

ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ И ГОД, ЗАВЕРШИВШИЕСЯ 31 ДЕКАБРЯ 2015 ГОДА

Санкт-Петербург, Россия; 28 января 2016 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 2015 года.

Основные операционные показатели за четвертый квартал 2015 года:

- Выручка в четвертом квартале 2015 года выросла на 26,2% до 75,1 млрд рублей (четвертый квартал 2014 года: 59,5 млрд рублей);
- Сопоставимые продажи («LFL») ¹ выросли на 6,1% по сравнению с показателем четвертого квартала 2014 года;
- LFL трафик увеличился на 4,3% при одновременном росте LFL среднего чека на 1,8%;
- В четвертом квартале 2015 года открыто 18 гипермаркетов и 5 супермаркетов;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 31 декабря 2015 года составило 172, в том числе 140 гипермаркета и 32 супермаркета;
- Общая торговая площадь Компании по состоянию на 31 декабря 2015 года составила 882 383 кв.м (+25,8% по сравнению с показателем на 31 декабря 2014 года)²;
- Число активных держателей ³ карт лояльности «Лента» достигло 8,4 млн человек (+29% год-к-году), около 92% совокупных продаж в четвертом квартале 2015 года было осуществлено с использованием карт лояльности.

Основные операционные показатели за 2015 год:

- Выручка за 2015 год выросла на 30,3% до 252,8 млрд рублей (2014 год: 194,0 млрд рублей), что соответствует прогнозу Компании;
- Сопоставимые продажи выросли на 9,1% по сравнению с показателем за 2014 год;
- LFL трафик увеличился на 3,9% при одновременном росте LFL среднего чека на 5,0%;
- В 2015 году открыто 32 гипермаркета и 8 супермаркетов, что существенно выше прогноза Компании по открытию не менее 30 гипермаркетов.

Ключевые события четвертого квартала 2015 года и после отчетного периода:

- В октябре «Лента» открыла новый распределительный центр (РЦ) в Екатеринбурге – первый РЦ Компании в Уральском федеральном округе;
- Рейтинговое агентство Moody's Investors Service повысило корпоративный рейтинг (CFR) «Ленты» до уровня «Вa3» со стабильным прогнозом;
- В октябре 2015 «Лента» увеличила уставной капитал на 21,1 млн новых ГДР методом ускоренного формирования книги заявок и привлекала инвестиции на общую сумму 150 млн долларов США;
- «Национальное Рейтинговое Агентство» подтвердило рейтинг кредитоспособности «Ленты» на уровне «AA» с позитивным прогнозом;
- «Лента» подписала дополнительное соглашение с ЕБРР о снижении маржи по кредитному договору на 4,6 млрд рублей сроком погашения до декабря 2022, ставка маржи к 3 мес. MosPrime снижена;

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, описанных ниже.

³ Под активными держателями карт лояльности подразумеваются держатели карт, сделавшие как минимум 2 покупки за последние 12 месяцев, закончившиеся 31 декабря 2015 года.

- Компания подписала соглашение с «Россельхозбанком» об открытии трехлетней возобновляемой кредитной линии в размере 5 млрд рублей, а также привлекла трехлетний необеспеченный кредит на сумму 7 млрд рублей от «Росбанка» по фиксированной ставке.

Генеральный директор «Ленты» Ян Дюннинг прокомментировал:

«Четвертый квартал 2015 стал настоящим вызовом и для отрасли, и для «Ленты». Мы столкнулись с довольно сложной экономической ситуацией и в этих непростых условиях нам необходимо было выдержать очень плотный график открытия большого числа новых гипермаркетов и запуска формата «супермаркет» в Санкт-Петербурге. Я рад отметить, что в 2015 году «Лента» смогла открыть 32 гипермаркета, 18 из которых открыли свои двери в последнем квартале. Это рекордный показатель для Компании. Мы также открыли первые четыре супермаркета в Санкт-Петербурге и теперь продолжим расширять географию формата, одновременно развивая сеть в Москве.

В течение года ситуация в экономике и потребительском секторе оставалась сложной. Усиливалось давление на доходы потребителей, инфляция сохранялась на высоком уровне, а размер зарплат снижился. Покупатели продолжили снижать свои расходы, уменьшая размер покупок, оставаясь очень чувствительными к цене и ориентированными на акционные товары. Тенденция покупателей экономить в сочетании с высокой базой во второй половине ноября и декабре привели к снижению среднего размера потребительской корзины.

