3%
<i>Гипермаркеты</i>	177 125	97 457	79 668	81,7%	250 991	181 324	69 667	38,4%
<i>Супермаркеты</i>	5 949	3 969	1 980	49,9%	12 774	6 735	6 039	89,7%

Изменения в размере торговой площади и количестве магазинов

«Лента» произвела ряд изменений в торговой площади действующих гипермаркетов и супермаркетов, в результате чего она сократилась на 397 кв.м (-0,03% от общей торговой площади) и составила 1 146 148 кв.м на 31 декабря 2016 года и дату публикации настоящего отчета. Изменения были связаны с реконструкцией и/или переоборудованием магазинов. В результате в некоторых магазинах торговая площадь сократилась, а в других была увеличена.

В марте 2016 года Компания приняла решение закрыть один гипермаркет формата «стандарт» с торговой площадью 7 700 кв.м в Новокузнецке, и открыла вместо него новый собственный гипермаркет в сентябре 2016 года. В декабре 2016 года «Лента» приняла решение реклассифицировать один собственный магазин торговой площадью 1 520 кв.м, приобретенный в Санкт-Петербурге в рамках сделки с Kesko, из супермаркета в гипермаркет. Это решение отразилось на ассортименте и функционале магазина, который теперь управляется как гипермаркет. Все изменения в размере торговой площади отражены на сайте Компании по ссылкам <http://www.lentainvestor.com/en/about/lentas-geography/our-hypermarkets> и <http://www.lentainvestor.com/en/about/lentas-geography/our-supermarket>.

	На 31 дек. 2016	% от общей торговой площади на 31 дек. 2016
Изменение размера торговой площади (кв.м)	-397	-0,03%
<i>Гипермаркеты</i>	-311	-0,03%
<i>Супермаркеты</i>	-86	0,19%

⁶ В отчетном периоде после изменений в размере торговой площади и количестве магазинов, как указано ниже.

Операционные показатели «Ленты»

Расширение торговых площадей и рост сопоставимых продаж позволили увеличить выручку в четвертом квартале 2016 года на 20,9%. Общая выручка Компании в четвертом квартале составила 90,8 млрд рублей по сравнению с 75,1 млрд рублей годом ранее.

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 декабря 2016 года до 10,5 млн человек (+25% год-к-году), а доля транзакций, совершенных по карте лояльности, увеличилась до 93%, или +1 п.п. год-к-году.

Увеличение сопоставимых продаж на 1,7% в четвертом квартале было обусловлено снижением LFL трафика на 3,9% и ростом среднего чека на 5,9%. Сопоставимые продажи в сегменте продовольственных товаров увеличились на 2,0%, в то время как продажи в непродовольственном сегменте показали почти нулевую динамику.

«Лента» продолжает привлекать покупателей у конкурентов – динамика общего числа уникальных покупателей превысила темпы роста выручки как в новых, так в LFL магазинах во всех регионах присутствия. Доля лояльных покупателей в новых и LFL магазинах оставалась стабильной, подтверждая привлекательность предложения «Ленты». Быстрое развитие Компании привело к росту эффекта от каннибализации на фоне миграции части покупателей из LFL магазинов в новые, что и привело к негативному показателю LFL трафика. В 2016 году «Лента» открыла рекордное количество новых магазинов, причем очень большая доля новых торговых площадей была запущена в городах текущего присутствия Компании (78% в 2016 году против 59% в 2015 году, или практически вдвое больше в кв.м). Этот фактор оказался особенно заметным в четвертом квартале, когда Компания добавила 67% от всех новых торговых площадей, открытых в отчетном году. Например, в то время как 11 приобретенных у Kesko гипермаркетов показывали рост на 60% выше ожидаемого уровня и выдали более 100 000 новых карт лояльности «Ленты», 29 000 активных покупателей ушли из LFL магазинов Компании и стали делать покупки в недавно приобретенных гипермаркетах. Все это происходило на фоне общей для розничного рынка тенденции по снижению частоты визитов в магазины. «Лента» также зафиксировала тенденцию к снижению числа походов в магазины, но на фоне существенного увеличения размеров покупок.

