



# Презентация для инвесторов за 2022 год

Март 2023

# 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.



# «ЛЕНТА» СЕГОДНЯ

ЛЕНТА ЗАНИМАЕТ ВЫГОДНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ, ЧТОБЫ СТАТЬ ЛИДЕРОМ РОСТА НА СЛЕДУЮЩЕМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ



**Крупнейшая сеть**  
гипермаркетов в  
России\*



Федеральный охват в  
**200+** населенных  
пунктах



**26+** миллионов  
Лояльных покупателей



**98%** выручки от  
покупок с  
использованием карты  
лояльности



**109%**  
взрывной рост онлайн-  
продаж  
(за 2022 г.)



**600+** магазинов,  
подключенных к Лента  
Онлайн



**11,6** миллионов  
активных пользователей  
приложения Lenta.App\*\*



**15**  
Онлайн Партнеров



\* По показателю общих розничных продаж  
\*\* Аудитория приложения в 4 кв. 2022 г.

# ФЕДЕРАЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ

Санкт-Петербург и Ленинградская обл.

40 ГМ

122 МФ

Москва и Московская обл.

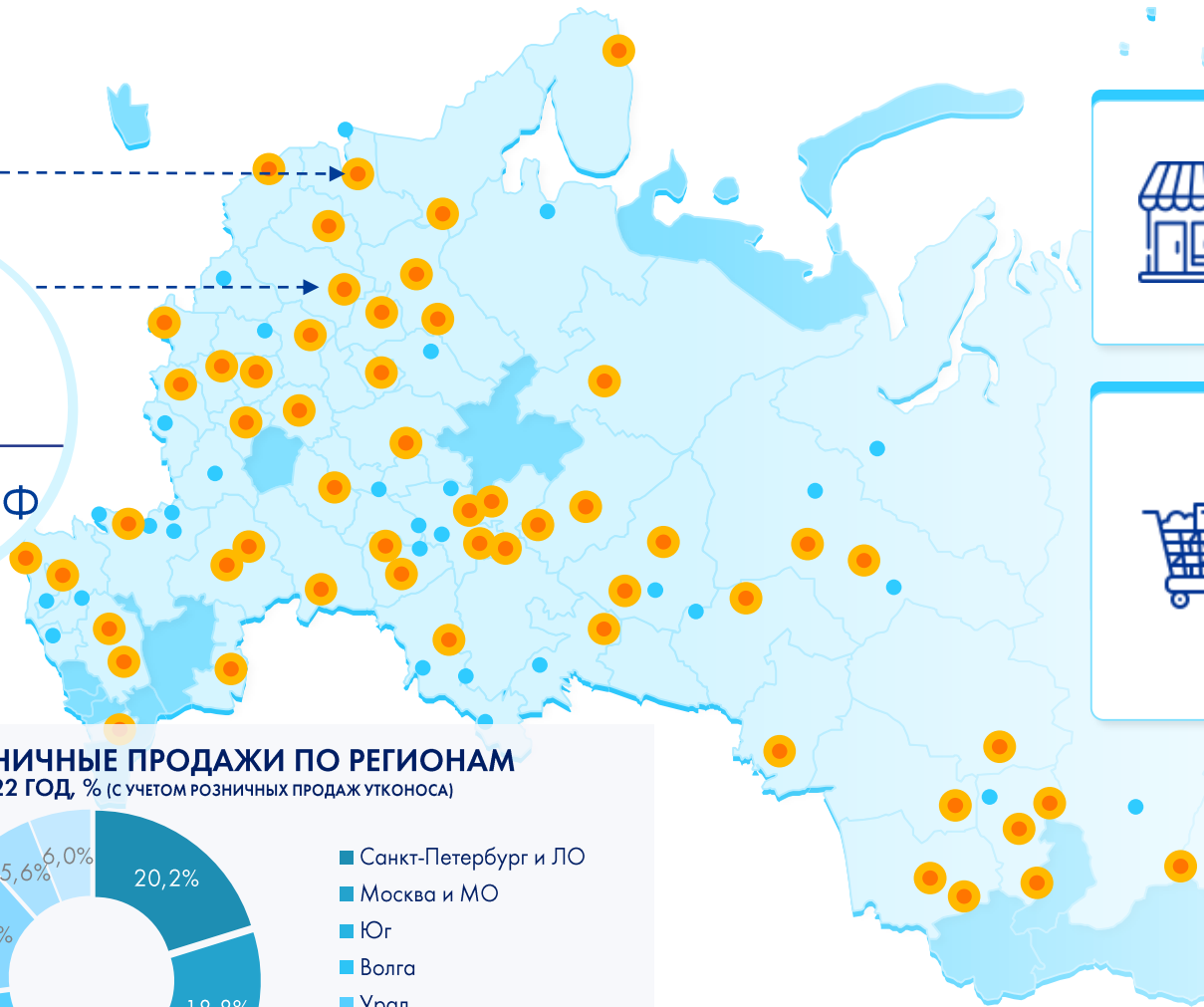
27 ГМ

274 МФ

Регионы

192 ГМ

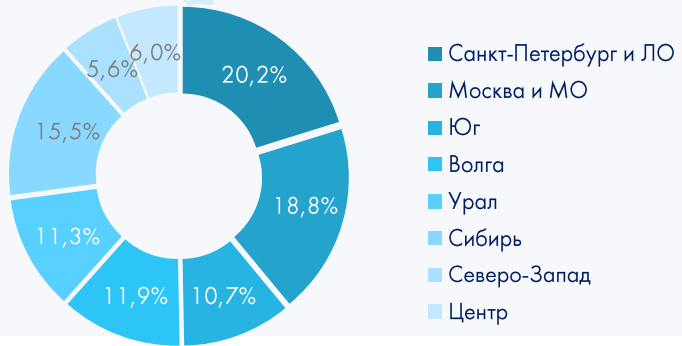
165 МФ



259 гипермаркетов в 100+ городах России

561 супермаркет и магазин у дома в Санкт-Петербурге, Москве, на Урале и в Центральных регионах России

РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ ПО РЕГИОНАМ ЗА 2022 ГОД, % (с учетом розничных продаж утконоса)



# НАША СТРАТЕГИЯ



# НАША СТРАТЕГИЯ ПРОСТА: УДВОИТЬ БИЗНЕС С САМОЙ ВЫСОКОЙ ПРИБЫЛЬНОСТЬЮ НА РЫНКЕ

ВДВОЕ УВЕЛИЧИТЬ ВЫРУЧКУ 2020 Г. ЗА СЧЕТ БЛИЗОСТИ К ПОКУПАТЕЛЮ

01



## Основной бизнес - ГМ

- LFL выше инфляции через улучшенное предложение, опыт и персонализацию
- Растущая доля рынка
- Потенциальная трансформация в гибридные магазины/дарксторы

02



## Экспансия

- ~1.5 млн м2 в основном за счет СМ и магазинов у дома

## Как?

- Органический рост в регионах с высокой долей рынка и лояльностью к бренду
- Значительные М&А в других регионах

03



## Online

- Более 10% доля рынка в 2025
- Федеральное присутствие
- Покрытие всех покупательских миссий
- Партнерства с маркетплейсами

