

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПО ИТОГАМ I КВАРТАЛА 2012 ГОДА⁽¹⁾:

Москва, 11 апреля 2012 года - X5 Retail Group N.V. («X5» и/или «Компания»), крупнейшая в России розничная компания по объемам продаж (тикер на Лондонской фондовой бирже: «FIVE»), объявляет предварительные результаты по розничной выручке и операционные результаты по итогам первого квартала 2012 года.

Основные показатели I квартала 2012 г.

- Консолидированная чистая розничная выручка выросла по сравнению с первым кварталом 2011 года на 4,4% в рублевом выражении до 116 879 млн. рублей и на 0,9% в долларовом выражении до 3 862 млн. долл. США;
- Рост выручки за счет органического развития составил 8,3% в рублевом выражении, при этом сопоставимые продажи (LFL) снизились на 3,9%;
- Количество магазинов увеличилось на 137, включая 126 «мягких» дискаунтеров, семь супермаркетов, 16 магазинов формата «у дома» и закрытие 12 магазинов;
- Компания увеличила чистую торговую площадь на 42 тыс. кв. м;
- Компания запустила Интернет-магазин под брендом «E5.ru».

Андрей Гусев, Главный исполнительный директор X5 Retail Group, прокомментировал:

«Я рад сообщить, что мы увеличили объем торговых площадей, введенных в первом квартале текущего года, на 160% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, что позволяет уверенно смотреть на перспективы органического развития 2012 года. На фоне сохранения уровня рентабельности и тенденции к восстановлению покупательского трафика в марте мы убедились в правильности выбранного нами стратегического курса.»

В 2011 году, интеграция «Копейки» и открытие новых объектов обеспечили рост количества магазинов под управлением X5 на более чем 65%. В Компании начался процесс реорганизации, сопровождающийся усилением роли форматов и смещением фокуса в сторону потребителя, а также укреплением команды топ-менеджерами международного класса, обладающих необходимым опытом для вывода Компании на качественно новый уровень развития.»

Мы ожидаем улучшение результатов продаж во всех форматах в течение последующих кварталов 2012 года за счет роста показателя LFL, увеличения выручки новых магазинов и стабилизации макроэкономической ситуации. На фоне указанных факторов, мы прогнозируем рост продаж в 15-20% при сохранении уровня рентабельности по EBITDA выше 7%».

⁽¹⁾ Результаты в настоящем пресс-релизе являются предварительными и не рассматривались аудиторами.

Динамика количества магазинов и торговых площадей⁽¹⁾

	31-03-12	Чистый прирост 1 кв. 2012 ⁽²⁾	31-12-11	% изменения по сравнению с 31-11-11	31-03-11	% изменения по сравнению с 31-03-11
Торговая площадь, кв. м.						
Гипермаркеты	371 293	-	371 293	0,0%	351 753	5,6%
Супермаркеты	354 408	7 142	347 266	2,1%	315 329	12,4%
«Мягкие» дискаунтеры	1 028 986	32 931	996 055	3,3%	894 625	15,0%
Магазины «у дома»	14 867	2 196	12 671	17,3%	9 315	59,6%
Итого X5 Retail Group	1 769 555	42 269	1 727 285	2,4%	1 571 022	12,6%
Кол-во магазинов						
Гипермаркеты	77	-	77	0,0%	71	8,5%
Супермаркеты	337	7	330	2,1%	303	11,2%
«Мягкие» дискаунтеры	2 643	118	2 525	4,7%	2 124	24,4%
Магазины «у дома»	82	12	70	17,1%	47	74,5%
Итого X5 Retail Group	3 139	137	3 002	4,6%	2 545	23,3%

По состоянию на 31 марта 2011 года общее количество магазинов X5 включало 652 магазина «Копейка», которые были интегрированы начиная с 1 апреля 2011 года (до этого момента они управлялись командой менеджмента сети «Копейка»). Компания увеличила число магазинов более чем на 65% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 3 139 магазинов по состоянию на 31 марта 2012 года, включая 652 магазина «Копейка» и 594 магазина за счет органического роста.