Ценовое и ассортиментное предложение «Ленты», в том числе и точечные промо-акции, сохраняли свою привлекательность для покупателей, в результате чего мы показали рост LFL трафика на 4,3% в четвертом квартале, что значительно превышает аналогичный показатель третьего квартала и первых девяти месяцев 2015 года.

В результате мы смогли обеспечить рост годовой выручки на 30,3% при росте торговой площади на 25,8% по сравнению с аналогичными показателями прошлого года.

Исходя из данных неаудированной управленческой отчетности мы ожидаем, что маржа по скорректированной EBITDA за 2015 будет выше аналогичного показателя 2014 года».

Развитие сети магазинов

В четвертом квартале 2015 года «Лента» открыла 18 гипермаркетов: 4 собственных магазина формата «стандарт» в Челябинске, Кемерово, Санкт-Петербурге и Сургуте; один арендованный гипермаркет формата «стандарт» в Нижнем Новгороде; 8 собственных магазинов формата «компакт» в Челябинске, Москве, Красноярске, Калуге, Оренбурге, Санкт-Петербурге, Уфе, Ханты-Мансийске; 4 арендованных гипермаркета формата «компакт» в Саранске, Туле, Ставрополе и Иркутске; один арендованный магазин формата «суперкомпакт» в Пензе. В этот же период Компания открыла один собственный супермаркет в Москве и первых четыре арендованных супермаркета в Санкт-Петербурге, увеличив тем самым общее количество магазинов в сети до 172 (140 гипермаркетов и 32 супермаркета).

«Лента» укрепила свои позиции во всех ключевых регионах присутствия – в Москве и Санкт-Петербурге, на Северо-Западе, в Центре и Поволжье, на Юге, Урале и в Сибири. На сегодняшний день самая большая доля сети приходится на Сибирь – около 20% от общей торговой площади Компании по состоянию на 31 декабря 2015 года. В декабре «Лента» открыла самый удаленный магазин сети – в Иркутске – расположенный примерно в 5 700 км от штаб-квартиры «Ленты» в Санкт-Петербурге. В четвертом квартале Компания вышла на рынки 6 новых городов и в настоящее время присутствует в 69⁴ городах. Из 32 новых гипермаркетов 13 магазинов были открыты в 7 городах-миллионниках. В отчетном квартале «Лента» увеличила торговую площадь на 101 425 кв.м. Общая торговая площадь на 31 декабря 2015 года составила 882 383 кв.м, что на 25,8% превышает аналогичный показатель 2014 года.

⁴ Согласно методологии подсчета городов присутствия, с 1 мая 2015 года «Лента» относит к Москве все магазины, расположенные на территории Москвы и Московской области, а к Санкт-Петербургу все магазины, расположенные на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области

	На 31 дек. 4 кв. 2015	На 31 дек. 4 кв. 2014	Изм.	Изм. (%)	На 31 дек. 2015	На 31 дек. 2014	Изм.	Изм. (%)
Количество магазинов	172	132	40	30,3%	172	132	40	30,3%
<i>Гипермаркеты</i>	140	108	32	29,6%	140	108	32	29,6%
<i>Супермаркеты</i>	32	24	8	33,3%	32	24	8	33,3%
Количество новых магазинов⁵	23	29	-6	-20,7%	40	45	-5	-11,1%
<i>Гипермаркеты</i>	18	21	-3	-14,3%	32	31	1	3,2%
<i>Супермаркеты</i>	5	8	-3	-37,5%	8	14	-6	-42,9%
Общая торговая площадь (кв.м.)	882 383	701 148	181 235	25,8%	882 383	701 148	181 235	25,8%
<i>Гипермаркеты</i>	848 872	674 587	174 285	25,8%	848 872	674 587	174 285	25,8%
<i>Супермаркеты</i>	33 511	26 561	6 950	26,2%	33 511	26 561	6 950	26,2%
Добавленная торговая площадь (кв.м.)⁴	101 425	131 348	-29 923	-22,8%	188 059	195 484	-7 425	-3,8%
<i>Гипермаркеты</i>	97 456	123 682	-26 226	-21,2%	18 324	180 747	577	0,3%
<i>Супермаркеты</i>	3 969	7 666	-3 697	-48,2%	6 735	14 737	-8 002	-54,3%