04



## EBITDA

- Определен план по постоянному повышению операционной эффективности

**+ 550 МЛРД РУБ ВЫРУЧКИ**

**>8%**

# МЫ ПЛАНИРУЕМ УДВОИТЬ БИЗНЕС В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ, НАША ЦЕЛЬ - СТАТЬ ЧЕМПИОНАМИ



Улучшить текущее предложение основного бизнеса



Стать ближе к клиенту



Чемпионское предложение



Великолепный клиентский опыт



Лучшая индивидуализация



Рост в малых форматах СМ и Лента Мини



Развитие онлайн

НЕПРЕРЫВНОЕ УЛУЧШЕНИЕ

# НАШИ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ 2025

## Рост



Удвоить выручку до  
1 триллиона рублей

## Прибыльность



Удерживать позиции  
самого прибыльного  
ритейлера в России

## Конкурен- тоспособность



Стать игроком #1 или  
#2 на рынках или в  
сегментах присутствия  
«Ленты»

## Возврат на инвестиции



Достичь ведущего в  
секторе уровня  
совокупной доходности  
акционеров (TSR)



# Стратегический апдейт



# МЫ ХОТИМ БЫТЬ БЛИЖЕ К ПОТРЕБИТЕЛЮ, ПОЭТОМУ БУДЕМ РАЗВИВАТЬ НАШИ МАЛЫЕ ФОРМАТЫ И ОНЛАЙН

Покупательские миссии									
Большая запланированная покупка на ближайшее время									
Небольшая закупка продуктов питания Dry & Fresh									
Покупка свежих продуктов, чтобы съесть сразу (snack)									
Пополнение свежих продуктов в ближайшем магазине									
Большая плановая покупка на длительный срок									
Быстрая/спонтанная покупка Dry (домой)									
Быстрая спонтанная покупка Dry (съесть сразу)									
Плановая закупка Non-food (durables)									
Плановая закупка Non-food (near food)									

ГМ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
СМ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Магазины у дома	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Online	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓



Основной фокус



Вторичный фокус



Количество магазинов	259
<b>Основные параметры<sup>1</sup></b>	
Средняя торговая площадь, кв. м	5 500
Количество SKUs	15 – 30 тыс.
Доля собственных торговых площадей	77,5%
Доля непродовольственных товаров в продажах	22,2%
Доля СТМ в продажах	17,5%

## Основной фокус



Большая плановая покупка на ближайшее время



Большая плановая покупка на длительный срок



Плановая закупка Non-food (durables)



Плановая закупка Non-food (near food)

- Небольшая закупка продуктов питания Dry & Fresh
- Покупка свежих товаров, чтобы съесть сразу (snack)
- Пополнение свежих товаров в ближайшем магазине
- Быстрая/спонтанная покупка DRY (домой)
- Быстрая/спонтанная покупка DRY (съесть сразу)

Основной фокус

Вторичный фокус

Количество магазинов	341
Основные параметры <sup>1</sup>	
Средняя торговая площадь, кв. м	850
Количество SKUs	4,6 – 12 тыс.
Доля собственных торговых площадей	20,8%
Доля непродовольственных товаров в продажах	9,0%
Доля СТМ в продажах	13,1%

## Основной фокус



Небольшая закупка продуктов питания Dry & Fresh



Большая плановая покупка на ближайшее время



Большая плановая покупка на длительный срок

- Покупка свежих товаров, чтобы съесть сразу (snack)
- Пополнение свежих товаров в ближайшем магазине
- Быстрая/спонтанная покупка DRY (домой)
- Быстрая/спонтанная покупка DRY (съесть сразу)
- Плановая закупка non-food (durables)

Основной фокус

Вторичный фокус

# Магазины у дома

Количество магазинов	220
Основные параметры <sup>1</sup>	
Средняя торговая площадь, кв. м	450
Количество SKUs	3,5 – 6,8 тыс.
Доля собственных торговых площадей	4,9%
Доля непродовольственных товаров в продажах	10,6%
Доля СТМ в продажах	18,6%

## Основной фокус



Небольшая закупка продуктов питания Dry & Fresh



Покупка свежих продуктов, чтобы съесть сразу (snack)



Пополнение свежих продуктов в ближайшем магазине



Быстрая / спонтанная покупка Dry (домой)



Быстрая / спонтанная покупка Dry (съесть сразу)



Большая плановая покупка на ближайшее время

Основной фокус

Вторичный фокус

# Результаты 2022 года





# ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2022 ГОД



105

Новых магазинов  
(gross)



1,9%

Рост торговой  
площади г-к-г



11,1%

Рост продаж  
г-к-г\*\*



11,4%

Рост розничных  
продаж г-к-г\*\*



56,7%

Рост продаж в  
магазинах малых  
форматов г-к-г



2,3

Рост LFL выручки  
г-к-г\*



109%

Рост онлайн  
продаж г-к-г\*\*



72%

Рост  
количества  
онлайн-  
заказов г-к-г\*\*



\*Сопоставимые результаты включают результаты магазинов сети «Билла» с сентября и результаты магазинов сети «Семья» с октября 2022 года  
\*\* С учетом результатов «Утконоса» с 1 февраля 2022 г.

# Операционные результаты 2022 года

Количество магазинов

**259**

Гипермаркетов  
(1 магазин открыт в 2022 году)

**561**

Магазин малых форматов  
(62 магазина открыто,  
net за 2022)

Торговая площадь

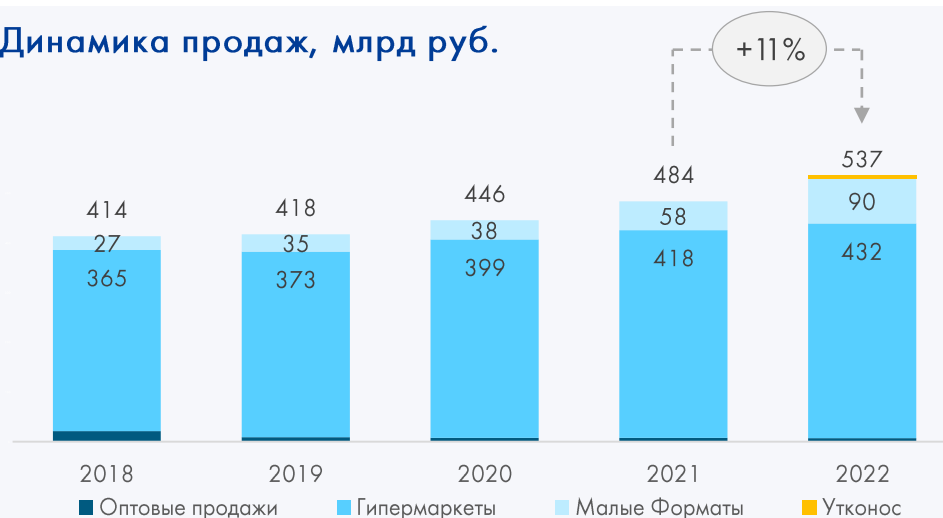
**1 416 кв. м**

Гипермаркеты  
(0,4% рост г-к-г)

**372 кв. м**

Магазины малых форматов  
(8,1% рост г-к-г\*)

Динамика продаж, млрд руб.