Средний LFL чек вырос, несмотря на продолжающееся снижение темпов инфляции на полке. Покупатели приобретают более дорогие товары и увеличивают число товаров в корзине, но при этом посещают магазины немного реже, чем ранее. Среднее число товаров в чеке растет квартал-к-кварталу четвертый квартал подряд и увеличилось год-к-году впервые с 2014 года. Набор товаров также улучшился – средняя цена товара растет квартал-к-кварталу третий квартал подряд. Инфляция на полках «Ленты» в отчетном квартале составила 2,9%, что на 1,1 п.п. ниже показателя третьего квартала и является самым низким значением со второго квартала 2010 года. Компания продолжила придерживаться традиционной ценовой политики, удерживая инфляцию на полке на уровне почти вдвое меньшем, чем официальный показатель продовольственной инфляции, который в четвертом квартале 2016 года составил 5,2% против 6,5% в третьем квартале.

Рост LFL продаж на 1,7% в четвертом квартале стал результатом сочетания нескольких факторов – роста числа покупателей, несмотря на увеличение эффекта каннибализации от новых магазинов, а также изменения их поведения, характеризующегося снижением числа визитов в магазины, компенсированным увеличением размера среднего чека. В целом Компания зафиксировала небольшое снижение выручки на одного покупателя, что обусловлено продолжающимся давлением на потребительские доходы.

В четвертом квартале 2016 года шесть гипермаркетов вошли в базу LFL.

Рост LFL продаж	Рост LFL среднего чека	Рост LFL трафика	Рост LFL продаж	Рост LFL среднего чека	Рост LFL трафика
-----------------	------------------------	------------------	-----------------	------------------------	------------------

	4 кв. 2016	4 кв. 2016	4 кв. 2016	2016 год	2016 год	2016 год
«Лента» всего (%)	1,7%	5,9%	-3,9%	3,9%	4,0%	-0,1%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>1,6%</i>	<i>6,0%</i>	<i>-4,2%</i>	<i>3,9%</i>	<i>4,1%</i>	<i>-0,2%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>6,1%</i>	<i>6,9%</i>	<i>-0,7%</i>	<i>5,5%</i>	<i>3,5%</i>	<i>1,9%</i>

В четвертом квартале 2016 года средний чек в гипермаркетах вырос до 1 283 рублей (+4,1% в сравнении с четвертым кварталом 2015 года), что ниже, чем увеличение на 6,0% 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 четвертом квартале увеличился на 2,0% до 599 рублей, в то время как LFL средний чек показал рост на 6,9%.

Общий трафик покупателей в четвертом квартале 2016 года вырос на 17,2% в сравнении с аналогичным периодом 2015 года, в том числе на 15,3% в гипермаркетах и на 40,5% в супермаркетах.

В четвертом квартале 2016 года формат супермаркетов показал рост LFL выручки на уровне 6,1%, а его доля в совокупной выручке «Ленты» в отчетном квартале выросла до 4,4% по сравнению с 3,7% в четвертом квартале 2015 года. Супермаркеты и 13 гипермаркетов «Лента», работающих в Москве и Московской области, продолжают демонстрировать высокую динамику роста продаж – на 52,3% выше аналогичного показателя четвертого квартала 2015 года. Доля региона в общей выручке Компании по итогам отчетного квартала составила 10,3% против 8,7% в аналогичном периоде 2015 года.

Результаты работы гипермаркетов, приобретенных в рамках сделки с Kesko

7 декабря 2016 года Компания открыла под брендом «Лента» приобретенные в рамках сделки с Kesko 11 гипермаркетов в Санкт-Петербурге. Магазины были закрыты на ребрендинг и интеграцию на шесть дней после завершения сделки 30 ноября 2016 года. В течение оставшегося месяца (25 дней в декабре) гипермаркеты показали высокий объем продаж, сформировав 0,34% (около 1,05 млрд рублей) совокупной выручки «Ленты» по итогам года, что выше изначального прогноза Компании (менее 0,2%) более чем на 60%. За это время в новых магазинах было выдано более 109 000 новых карт лояльности «Лента», что отражает привлекательность предложения Компании и высокий потенциал роста даже в условиях высокой конкуренции.