Изменение размера торговой площади

«Лента» произвела ряд изменений в компоновке ряда действующих гипермаркетов и супермаркетов, в результате чего торговая площадь Компании сократилась на 6 824 кв.м или на 0,8%. Таким образом, на 31 декабря 2015 года общая торговая площадь «Ленты» составляла 882 383 кв.м. Изменения были связаны с реконструкцией и переоборудованием магазинов, сдачей в аренду третьим лицам свободных торговых площадей или расширением собственного производства продуктов питания для увеличения уровня его централизации. В результате в некоторых магазинах торговая площадь сократилась, а в других была увеличена. Самые значительные преобразования были произведены в гипермаркете формата «стандарт» во Владимире (приобретен в декабре 2014 года), где торговая площадь была уменьшена и приведена в соответствие с форматом «Ленты» – с 9 058 кв.м до 6 252 кв.м. Все изменения размеров торговой площади отражены на сайте Компании по адресу <http://www.lentainvestor.com/en/about/lentas-geography/our-hypermarkets>, а также по ссылке <http://www.lentainvestor.com/en/about/lentas-geography/our-supermarket>.

	На 31 дек. 2015	% от общей торговой площади на 31 дек. 2015
Изменение размера торговой площади (кв.м)	-6 824	-0,8%
<i>Гипермаркеты</i>	-7 039	-0,8%
<i>Супермаркеты</i>	215	0,6%

⁵ В отчетном периоде.

Операционные показатели «Ленты»

Расширение торговых площадей и динамичный рост сопоставимых продаж позволили увеличить выручку в четвертом квартале 2015 года на 26,2%. Общая выручка Компании в четвертом квартале составила 75,1 млрд рублей по сравнению с 59,5 млрд рублей годом ранее.

В четвертом квартале «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 декабря 2015 года до 8,4 млн человек (+29% год-к-году), а доля транзакций, совершенных по карте лояльности, увеличилась до 92%.

Увеличение сопоставимых продаж на 6,1% в четвертом квартале было подкреплено ростом LFL трафика на 4,3% и ростом среднего чека на 1,8%. В то время как рост LFL трафика значительно превысил результат предыдущего квартала и первых девяти месяцев 2015 года, LFL корзина оказалась под давлением стабильно высокой инфляции (инфляция на полке в 4 квартале 2015 года составила 14,1% и осталась на уровне 3 квартала 2015 года) и снижения потребительских доходов. Негативное влияние на LFL корзину также оказало сокращение числа товаров в потребительской корзине, слабые продажи непродовольственных сезонных товаров в связи с аномально теплой погодой, негативные изменения в наборе товаров (сокращение средней цены за единицу товара), а также рост доли акционных товаров в продажах. Особенно ярко эти тенденции проявились в декабрьский предпраздничный период, когда покупатели традиционно приобретают большее количество товаров по более высоким ценам, но при этом имеют хорошие возможности сэкономить в цене и количестве товара по сравнению с другими периодами года.

Сопоставимые продажи в сегменте продовольственных товаров увеличились на 7,7%, в то время как рост продаж в непродовольственном сегменте остался отрицательным. Помимо того, что покупатели переключались на более дешевые товары, негативное влияние на динамику продаж в четвертом квартале 2015 года оказала и высокая база 2014 года, особенно второй половины ноября и декабря, когда покупатели активно делали «запасы» продовольственных продуктов долгого хранения и непродовольственных товаров на фоне резкого ослабления российского рубля.

Активное развитие «Ленты» привело к увеличению числа зрелых магазинов, входящих в расчет показателя сопоставимости (LFL). В четвертом квартале 2015 года 4 гипермаркета и 2 супермаркета 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. 2015	4 кв. 2015	4 кв. 2015	2015д	2015 год	2015 год
«Лента» всего (%)	6,1%	1,8%	4,3%	9,1%	5,0%	3,9%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>6,1%</i>	<i>1,9%</i>	<i>4,2%</i>	<i>9,0%</i>	<i>5,1%</i>	<i>3,7%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>7,7%</i>	<i>1,7%</i>	<i>5,9%</i>	<i>15,1%</i>	<i>6,8%</i>	<i>7,7%</i>

В четвертом квартале 2015 года средний чек в гипермаркетах сократился до 1 232 рублей (-0,7% в сравнении с четвертым кварталом 2014 года) на фоне смещения потребительского спроса на более доступные товары и рост популярности промо-акций. При этом LFL средний чек в гипермаркетах вырос на 1,9%. «Лента» отмечает значительный рост числа новых покупателей с более низким средним чеком, которые приходят на промо-акции. Лояльные покупатели так же увеличили частоту походов в магазин, но продолжают экономить на объеме приобретаемых товаров. Этот эффект особенно заметен в новых магазинах, которые пока не успели сформировать большую базу лояльных покупателей. Аналогичный тренд наблюдался в супермаркетах, где средний чек в четвертом квартале 2015 года снизился на 1,4% до 588 рублей, в то время как LFL средний чек показал рост на 1,7%.