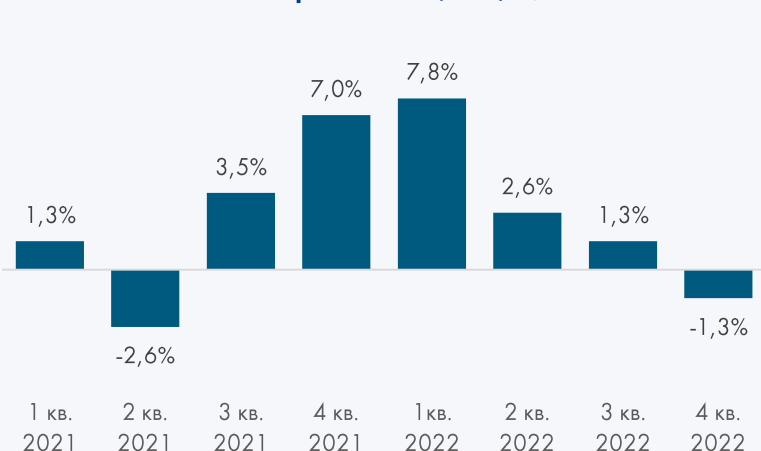
**-3,8%**

Динамика среднего чека, г-к-г

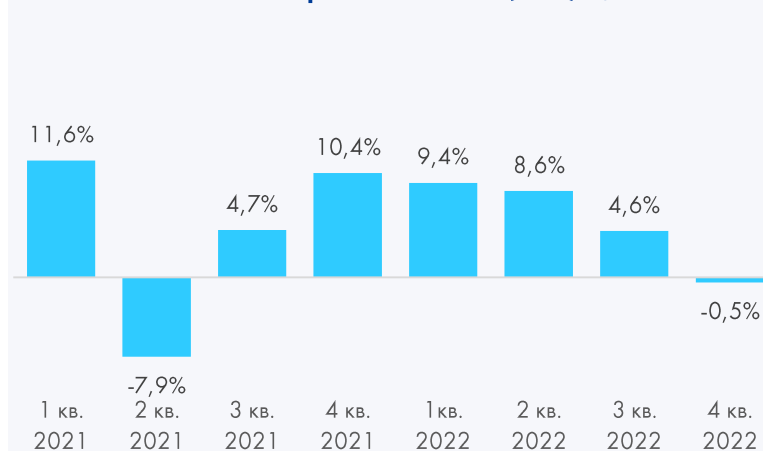
**15,8%**

Динамика количества чеков, г-к-г

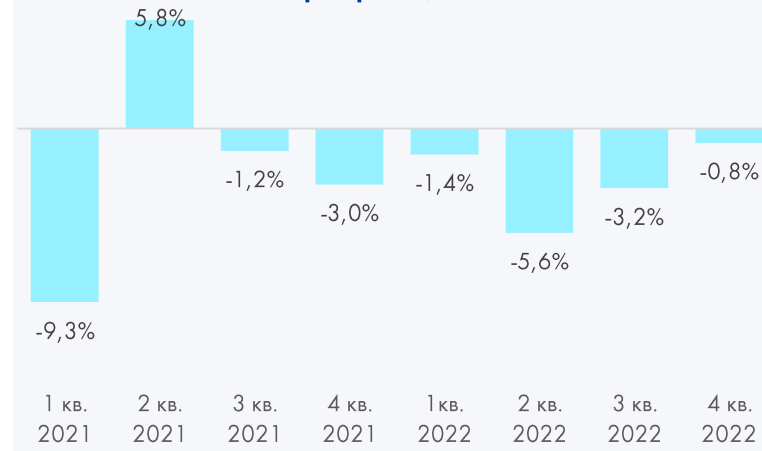
Сопоставимые продажи (LFL)\*, Δ% г-к-г



Сопоставимый средний чек (LFL)\*, Δ% г-к-г



Сопоставимый трафик (LFL)\*, Δ% г-к-г



\* Сопоставимые результаты включают результаты магазинов сети «Билла» с сентября и результаты магазинов сети «Семья» с октября 2022 года



# Логистические возможности



14

Распределительных центров (РЦ)