В первом квартале 2012 года X5 добавила 137 магазинов, включая открытие 126 «мягких» дискаунтеров, семь супермаркетов, 16 магазинов «у дома» и закрытие 12 магазинов. При этом увеличение торговых площадей составило 42 269 кв. м. или 2,4% по сравнению с 31 декабря 2011 года.

Основной рост произошел за счет открытия новых «мягких» дискаунтеров в высокодоходных Московском и Центральном регионах, а также стратегического расширения данного формата в других регионах.

Общая торговая площадь выросла на 198 532 кв. м или на 12,6%, что в первую очередь вызвано ростом торговой площади «мягких» дискаунтеров, увеличившейся по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 15,0%.

На 31 марта 2012 года X5 присутствовала в 567 населенных пунктах европейской части России, Урала и Украины. Под управлением Компании находилось 3 139 магазинов (1 770 тыс. кв. м торговой площади), в том числе 2 643 «мягких» дискаунтера «Пятерочка», 337 супермаркетов «Перекресток», 77 гипермаркетов и 82 магазина «у дома».

⁽¹⁾ В данной таблице магазины «Копейки» консолидированы по форматам (супермаркеты и «мягкие» дискаунтеры), отражая результаты ребрендинга в данные форматы из формата «мягкого» дискаунтера

⁽²⁾ В 1 квартале 2012 года X5 закрыла восемь «мягких» дискаунтеров и четыре магазина «у дома» по причине их несоответствия критериям эффективности.

Чистая розничная выручка ⁽¹⁾

Динамика чистой розничной выручки по форматам ⁽²⁾⁽³⁾

Млн. руб.	1 кв. 2012	1 кв. 2011	% изменения
Гипермаркеты	15 165,6	16 351,7	(7,3%)
Супермаркеты	25 873,5	25 153,4	2,9%
«Мягкие» дискаунтеры	74 906,3	69 624,1	7,6%
Магазины «у дома»	907,1	666,1	36,2%
Интернет-торговля ⁽⁴⁾	26,5	193,3	(86,3%)
Итого чистая розничная выручка X5	116 879,0	111 988,6	4,4%

Млн. долл. США	1 кв. 2012	1 кв. 2011	% изменения
Гипермаркеты	501,1	558,7	(10,3%)
Супермаркеты	854,9	859,4	(0,5%)
«Мягкие» дискаунтеры	2 475,1	2 378,7	4,1%
Магазины «у дома»	30,0	22,8	31,7%
Интернет-торговля ⁽⁴⁾	0,9	6,6	(86,8%)
Итого чистая розничная выручка X5	3 862,0	3 826,1	0,9%

Консолидированная чистая розничная выручка X5 за первый квартал 2012 года составила 116 879 млн. рублей или 3 862 млн. долл. США, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 4,4% и 0,9% соответственно. Увеличение чистой розничной выручки, в основном, обусловлено ростом общей торговой площади на 12,6% и вкладом новых магазинов, открытых за последние два года. Негативное влияние на рост оказали отрицательные показатели LFL ранее открытых магазинов, что связано, в том числе, с низкой рекламной активностью, которая была восстановлена с запуском новой рекламной кампании.

В первом квартале 2012 года мы увеличили чистую рублевую розничную выручку в регионах (за пределами Центрального и Северо-Западного регионов) на 12,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, что соответствует стратегии X5, направленной на повышение концентрации магазинов в регионах.

⁽¹⁾ Чистая розничная выручка представляет собой операционную выручку магазинов, управляемых X5, без учета НДС. Эта цифра отличается от общей чистой выручки, включающей доходы от франчайзинга (роялти) и прочие доходы. Показатель общей чистой выручки будет опубликован вместе с финансовыми результатами за 1 кв. 2012 г.

⁽²⁾ Незначительные отклонения в расчете % изменения и итогов в этой и других таблицах настоящего пресс-релиза объясняются округлением.

⁽³⁾ В данной таблице выручка «Копейки» консолидирована по форматам (супермаркеты и «мягкие» дискаунтеры), отражая результаты ребрендинга в данные форматы из формата «мягкого» дискаунтера.

