

ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ВТОРОЙ КВАРТАЛ, ЗАВЕРШИВШИЙСЯ 30 ИЮНЯ 2019 ГОДА

Санкт-Петербург, Россия; 25 июля 2019 г. – «Лента Лтд» (Lenta Ltd) (LSE, MOEX: LNTA/ «Лента» или Компания), одна из крупнейших розничных сетей России, объявляет консолидированные операционные результаты и продажи за второй квартал, завершившийся 30 июня 2019 г.

Основные операционные показатели за второй квартал 2019 г.:

- Совокупная выручка во втором квартале 2019 г. выросла на 0,4% до 100,2 млрд рублей (второй квартал 2018 г.: 99,8 млрд рублей), в том числе выручка от розничных продаж увеличилась на 4,7% до 97,8 млрд рублей (второй квартал 2018 г.: 93,4 млрд рублей), а оптовая сократилась на 62,4%;
- Сопоставимые («LFL») ¹ розничные продажи выросли на 0,8% без НДС по сравнению с показателем второго квартала 2018 г. Это эквивалентно росту сопоставимых розничных продаж на 1,6% с НДС на фоне повышения налоговой ставки с 1 января 2019 г.;
- LFL розничный трафик вырос на 0,6% при одновременном росте LFL розничного среднего чека на 0,2%;
- Во втором квартале 2019 г. открыто два гипермаркета и один супермаркет;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 30 июня 2019 г. составило 377, в том числе 246 гипермаркетов и 131 супермаркет;
- Общая торговая площадь Компании по состоянию на 30 июня 2019 г. составила 1 472 937 кв. м (+5,0% по сравнению с показателем на 30 июня 2018 г.);
- Число активных держателей карт лояльности «Лента» ² достигло 15,2 млн человек (+13,5% год-к-году), около 97% совокупных продаж во втором квартале 2019 г. было осуществлено с использованием карт лояльности.

Основные операционные показатели за первое полугодие 2019 года:

- Совокупная выручка в первом полугодии 2019 г. выросла на 3,1% до 199,2 млрд рублей (первое полугодие 2018 г.: 193,2 млрд рублей), включая рост выручки от розничных продаж на 7,2% и сокращение выручки от оптовых продаж на 62,2%;
- Сопоставимые розничные продажи выросли на 2,9% без НДС по сравнению с показателем первого полугодия 2018 г. Это эквивалентно росту сопоставимых розничных продаж на 3,7% с НДС на фоне повышения налоговой ставки с 1 января 2019 года;
- LFL трафик увеличился на 2,1% при одновременном росте LFL среднего чека на 0,7%;
- В первом полугодии 2019 г. открыто три новых гипермаркета и один супермаркет, один гипермаркет и четыре супермаркета закрыты.

Ключевые события второго квартала 2019 г. и после отчетного периода:

- ООО «Севергрупп» приобрело 34,45% и 7,47% выпущенных и находящихся в обращении голосующих акций «Ленты» у TPG и ЕБРР соответственно. 30 апреля 2019 г. «Севергрупп» сделало обязательное предложение о приобретении всех выпущенных акций и ГДР «Ленты»;
- Поскольку «Севергрупп» приобрела в совокупности более 50% голосующих акций «Ленты», Совет директоров воспользовался своими полномочиями по замещению четырех вакантных мест в Совете для назначения г-д Алексея Мордашова, Романа Василькова, Максима Бахтина и Алексея Куличенко в Совет в качестве представителей «Севергрупп»;

¹ Магазины «Лента» включаются в расчет показателя сопоставимости (LFL) спустя 12 месяцев после окончания месяца, в котором они были открыты. Компания не вводила изменения в методике подсчета базы LFL; показатели совокупной выручки и сопоставимых продаж приведены без НДС для наилучшего отражения динамики год-к-году;

² Под активными держателями карт лояльности подразумеваются держатели карт, сделавшие как минимум 2 покупки за последние 12 месяцев, закончившиеся 30 июня 2019 г.

- После выполнения обязательных условий Предложения 4 июня 2019 года «Севергрупп» получила в совокупности около 78,73% голосующих прав в «Ленте» (77,99% акционерного капитала «Ленты»).