453 тыс. кв. м

Площадь распределительных центров



81%

Доля собственных площадей



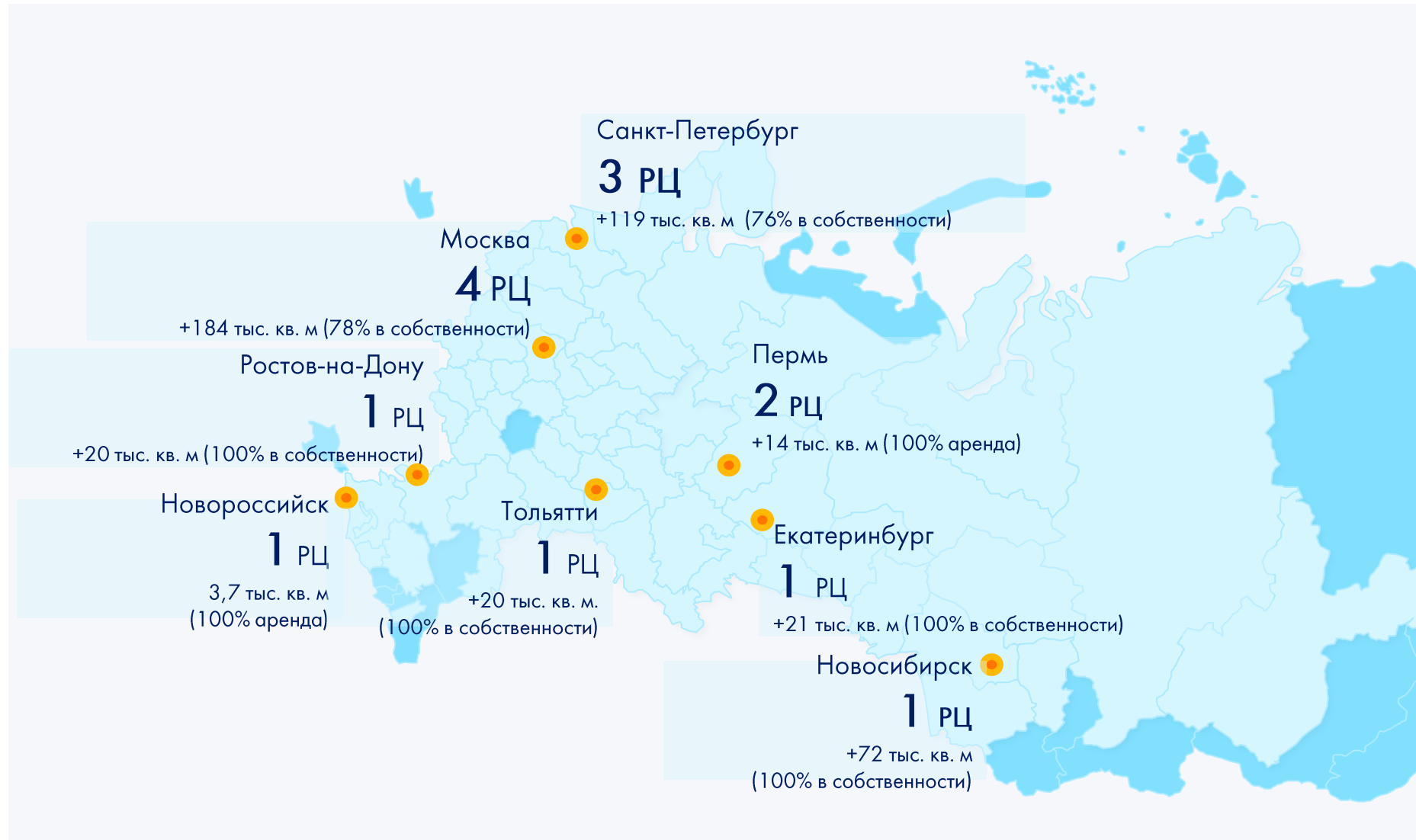
415

Собственные грузовые автомобили\*



71,4%

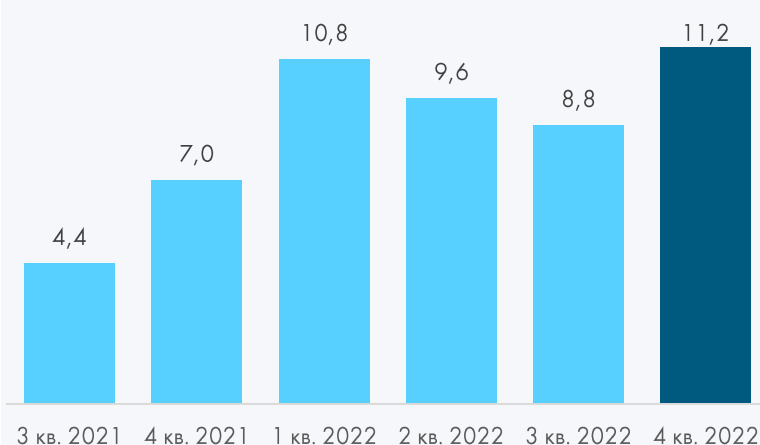
Уровень централизации



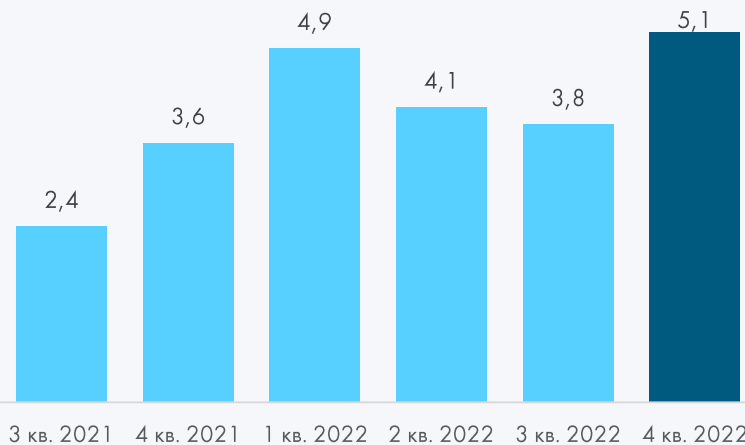
\*Без учета автомобилей, используемых сервисом Утконос

# Результаты Онлайн<sup>1</sup>

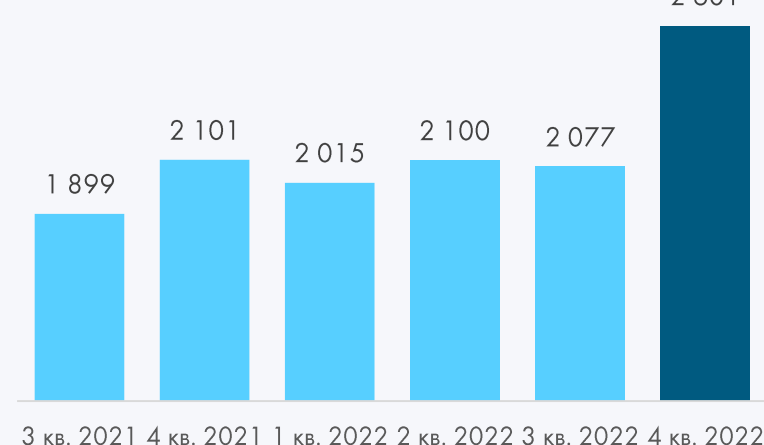
Онлайн-выручка, млрд руб.



Онлайн заказы, млн



Средний чек в Лента-Онлайн, руб.



## Структура онлайн-продаж<sup>2</sup>

30%

Доля продаж через онлайн-партнеров

51%

Доля продаж Лента-Онлайн (вкл. Click & Collect)

19%

Доля продаж Утконоса

## Уникальная комбинация активов, позволяющая стать чемпионом Онлайн-ритейла



Широкое географическое покрытие

**259** гипермаркетов

трансформируемых в гибридные магазины или дарксторы



Сильные коммерческие условия

- Широкий ассортимент с хорошими условиями закупок
- Отличный выбор более чем 35k SKUs
- Уникальное предложение лучших товаров СТМ



Значительный трафик посетителей онлайн<sup>3</sup>

- 64 млн жителей в зоне обслуживания
- 26+ млн активированных карт лояльности



1. Результаты Онлайн включают результаты Утконоса с даты консолидации бизнеса (1 февраля 2022 г.)

2. За 2022 год

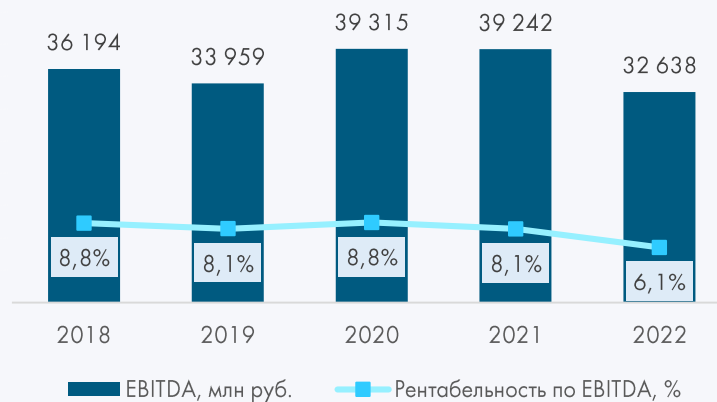
3. На 31 декабря 2022 г.