	4 кв. 2016	4 кв. 2015	Изм.	Изм. (%)	2016 год	2015 год	Изм.	Изм. (%)
Выручка (рубли, млн)	90 848	75 113	15 735	20,9%	306 354	252 763	53 591	21,2%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>86 837</i>	<i>72 314</i>	<i>14 523</i>	<i>20,1%</i>	<i>292 626</i>	<i>242 916</i>	<i>49 710</i>	<i>20,5%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>4 011</i>	<i>2 799</i>	<i>1 212</i>	<i>43,3%</i>	<i>13 728</i>	<i>9 847</i>	<i>3 881</i>	<i>39,4%</i>
Средний чек (рубли)	1 221	1 184	38	3,2%	1 135	1 113	22	2,0%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>1 283</i>	<i>1 232</i>	<i>51</i>	<i>4,1%</i>	<i>1 192</i>	<i>1 158</i>	<i>34</i>	<i>3,0%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>599</i>	<i>588</i>	<i>12</i>	<i>2,0%</i>	<i>563</i>	<i>570</i>	<i>-7</i>	<i>-1,2%</i>
Трафик покупателей (млн)	74,4	63,5	10,9	17,2%	269,8	227,1	42,8	18,8%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>67,7</i>	<i>58,7</i>	<i>9,0</i>	<i>15,3%</i>	<i>245,4</i>	<i>209,8</i>	<i>35,7</i>	<i>17,0%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>6,7</i>	<i>4,8</i>	<i>1,9</i>	<i>40,5%</i>	<i>24,4</i>	<i>17,3</i>	<i>7,1</i>	<i>41,1%</i>

Долг

Все заимствования «Ленты» номинированы в российских рублях и на 80% являются долгосрочными со средним сроком погашения около 2,3 года. В дополнение к совокупному долгу Компании, равному 101,3 млрд рублей, на 31 декабря 2016 года «Лента» располагала

44,2 млрд рублей в неиспользованных кратко- и долгосрочных кредитных линиях, свободными денежными средствами в размере 12,6 млрд рублей, а также дополнительными 32 млрд рублей в рамках кредитных лимитов, одобренных банками. Средняя эффективная процентная ставка по имеющимся долговым обязательствам Компании в четвертом квартале 2016 снизилась до 11,20% против 11,71%⁷ в третьем квартале (снижение на 51 б.п. в сравнении уменьшения ставки 3 мес. MosPrime на 24 б.п.) С учетом текущих ставок MosPrime и шагов, предпринимаемых для оптимизации долга, ожидается, что средняя эффективная стоимость портфеля обязательств в первом квартале 2017 года снизится до 10,90%⁸. Компания продолжает искать дополнительные возможности для снижения средней стоимости долга в текущем году.

Прогноз

Прогноз по открытию новых гипермаркетов и супермаркетов, а также размер капитальных вложений на 2017 год, будет озвучен после публикации 16 февраля 2017 года финансовых результатов «Ленты» за 2016 год.

16 февраля 2017 года Компания проведет День Стратегии в Лондоне, на котором расскажет о ключевых достижениях с момента IPO, а также представит новые стратегические цели и инициативы на средне- и долгосрочную перспективу.

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 191 гипермаркетом в 77 городах по всей России и 49 супермаркетами в Москве, Санкт-Петербурге и Центральной России с общей торговой площадью 1 146 148 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 5 800 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 2016⁹г. 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 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

FTI Consulting

Российские СМИ:
Антон Карпов и Виктория Афонина
Тел.: +7 495 795 06 23
E-mail: lenta@FTIconsultig.com

Анастасия Кузнецова
Менеджер по корпоративным коммуникациям
Тел.: +7 (812) 336 39 97
E-mail: a.kuznetsova@lenta.com

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

⁷ Без учета корректировки МСФО по амортизированным операционным издержкам и предоплаты в рамках частичного погашения кредита банку ВТБ.

⁸ Средняя эффективная стоимость долга не включает в себя расходы за пользование кредитным лимитом банка ВТБ.

⁹ В эквиваленте полных штатных единиц (full-time equivalent, FTE). Средний показатель FTE в 2016 году составил 35 677 сотрудников.

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.