Генеральный директор «Ленты» Герман Тинга прокомментировал:

«Во втором квартале 2019 г. «Лента» продемонстрировала здоровый рост розничных продаж на уровне 4,7% и рост сопоставимых розничных продаж на уровне 0,8%. Результаты отражают ухудшение экономической ситуации для наших покупателей, негативный календарный эффект во втором квартале и высокий уровень конкуренции в ритейле в целом.

Стагнация в располагаемых доходах населения и перенос пасхальных каникул особенно повлияли на результаты в гипермаркетах, вызвав снижение сопоставимых розничных продаж на 0,2%. Основными причинами стали негативный LFL розничный трафик на уровне 1,4%, вызванный снижением частоты визитов покупателей, и более медленный рост розничного среднего чека.

Несмотря на эти вызовы, мы воодушевлены притоком новых покупателей в наши магазины во втором квартале. Их число растет благодаря улучшению предложения и сбалансированной промо-активности. Эта тенденция наблюдается и в супермаркетах, которые продолжили демонстрировать уверенный рост сопоставимых продаж на фоне значительного увеличения трафика.

На фоне неблагоприятной рыночной конъюнктуры нашими приоритетами остаются улучшение операционной эффективности нашего бизнеса и работа над инициативами, которые призваны стимулировать продажи и обеспечить дальнейший рост в этом году.

Я также хотел бы поприветствовать ООО «Севергрупп» в качестве нашего нового мажоритарного акционера и долгосрочного стратегического партнёра. Менеджмент Ленты приложит все усилия для совместной разработки стратегии развития Компании, которая будет нацелена на дальнейшее усиление рыночных позиций Ленты и создание дополнительной стоимости для всех акционеров».

Развитие сети магазинов

Во втором квартале 2019 г. «Лента» открыла 3 новых магазина. Так, были открыты два гипермаркета формата «компакт»: один собственный гипермаркет в Екатеринбурге торговой площадью 4 340 кв.м и один арендованный гипермаркет в Санкт-Петербурге торговой площадью 5 263 кв.м. Компания также открыла один арендованный супермаркет в Московской области.

В отчетном квартале «Лента» добавила 10 568 кв.м чистой торговой площади. По состоянию на 30 июня 2019 общее количество магазинов компании составило 377, в том числе 246 гипермаркетов и 131 супермаркет общей торговой площадью 1 472 937 кв.м (рост на 5,0% год-к-году). «Лента» представлена в 88 российских городах.

После окончания отчетного периода Компания приняла решение о закрытии одного арендованного гипермаркета формата «компакт» в Новокузнецке торговой площадью 4 503 кв.м., а также одного арендованного супермаркета в Санкт-Петербурге торговой площадью 644 кв.м.

	Квартальные показатели				Показатели с начала года			
	На 30 июня 2кв. 2019	На 30 июня 2кв. 2018	Изм.	Изм. (%)	На 30 июня 1П 2019	На 30 июня 1П 2018	Изм.	Изм. (%)
Количество магазинов	377	345	33	9,3%	378	345	33	9,6%
Гипермаркеты	246	233	13	5,6%	246	233	13	5,6%
Супермаркеты	131	112	20	17,0%	132	112	20	17,9%
Количество новых магазинов	3	8	-5	-62,5%	-1	17	-18	-105,9%

Гипермаркеты	2	1	1	100,0%	2	2	0	0,0%
Супермаркеты	1	7	-6	-85,7%	-3	15	-18	-120,0%
Общая торговая площадь³ (кв.м)	1 472 937	1 403 077	69 860	5,0%	1 472 937	1 403 077	69 860	5,0%
Гипермаркеты	1 363 256	1 308 168	55 088	4,2%	1 363 256	1 308 168	55 088	4,2%
Супермаркеты	109 681	94 909	14 772	15,6%	109 681	94 909	14 772	15,6%
Добавленная торговая площадь (кв.м)	11 807	10 172	1 635	16,1%	8 786	19 197	-10 411	-54,2%
Гипермаркеты	9 603	4 793	4 810	100,4%	9 791	9 951	-160	-1,6%
Супермаркеты	2 204	5 379	-3 715	-59,0%	-1 005	9 246	-10 251	-110,9%

Операционные показатели «Ленты»

Расширение торговых площадей и рост сопоставимых розничных продаж позволили увеличить розничную выручку во втором квартале 2019 на 4,7%. Общая выручка составила 100,2 млрд рублей, что на 0,4% выше показателя второго квартала прошлого года. Существенное снижение продаж оптовым покупателям на 62,4% обуславливает разницу между динамикой роста розничной выручки и совокупной выручки во втором квартале. «Лента» ожидает падения оптовых продаж год-г-году на протяжении всего 2019 г.