# Финансовые результаты за 2022 год, IAS 17

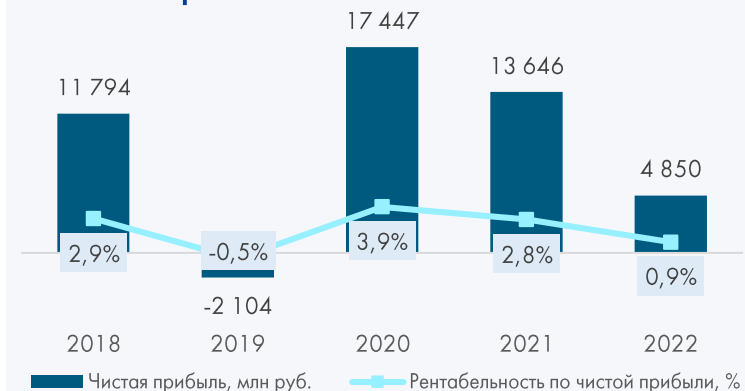
## Валовая прибыль и валовая маржа



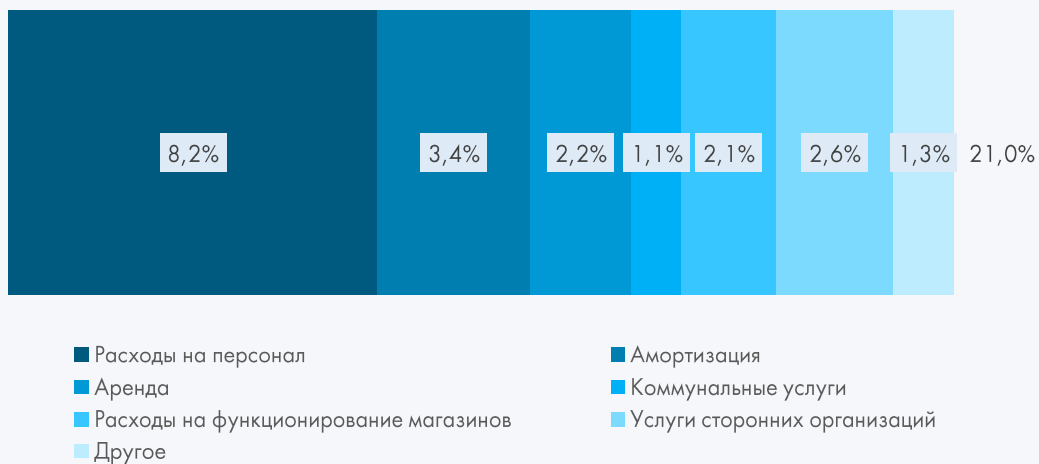
## EBITDA и рентабельность по EBITDA



## Чистая прибыль и рентабельность по чистой прибыли



## SG&A в % от выручки



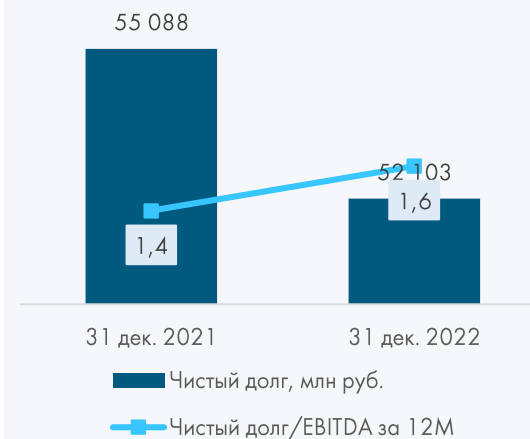
## CapEx

11,0 млрд руб.

+17,8% рост г-к-г

Расходы на интеграцию магазинов «Билла» и «Семья» и онлайн бизнеса «Утконос», а также поддерживающий Capex

## Финансовое положение



# Дивиденды

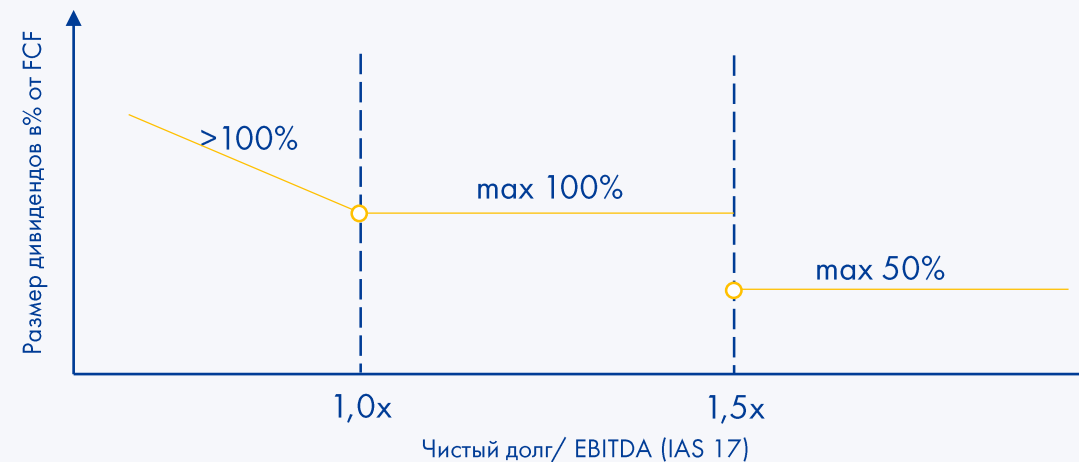
## Основные принципы дивидендной политики:

- Компания стремится выплачивать дивиденды ежегодно, при этом могут выплачиваться и промежуточные дивиденды при условии, что текущее финансовое положение Компании является стабильным;
- средняя сумма дивидендов по результатам календарного года не должна быть выше 100% размера свободного денежного потока (FCF) Компании и ее дочерних компаний, рассчитанного на основе консолидированной финансовой отчетности, составленной в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, полученного за соответствующий отчетный период, при условии что коэффициент «чистый долг/EBITDA», рассчитанный по Консолидированной финансовой отчетности (IAS 17), будет находиться ниже значения 1,5x, при этом Компания может делать корректировку на сезонные колебания оборотного капитала;
- если коэффициент «чистый долг/EBITDA» будет находиться ниже значения 1,0x, то размер выплаченных дивидендов может превысить 100% размера свободного денежного потока Компании;
- при условии роста коэффициента «чистый долг/EBITDA» выше значения 1,5x Компания может перейти к дивидендной политике, предполагающей выплату дивидендов, средняя сумма которых по результатам календарного года не должна быть выше 50% размера свободного денежного потока, за соответствующий отчетный период, до тех пор, пока значение коэффициента «чистый долг/EBITDA» не уменьшится до 1,5x или ниже.

## Стратегические приоритеты Ленты по распределению капитала

- 01.** Поддержание «здорового» уровня финансового левереджа: долгосрочная цель — 1,5x
- 02.** Инвестирование в прибыльный рост продаж в действующих магазинах, органический и неорганический рост
  - Улучшение существующих магазинов
  - Открытие новых магазинов и развитие онлайн-бизнеса
  - Консолидация рынка (M&A)
- 03.** Распределение дивидендов