⁽⁴⁾ Интернет-проекты «volero.ru» и «003.ru» были проданы 29 апреля 2011 года; в середине февраля 2012 года X5 запустила обновленный онлайн-проект под брендом «E5.ru».

Средний чек и количество покупок⁽¹⁾

	1 кв. 2012	1 кв. 2011	% изменения
<u>Средний чек, руб.</u>			
Гипермаркеты	599,1	632,0	(5,2%)
Супермаркеты	420,0	407,2	3,1%
«Мягкие» дискаунтеры	274,7	279,8	(1,8%)
Магазины «у дома»	240,3	230,9	4,1%
Интернет-торговля ⁽²⁾	1 930,6	5 259,2	(63,3%)
Итого	321,6	330,2	(2,6%)
<u>Средний чек, долл. США</u>			
Гипермаркеты	19,8	21,6	(8,3%)
Супермаркеты	13,9	13,9	(0,1%)
«Мягкие» дискаунтеры	9,1	9,6	(5,0%)
Магазины «у дома»	7,9	7,9	0,7%
Интернет-торговля ⁽²⁾	63,8	179,7	(64,5%)
Итого	10,6	11,3	(5,8%)
<u>Кол-во покупок, млн.</u>			
Гипермаркеты	28,8	29,7	(3,0%)
Супермаркеты	70,5	70,7	(0,4%)
«Мягкие» дискаунтеры	311,1	283,2	9,8%
Магазины «у дома»	4,4	3,3	32,7%
Интернет-торговля ⁽²⁾	0,02	0,04	(63,5%)
Итого	414,7	386,9	7,2%

В первом квартале 2012 года количество покупок в «мягких» дискаунтерах, включая магазины «Копейка», увеличилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 9,8%. Количество покупок в «мягких» дискаунтерах в марте 2012 года по сравнению с мартом 2011 года увеличилось на 13,9% и составило 114 млн., что подчеркивает привлекательность магазинов для покупателей. Компания увеличила промо-активность в этом формате по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, при этом средний чек в рублях остался стабильным.

В супермаркетах средний чек в рублях в первом квартале 2012 года увеличился на 3,1% по сравнению с первым кварталом 2011 года, при этом трафик остался стабильным.

Результаты гипермаркетов отражают происходящие изменения в ценностном предложении формата, который развивается как самостоятельный бизнес после отделения от супермаркетов в четвертом квартале 2011 года.

⁽¹⁾ В данной таблице магазины «Копейки» консолидированы по форматам (супермаркеты и «мягкие» дискаунтеры), отражая результаты ребрендинга в данные форматы из формата «мягкого» дискаунтера.

⁽²⁾ Интернет-проекты «bolero.ru» и «003.ru» были проданы 29 апреля 2011 года; в середине февраля 2012 года X5 запустила обновленный онлайн-проект под брендом «E5.ru».

Динамика продаж LFL

В первом квартале 2012 года продажи LFL X5 снизились на 3,9% в рублевом выражении в результате уменьшения трафика на 4,6% и увеличения среднего чека на 0,7%.

Динамика продаж сопоставимых магазинов LFL⁽¹⁾⁽²⁾

	Совокупные продажи LFL, %	1 кв. 2012	
		Трафик, %	Средний чек, %
Гипермаркеты	(11,4)	(8,7)	(2,7)
Супермаркеты	(3,4)	(6,6)	3,2
«Мягкие» дискаунтеры	(2,4)	(3,7)	1,3
Магазины «у дома»	4,5	(1,8)	6,3
Итого X5 Retail Group	(3,9)	(4,6)	0,7

На общий показатель LFL Компании повлиял эффект высокой базы первого квартала 2011 года, когда показатели LFL по форматам «мягкий» дискаунтер и супермаркет составили 12% и 19% соответственно.

Увеличение общего трафика на 7,2% (см. таблицу «Средний чек и количество покупок» на стр. 4) является показателем частичного перераспределения покупателей, что является следствием быстрого роста Компании.