Компания продолжила реализацию серии инициатив, призванных повысить привлекательность предложения «Ленты» для покупателей. Эти инициативы включали в себя изменения в ассортименте (в том числе расширение ассортимента собственных торговых марок), программе лояльности «Ленты» и коммуникациях с покупателями.

«Лента» сохранила фокус на реализацию инициатив в цифровом маркетинге, призванных увеличить трафик и размер корзины покупателей за счет углубленной персонализации индивидуальных предложений. Количество активных держателей карт лояльности увеличилось до 15,2 млн человек (+13,5% год-к-году) по состоянию на 30 июня 2019 г., а доля транзакций, совершенных по карте лояльности, составила 97%. Мобильное приложение «Лента», запущенное в четвертом квартале 2018 г., уже установили более 3 млн покупателей. Компания продолжит развивать приложение, чтобы обеспечить лучший покупательский опыт, увеличение лояльности, рост продаж и снижение маркетинговых расходов.

Рост розничной выручки в гипермаркетах во втором квартале составил 2,4% и был обеспечен в основном увеличением торговой площади формата на 4,2%. Сопоставимые розничные продажи в формате гипермаркетов сократились на 0,2%. Рост розничной выручки в формате супермаркет во втором квартале 2019 года составил 38,3%, что обусловлено увеличением торговой площади на 17,8% и значительным улучшением динамики роста сопоставимых розничных продаж, который составил 15,8%. Доля супермаркетов в совокупной розничной выручке «Ленты» составила 8,7% против 8,8% в первом квартале 2019 г. Доля формата составляла 7,8% в четвертом квартале 2018.

	Квартальные показатели				Показатели с начала года			
	2кв. 2019	2кв. 2018	Изм.	Изм. (%)	1П 2019	1П 2018	Изм.	Изм. (%)
Выручка (рублей, млн)	100 156	99 775	381	0,4%	199 182	193 216	5 966	3,1%
Розн. выручка (рублей, млн)	97 800	93 356	4 404	4,7%	194 842	181 721	13 121	7,2%
Гипермаркеты	89 319	87 265	2 054	2,4%	177 772	170 048	7 724	4,5%
Супермаркеты	8 481	6 132	2 350	38,3%	17 070	11 673	5 397	46,2%
Опт. выручка (рублей, млн)	2 356	6 379	(4 023)	-62,4%	4 340	11 495	(7 155)	-62,2%
Розн. средний чек (рублей)	961	985	(24)	-2,4%	979	1 001	(22)	-2,2%
Гипермаркеты	1 068	1 066	2	0,2%	1 085	1 077	7	0,7%
Супермаркеты	467	472	(5)	-1,1%	486	492	(6)	-1,2%
Розн. трафик (млн)	101,8	94,8	7,0	7,3%	199,0	181,6	17,4	9,6%

Гипермаркеты	83,6	81,8	2,0	2,2%	163,9	157,9	6,0	3,8%
Супермаркеты	18,2	13,0	5,0	39,9%	35,1	23,7	11,0	48,0%

Средний розничный чек в гипермаркетах вырос на 0,2% до 1 068 рублей. При этом LFL средний розничный чек в гипермаркетах увеличился на 1,2%. Средний розничный чек в супермаркетах снизился в первом квартале на 1,1% до 467 рублей, в то время как LFL средний розничный чек вырос на 1,9%. В обоих форматах разница в динамике роста среднего и LFL среднего чеков обусловлена эффектом от вхождения в течение отчетного периода в LFL-панель магазинов, находящихся на стадии роста.

Совокупный розничный трафик покупателей «Ленты» во втором квартале 2019 г. вырос на 7,3% по сравнению с аналогичным периодом 2018 г., в том числе на 2,2% в гипермаркетах и на 39,9% в супермаркетах.

Во втором квартале 2019 г. в базу LFL вошли 10 супермаркетов и ни одного гипермаркета.

Сопоставимые розничные продажи показали рост на уровне 0,8% (без НДС) во втором квартале, включая увеличение сопоставимого розничного трафика на 0,6% и увеличение сопоставимого розничного чека на 0,2%. Сопоставимые розничные продажи продовольственных товаров увеличились на 1,7%, в то время как LFL розничные продажи непродовольственных товаров сократились на 5,7% год-к-году.