## Принцип определения размера дивидендных выплат





# Квартальные операционные результаты

	2020	1 кв. 2021	2 кв. 2021	3 кв. 2021	4 кв. 2021	2021	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022
<b>Выручка, млрд руб.</b>	<b>445,5</b>	<b>107,3</b>	<b>110,8</b>	<b>118,2</b>	<b>147,3</b>	<b>483,6</b>	<b>132,4</b>	<b>130,1</b>	<b>126,8</b>	<b>148,2</b>	<b>537,4</b>
Розничная выручка	437,5	105,9	109,0	116,1	144,8	475,8	130,6	128,7	125,1	145,8	530,2
Гипермаркеты	399,3	96,2	99,5	99,7	122,7	418,1	105,6	102,7	101,9	121,7	431,9
Малые форматы	38,2	9,7	9,6	16,3	22,2	57,7	22,8	23,5	21,2	23,0	90,5
Утконос	-	-	-	-	-	0,0	2,2	2,6	2,0	1,1	7,9
Оптовые продажи	8,1	1,4	1,7	2,2	2,5	7,9	1,8	1,4	1,7	2,3	7,2
<b>Количество магазинов</b>	<b>393</b>	<b>394</b>	<b>406</b>	<b>674</b>	<b>757</b>	<b>757</b>	<b>795</b>	<b>809</b>	<b>811</b>	<b>820</b>	<b>820</b>
Гипермаркеты	254	254	255	259	258	258	258	258	258	259	259
Малые форматы	139	140	151	415	499	499	537	551	553	561	561
<b>Торговая площадь, тыс. кв. м</b>	<b>1 519</b>	<b>1 522</b>	<b>1 529</b>	<b>1 725,8</b>	<b>1 755,0</b>	<b>1 755,0</b>	<b>1 772,4</b>	<b>1 778,7</b>	<b>1 780,3</b>	<b>1 788,2</b>	<b>1 788,2</b>
Гипермаркеты	1 401	1 404	1 407	1 415,8	1 410,6	1 410,6	1 410,6	1 410,6	1 410,6	1 415,8	1 415,8
Малые форматы	118	118	122	310,0	344,4	344,4	361,8	368,1	369,8	372,4	372,4
<b>LFL продажи</b>	<b>5,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>-2,6%</b>	<b>3,5%</b>	<b>7,0%</b>	<b>2,4%</b>	<b>7,8%</b>	<b>2,6%</b>	<b>1,3%</b>	<b>-1,3%</b>	<b>2,3%</b>
Гипермаркеты	5,1%	1,9%	-2,3%	4,2%	7,9%	3,1%	8,6%	2,5%	2,3%	-0,4%	3,0%
Малые форматы	9,5%	-5,0%	-5,7%	-4,0%	-2,8%	-4,3%	-0,1%	2,9%	-6,8%	-6,2%	-3,6%
<b>LFL трафик</b>	<b>-5,5%</b>	<b>-9,3%</b>	<b>5,8%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-2,1%</b>	<b>-1,4%</b>	<b>-5,6%</b>	<b>-3,2%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-2,6%</b>
Гипермаркеты	-5,8%	-8,1%	5,4%	-0,4%	-2,3%	-1,5%	-1,0%	-6,1%	-3,1%	-0,1%	-2,6%
Малые форматы	-3,9%	-14,7%	7,7%	-5,0%	-6,3%	-5,0%	-3,6%	-3,0%	-3,2%	-2,2%	-2,8%
<b>LFL средний чек</b>	<b>11,6%</b>	<b>11,6%</b>	<b>-7,9%</b>	<b>4,7%</b>	<b>10,4%</b>	<b>4,7%</b>	<b>9,4%</b>	<b>8,6%</b>	<b>4,6%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>5,0%</b>
Гипермаркеты	11,6%	10,9%	-7,3%	4,6%	10,5%	4,6%	9,7%	9,2%	5,6%	-0,4%	5,7%
Малые форматы	14,0%	11,3%	-12,4%	1,1%	3,7%	0,8%	3,6%	6,1%	-3,7%	-4,1%	-0,8%



# Отчет о финансовом положении (IFRS 16)

Активы, млн руб.	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020	Капитал и обязательства, млн руб.	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2020
<b>Внеоборотные активы</b>				<b>Капитал</b>	<b>130 005</b>	<b>106,961</b>	<b>94 481</b>
Основные средства	170 963	170 370	163 901	<b>Долгосрочные обязательства</b>			
Активы в форме права пользования	50 667	59 720	33 771	Долгосрочные кредиты и займы	26 968	66 912	45 941
Нематериальные активы	5 369	3 064	2 581	Долгосрочные обязательства по аренде	47 019	54 150	31 327
Прочие внеоборотные активы	9 428	9 126	1 003	Прочие долгосрочные обязательства	3 161	7 989	6 523
<b>Итого внеоборотные активы</b>	<b>236 426</b>	<b>242 281</b>	<b>201 256</b>	<b>Итого долгосрочные обязательства</b>	<b>77 148</b>	<b>129 051</b>	<b>83 791</b>
<b>Оборотные активы</b>				<b>Краткосрочные обязательства</b>			
Запасы	57 681	51 353	42 072	Торговая и прочая кредиторская задолженность	74 447	74 031	61 466
Торговая и прочая дебиторская задолженность	9 695	13 125	10 903	Краткосрочные кредиты и займы, краткосрочная часть долгосрочных кредитов и займов	54 155	21 502	33 011
Авансы выданные	6 607	2 903	1 754	Краткосрочные обязательства по аренде	6 131	6 398	3 114
Денежные средства и их эквиваленты	29 020	33 326	21 809	Прочие краткосрочные обязательства	5 676	5 345	2 598
Прочие оборотные активы	8 133	300	668	<b>Итого краткосрочные обязательства</b>	<b>140 409</b>	<b>107 276</b>	<b>100 189</b>
<b>Итого оборотные активы</b>	<b>111 136</b>	<b>101 007</b>	<b>77 205</b>	<b>Итого обязательства</b>	<b>217 557</b>	<b>236 327</b>	<b>183 980</b>
<b>Итого активы</b>	<b>347 562</b>	<b>343 288</b>	<b>278 461</b>	<b>Итого капитал и обязательства</b>	<b>347 562</b>	<b>343 288</b>	<b>278 461</b>



# Отчет о совокупном доходе

млн руб.	IFRS 16			IAS 17		
	2022	2021	Изменение	2022	2021	Изменение
<b>Выручка</b>	<b>537 401</b>	<b>483 641</b>	<b>11,1%</b>	<b>537 401</b>	<b>483 641</b>	<b>11,1%</b>
Валовая прибыль	121 204	111 361	8,8%	120 739	111 107	8,7%
<i>Валовая маржа, %</i>	<i>22,6%</i>	<i>23,0%</i>	<i>-47 б.п.</i>	<i>22,5%</i>	<i>23,0%</i>	<i>-51 б.п.</i>
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	-110 264	-91 447	20,6%	-112 987	-93 066	21,4%
<i>Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы в % от Выручки</i>	<i>-20,5%</i>	<i>-18,9%</i>	<i>-161 б.п.</i>	<i>-21,0%</i>	<i>-19,2%</i>	<i>-178 б.п.</i>
<b>EBITDA</b>	<b>43 665</b>	<b>46 885</b>	<b>-6,9%</b>	<b>32 638</b>	<b>39 242</b>	<b>-16,8%</b>
<i>Рентабельность EBITDA</i>	<i>8,1%</i>	<i>9,7%</i>	<i>-157 б.п.</i>	<i>6,1%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-204 б.п.</i>
Операционная прибыль	15 412	25 422	-39,4%	12 082	23 348	48,3%
<i>Рентабельность операционной прибыли</i>	<i>2,9%</i>	<i>5,3%</i>	<i>-239 б.п.</i>	<i>2,2%</i>	<i>4,8%</i>	<i>258 б.п.</i>
Чистые процентные расходы	-10 017	-8 428	18,9%	-4 924	-4 923	0,0%
Чисты расходы от курсовой разницы	162	-524	-	-52	-497	-89,5%
<b>Прибыль до налогообложения</b>	<b>5 557</b>	<b>16 470</b>	<b>-66,3%</b>	<b>7 106</b>	<b>17 928</b>	<b>-60,4%</b>
<b>Чистая прибыль</b>	<b>3 611</b>	<b>12 480</b>	<b>-71,1%</b>	<b>4 850</b>	<b>13 646</b>	<b>-64,5%</b>
<i>Рентабельность чистой прибыли</i>	<i>0,7%</i>	<i>2,6%</i>	<i>-191 б.п.</i>	<i>0,9%</i>	<i>2,8%</i>	<i>-192 б.п.</i>