Общий трафик покупателей в четвертом квартале 2015 года вырос на 27,6% в сравнении с аналогичным периодом 2014 года, в том числе на 26,5% в гипермаркетах и на 41,6% в супермаркетах. Супермаркеты и 8 гипермаркетов «Лента», работающих в Москве и Московской области вместе продолжают демонстрировать высокую динамику роста продаж – доля региона в общей выручке Компании увеличилась практически с нуля до 8,7% за последние два года.

	4 кв. 2015	4 кв. 2014	Изм.	Изм. (%)	2015 год	2014 год	Изм.	Изм. (%)
Выручка (рублей, млн)	75 113	59 542	15 571	26,2%	252 763	193 988	58 775	30,3%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>72 314</i>	<i>57 537</i>	<i>14 777</i>	<i>25,7%</i>	<i>242 916</i>	<i>188 481</i>	<i>54 435</i>	<i>28,9%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>2 799</i>	<i>2 005</i>	<i>794</i>	<i>39,6%</i>	<i>9 847</i>	<i>5 507</i>	<i>4 340</i>	<i>78,8%</i>
Средний чек (рублей)	1 184	1 197	-13	-1,1%	1 113	1 099	14	1,3%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>1 232</i>	<i>1 241</i>	<i>-8</i>	<i>-0,7%</i>	<i>1 158</i>	<i>1 132</i>	<i>26</i>	<i>2,3%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>588</i>	<i>596</i>	<i>-8</i>	<i>-1,4%</i>	<i>570</i>	<i>549</i>	<i>20</i>	<i>3,7%</i>
Трафик покупателей (млн)	63,5	49,8	13,7	27,6%	227,1	176,5	50,6	28,7%
<i>Гипермаркеты</i>	<i>58,7</i>	<i>46,4</i>	<i>12,3</i>	<i>26,5%</i>	<i>209,8</i>	<i>166,4</i>	<i>43,3</i>	<i>26,0%</i>
<i>Супермаркеты</i>	<i>4,8</i>	<i>3,4</i>	<i>1,4</i>	<i>41,6%</i>	<i>17,3</i>	<i>10,0</i>	<i>7,3</i>	<i>72,4%</i>

Прогноз

«Лента» подтверждает прогноз по открытию 40 новых гипермаркетов в 2016 году, что значительно превышает число гипермаркетов, когда-либо открытых Компанией в течение одного года. «Лента» ожидает сохранить такую динамику открытия магазинов и, возможно, превысить ее в 2017 году и в дальнейшем.

«Лента» ожидает, что в результате активного развития сети в 2015 году и дальнейшего наращивания темпов развития бизнеса, Компания значительно превысит свою первоначальную цель удвоить общую торговую площадь в течение трех лет до декабря 2016 года.

Прогноз по открытию супермаркетов, а также капитальным затратам на 2016 год будет озвучен после объявления финансовых результатов за 2015 год.

Учитывая текущую высокую волатильность потребительского сектора и макроэкономических показателей, Компания не будет давать прогноз по росту выручки на 2016 год.

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 140 гипермаркетами в 69 городах по всей России и 32 супермаркетами в Москве и Санкт-Петербурге с общей торговой площадью около 882 383 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 6 100 кв.м, средняя площадь супермаркета – 1 000 кв.м. Компания оперирует шестью собственными 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 2015 г. штат Компании составлял около 38 414 человек⁶.

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 по ссылке.

⁶ В эквиваленте полных штатных единиц (full-time equivalent, FTE). Средний показатель FTE за 2015 год составил 31 307 сотрудников.

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

Citigate

Международные СМИ:
Дэвид Вестовер и Марина Захарова
Тел.: + 44 207 282 1079
E-mail: David.westover@citigatedr.co.uk

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

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

Заявления прогнозного характера

Этот документ содержит заявления, которые являются или могут считаться «прогноznыми заявлениями». Эти прогнозньe заявления можно определить по тому факту, что они не относятся только к прошедшим или настоящим событиям. Эти прогнозньe заявления можно определить по использованию таких слов, как «ожидает», «планирует», «оценивает», «намеревается», «рассчитывает», «намечает», «предполагает» и других аналогичных слов. По своему характеру, прогнозньe 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 прогнозньих заявлениях. Все прогнозньe 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 прогнозньих 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.