Сопоставимые розничные продажи с учетом НДС выросли на 1,6%, что на 0,9% больше, чем сопоставимые продажи без НДС, в результате увеличения ставки НДС в начале 2019.

	Квартальные показатели			Показатели с начала года		
	Рост LFL продаж 2кв. 2019	Рост LFL среднего чека 2кв. 2019	Рост LFL трафика 2кв. 2019	Рост LFL продаж 2П 2019	Рост LFL среднего чека 2П 2019	Рост LFL трафика 2П 2019
«Лента» всего, % (без НДС)	0,8%	0,2%	0,6%	2,9%	0,7%	2,1%
Гипермаркеты	-0,2%	1,2%	-1,4%	1,8%	1,7%	0,1%
Супермаркеты	15,8%	1,9%	13,6%	18,6%	2,2%	16,1%

«Лента» продолжает привлекать уникальных покупателей в свои магазины, как в новые, так и в LFL гипермаркеты и супермаркеты. Сокращение LFL розничных продаж в гипермаркетах на 0,2% было обусловлено снижением роста трафика. Трафик покупателей в сопоставимых гипермаркетах продемонстрировал негативную динамику на уровне -1,4% так как увеличение числа новых покупателей было в значительной степени нивелировано снижением частоты покупок.

Рост LFL среднего розничного чека в гипермаркетах составил 1,2% на фоне устойчивого тренда на покупки более дорогих товаров и инфляцию на полке во втором квартале 2019. «Лента» зафиксировала квартальную инфляцию на полке впервые с первого квартала 2017, но, тем не менее, рост LFL среднего чека замедлился по сравнению с предыдущим кварталом в связи с уменьшением числа товаров в корзине.

Сопоставимые розничные продажи в супермаркетах во втором квартале 2019 г. продемонстрировали рост на уровне 15,8%. Высокий розничный трафик, ставший результатом заметного увеличения числа новых уникальных покупателей в формате, оставался ключевым драйвером увеличения сопоставимых розничных продаж. «Лента» продолжила внедрять тактические изменения в предложении, в том числе расширяла ассортимент и оптимизировала маркетинговые активности, чтобы повысить привлекательность магазинов для покупателей. LFL розничный чек сбавил темп роста до 1,9% с 2,3% в первом квартале, так как влияние тренда на покупки более дорогих товаров и инфляция на полке были частично нивелированы сокращением среднего числа товаров в корзине.

Увеличение LFL розничных продаж «Ленты» на 0,8% стало результатом сочетания нескольких факторов: увеличения числа покупателей в совокупности с тенденцией на приобретение более

дорогих товаров и инфляцией на полке, которые были нивелированы снижением частоты покупок и уменьшением среднего числа товаров в корзине.

Прогноз

«Лента» подтверждает планы на год, заявленные ранее. «Лента» объявит финансовые результаты по МСФО за первое полугодие 2019 г. 28 августа.

О компании

«Лента» – первая по величине сеть гипермаркетов и третья среди крупнейших розничных сетей страны. Компания была основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге. «Лента» управляет 245 гипермаркетами в 88 городах России и 131 супермаркетом в Москве, Санкт-Петербурге, Сибири, Уральском и Центральном регионах с общей торговой площадью 1 472 937 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 5 500 кв.м, средняя площадь супермаркета – 800 кв.м. Компания оперирует двенадцатью 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 2018 г. штат Компании составлял около 45 759 человек³.

Менеджмент компании сочетает значительный международный опыт с глубоким знанием российского рынка и обширным опытом работы в России. Крупнейшими акционерами «Ленты» являются «Севергрупп», 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 <http://www.lentainvestor.com> или по указанным ниже контактам:

«Лента»

Мария Филиппова

Руководитель службы по связям с общественностью и государственными органами

Тел.: +7 812 380-61-31 доб.: 1892

E-mail: maria.filippova@lenta.com

NW Advisors

Виктория Афонина

Тел.: +7 495 795 06 23

E-mail: lenta@nwadvisors.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.

³ В эквиваленте полных штатных единиц (full time equivalent, FTE). Средний показатель FTE в 2018 г. составил 43 283 сотрудника.