# Отчет о движении денежных средств

млн руб.	IFRS 16			IAS 17		
	2022	2021	Изменение	2022	2021	Изменение
<b>Прибыль до налога на прибыль</b>	5 557	16 470	-66.3%	7 106	17 928	-60.4%
Чистые корректировки по потерям от реализации активов, обесценения, амортизации и др.	37 879	30 650	26.3%	25 445	21 572	18.0%
Изменения в оборотном капитале	-2 736	23.19	-	-2 834	2 076	-
<b>Денежные средства от операционной деятельности</b>	<b>40 700</b>	<b>49 439</b>	<b>-17.7%</b>	<b>29 717</b>	<b>41 576</b>	<b>-28.5%</b>
Чистые уплаченные проценты и платежи по налогу на прибыль	-14 633	-11 560	26.6%	-9 511	-7 991	19.0%
<b>Чистые денежные средства от операционной деятельности</b>	<b>26 067</b>	<b>37 879</b>	<b>-31.2%</b>	<b>20 206</b>	<b>33 585</b>	<b>-39.8%</b>
Чистые денежные средства использованные в инвестиционной деятельности	-17 252	-30 779	-43.9%	-17 290	-30 815	-43.9%
Чистые денежные средства, (использованные в) / полученные от финансовой деятельности	-12 967	4 888	-365.3%	-7 068	9 218	-176.7%
Эффект курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	-155	-471	-67.1%	-155	-471	-67.1%
<b>Чистый прирост / (уменьшение) денежных средств и эквивалентов</b>	<b>-4 307</b>	<b>11 517</b>	<b>-137.4%</b>	<b>-4 307</b>	<b>11 517</b>	<b>-137.4%</b>

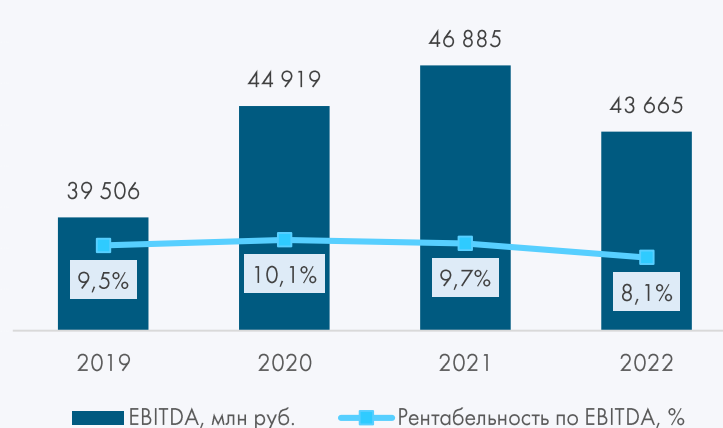


# Финансовые результаты за 2022 год, IFRS 16

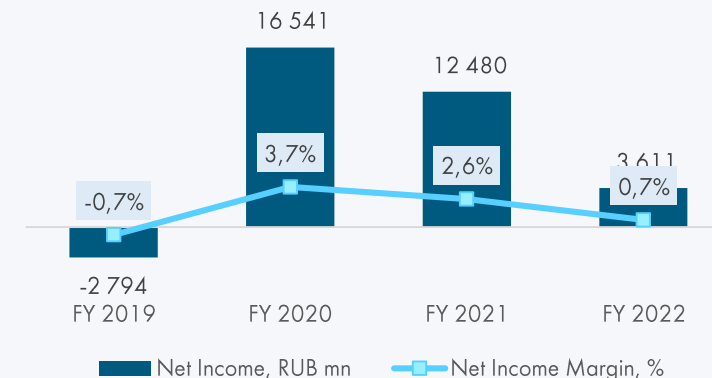
## Валовая прибыль и валовая маржа



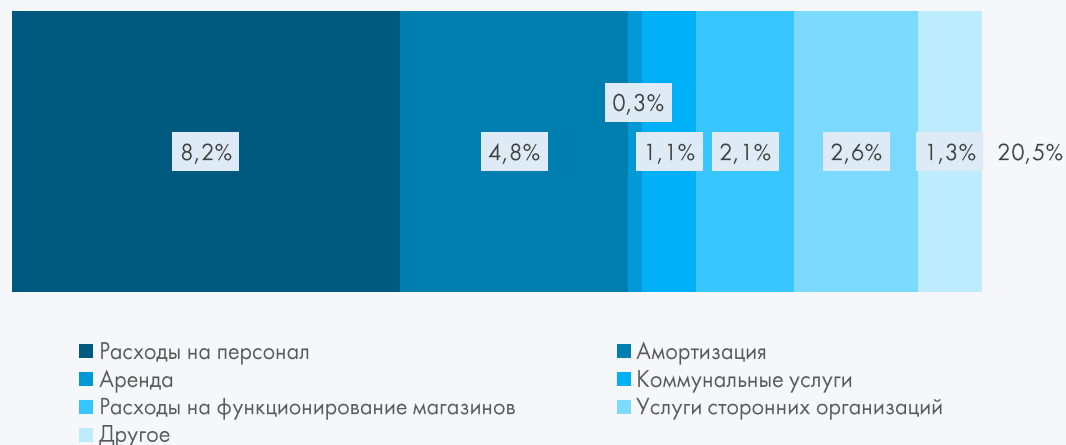
## EBITDA и рентабельность по EBITDA



## Чистая прибыль и рентабельность по чистой прибыли



## SG&A в % от продаж



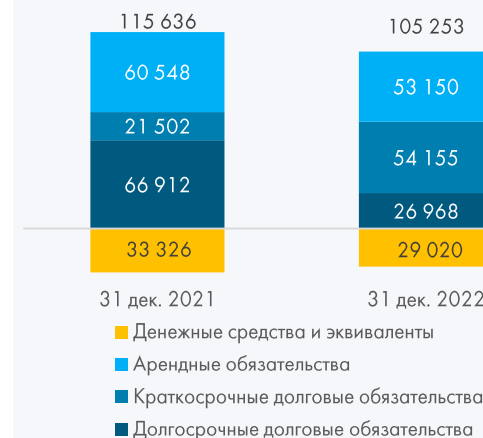
## CapEx

**10,8 млрд руб.**

**+15,8% рост г-к-г**

Расходы на интеграцию магазинов «Билла» и «Семья» и онлайн бизнеса «Утконос», а также поддерживающий Capex