Другие факторы, которые оказали влияние на LFL трафик в первом квартале 2012 года, различались в зависимости от формата:

«Мягкие» дискаунтеры – объем рекламы и промо-активности. Мы наращиваем их объемы и уже видим улучшение показателей LFL в марте 2012 года.

Супермаркеты – высокая сравнительная база прошлого года. В первом квартале 2011 года нами была реализована чрезвычайно агрессивная ценовая политика в супермаркетах, которая вместе с увеличением трафика привела к непропорциональному снижению рентабельности. К настоящему моменту мы скорректировали данную политику и довольны операционными параметрами формата.

Гипермаркеты – данная модель в настоящий момент находится в переходном периоде после разделения управления форматов гипермаркет и супермаркет. В 2012 году мы планируем обеспечить рост продаж пропорционально увеличению торговых площадей. Нам удалось сохранить уровень рентабельности, позволяющий новому руководству сосредоточиться на ценообразовании и ассортименте с целью создания платформы для повышения плотности продаж.

⁽¹⁾ Сравнение объемов розничных продаж сопоставимых магазинов (LFL) за два различных периода времени – это сравнение розничных продаж соответствующих магазинов в рублевом выражении (включая НДС). При расчете роста продаж LFL учитываются магазины, которые работали не менее двенадцати полных месяцев до начала последнего месяца отчетного периода. Их выручка включается в сравнительный анализ с первого дня месяца, следующего за открытием магазина.

⁽²⁾ Магазины «Копейка» включены в расчет продаж LFL X5 с 1 января 2012 года.

Для справки:

X5 Retail Group N.V. (LSE: FIVE, Moody's – «B2», S&P – «B+»), штаб-квартира находится в Москве), является крупнейшей в России продовольственной розничной компанией по объемам продаж. Компания управляет магазинами нескольких форматов: «мягкими» дискаунтерами под брендом «Пятерочка», супермаркетами под брендом «Перекресток», гипермаркетами под брендом «Карусель», розничным Интернет-каналом под брендом «Е5.ru», а также магазинами «у дома» под различными брендами.

На 31 марта 2012 года под управлением Компании находилось 3 139 магазинов с лидирующей позицией в Москве, Санкт-Петербурге и значительным присутствием в европейской части России. Сеть Компании включает в себя 2 643 магазина формата «мягкий» дискаунтер, 337 супермаркетов, 77 гипермаркетов, а также 82 магазина «у дома». Под управлением Компании также находилось 29 распределительных центров и 1 392 грузовых автомобиля на территории Российской Федерации.

X5 работает на платформе SAP.

На 31 марта 2012 года число франчайзинговых магазинов X5 на территории России составило 434 объекта.

За 2010 год чистая выручка Компании достигла 11 280 млн. долл. США, показатель EBITDA составил 844 млн. долл. США, чистая прибыль составила 271 млн. долл. США. Чистая выручка Компании за девять месяцев 2011 года составила 11 490 млн. долл. США, показатель EBITDA составил 786 млн. долл. США, чистая прибыль составила 168 млн. долл. США.

Акционерами X5 являются: «Альфа-групп» - 47,86%, основатели «Пятерочки» - 19,85%, менеджмент Компании и/или представители Наблюдательного совета – 0,12%, казначейские ГДР (Treasury Stock) - 0,11%; в свободном обращении находятся 32,06% акций.

Утверждения о будущем:

Этот пресс-релиз может содержать утверждения, которые относятся к будущим событиям или будущим финансовым показателям деятельности X5 Retail Group N.V. Эти утверждения не гарантируют, что будущие действия будут реализованы, предположения могут быть неточными и неопределенными. Таким образом, фактические итоги и результаты могут существенно отличаться от того, что заявлено в утверждениях о будущем. X5 Retail Group N.V. (не намерена изменять эти утверждения, чтобы отразить фактические результаты).

За дополнительной информацией просьба обращаться:

Грегори Мэдик
Директор по связям с инвесторами
Тел.: +7 (495) 502-9783
e-mail: gregory.madick@X5.ru

Светлана Витковская
Руководитель отдела PR
Тел.: +7 (495) 662-8888, доб. 41 130
e-mail: svetlana.vitkovskaya@X5.ru