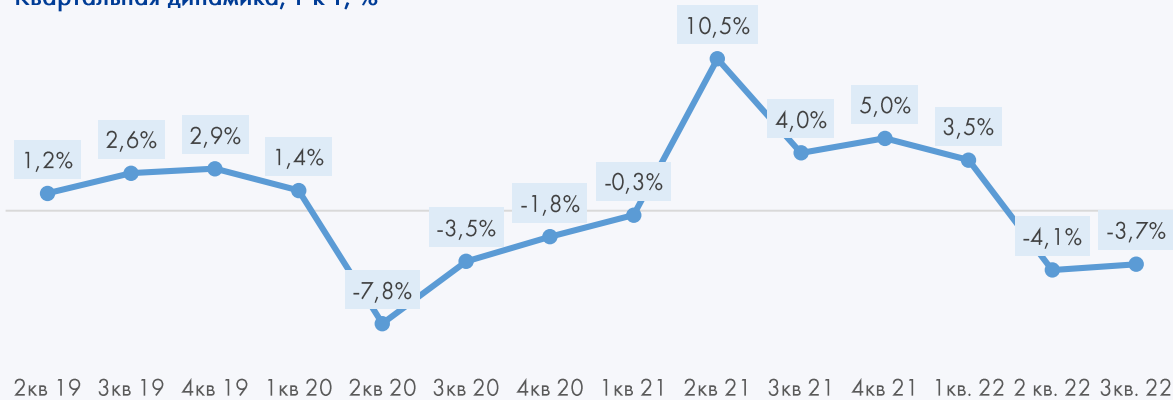
## Финансовое положение



# Динамика макроэкономических показателей

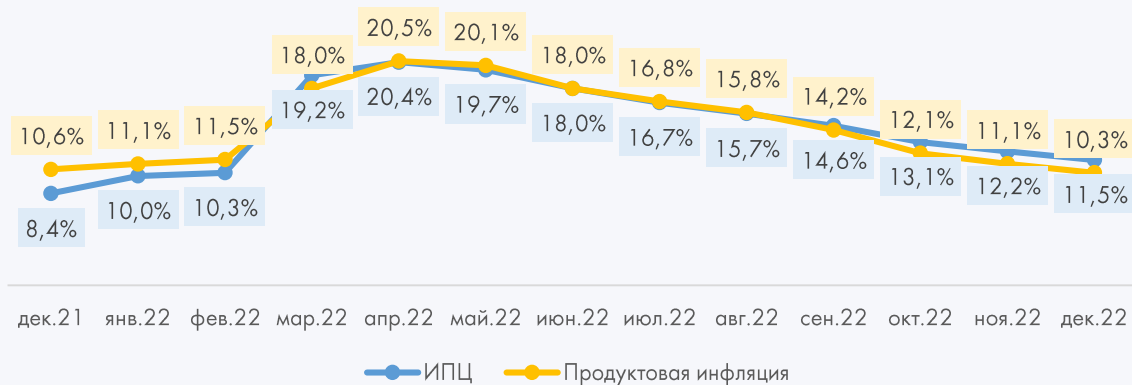
## РЕАЛЬНЫЙ ВВП\*

Квартальная динамика, г-к-г, %



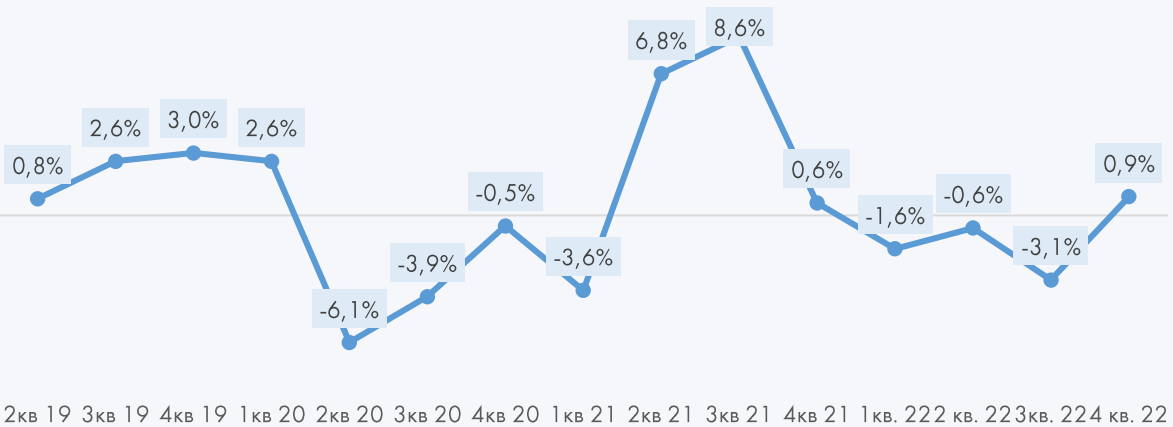
## ИПЦ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ИНФЛЯЦИЯ

Месячная динамика, г-к-г, %



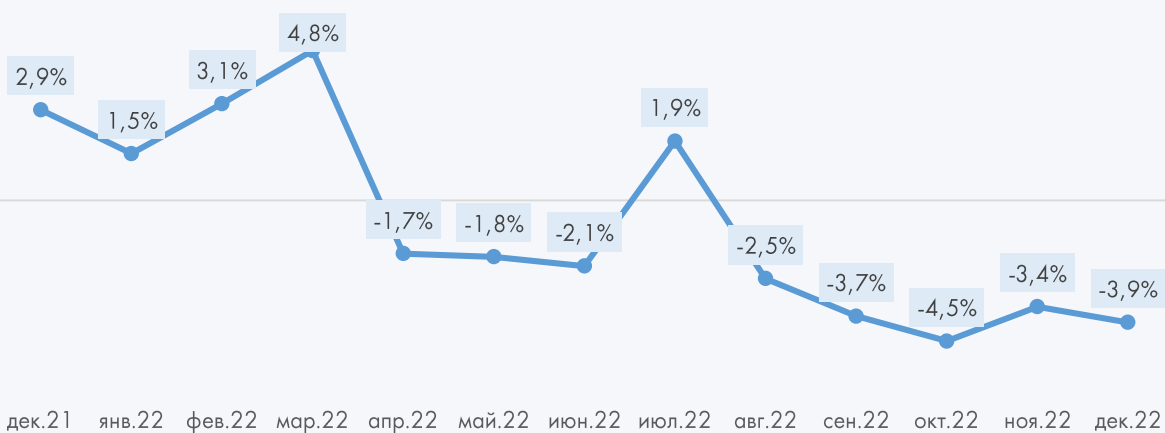
## РЕАЛЬНЫЕ РАСПОЛАГАЕМЫЕ РАСХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ

Квартальная динамика, г-к-г, %



## ИНДЕКС ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (FOOD)

Месячная динамика, г-к-г, %



\* Индексы физического объема валового внутреннего продукта



# Татьяна Власова

Директор по взаимодействию с инвесторами

[tatyana.vlasova@lenta.com](mailto:tatyana.vlasova@lenta.com)

Санкт-Петербург,  
ул. Савушкина,  
д. 112, лит. Б