

ПО ИТОГАМ III КВАРТАЛА 2011 ГОДА<sup>(1)</sup>:

**РОСТ ЧИСТОЙ РОЗНИЧНОЙ ВЫРУЧКИ СОСТАВИЛ 32% В РУБЛЯХ И 39% В ДОЛЛАРАХ США**

**С НАЧАЛА ГОДА ОТКРЫТО 316 НОВЫХ МАГАЗИНОВ И ПРАКТИЧЕСКИ ЗАВЕРШЕН РЕБРЕНДИНГ МАГАЗИНОВ «КОПЕЙКА»**

**ПЕРЕСМОТРЕН ПРОГНОЗ НА 2011 ГОД**

**Москва, 10 октября 2011** - Сегодня X5 Retail Group N.V., крупнейшая в России розничная компания по объемам продаж, объявляет операционные результаты за третий квартал и девять месяцев 2011 года.

**Основные показатели третьего квартала 2011 года**

- Консолидированная чистая розничная выручка выросла по сравнению с третьим кварталом 2010 г. на 32% в рублевом выражении до 104 979 млн. рублей и на 39% в долларовом выражении до 3 611 млн. долл. США;
- Без учета эффекта от консолидации «Копейки», рост чистых розничных продаж составил 18% в рублевом выражении, а продажи приобретенных магазинов «Копейка» добавили около 14% роста<sup>(2)</sup>;
- Рост LFL продаж в целом по Компании составил 4% в рублевом выражении;
- Количество магазинов увеличилось на 102 в третьем квартале 2011 года, включая 114 дискаунтеров, шесть супермаркетов, два гипермаркета, 11 магазинов формата «у дома» и закрытие 31 магазина «Копейка». 297 магазинов «Копейка» были ребрендированы;
- Компания увеличила чистую торговую площадь на 37 тыс. кв. м.

**Основные показатели девяти месяцев 2011 года**

- Консолидированная чистая розничная выручка выросла по сравнению с девятью месяцами 2010 г. на 40% в рублевом выражении до 329 166 млн. рублей и на 47% в долларовом выражении до 11 443 млн. долл. США
- Без учета эффекта от консолидации «Копейки», рост чистых розничных продаж составил 24% в рублевом выражении, а продажи приобретенных магазинов «Копейка» добавили около 16% роста<sup>(2)</sup>;
- Рост LFL продаж в целом по Компании составил 9% в рублевом выражении;
- Количество магазинов увеличилось на 316 за девять месяцев 2011 года, включая 328 дискаунтеров, 11 супермаркетов, один гипермаркет, 20 магазинов формата «у дома» и закрытие 44 магазинов «Копейка». 613 магазинов «Копейка» были ребрендированы;
- Компания увеличила чистую торговую площадь на 87 тыс. кв. м.

Менеджмент X5 Retail Group проведет конференц-звонок для инвесторов и аналитиков сегодня в 16:00 по Московскому времени, 13:00 по Лондонскому времени, 8:00 по Нью-Йоркскому времени. Детали звонка приведены ниже:

Великобритания: 0808 238 0673  
Россия: 81080020972044  
Международный Dial In: +44 (0) 1452 569 335  
ID конференции: 16263926

<sup>(1)</sup> Предварительные неаудированные результаты.

<sup>(2)</sup> Выручка приобретенных магазинов «Копейка» консолидируется с 1 декабря 2010 г.

### Прогноз от менеджмента X5

- Рост выручки в 2011 году: на фоне ухудшения макроэкономической ситуации в стране и эффекта интеграции сети «Копейка», X5 понижает прогноз по росту валовой выручки в рублевом выражении в 2011 году с 40% до около 35%;
  - Сокращение потребления на фоне нестабильной экономической ситуации в России и в мире – тренд, который наблюдается на всем рынке российской продуктовой розницы;
  - Объем продаж «Копейки» оказался ниже ожидаемого ввиду нескольких факторов: более длительный период закрытия на ребрендинг (ввиду задержек со стороны подрядчиков) и более длительный период раскрутки ребрендериванных магазинов. Мы уверены в достижении более высокой плотности продаж ребрендериванных магазинов начиная с 2012 года, однако, понимаем, что нестабильная экономическая ситуация может сдвинуть сроки реализации полного синергетического эффекта сделки с «Копейкой».
- Мы ожидаем, что следующие факторы негативно повлияют на уровень маржи X5 в 2011 году и в дальнейшем:
  - Ухудшение макроэкономической ситуации в стране может усилить снижение покупательской активности в 4 квартале 2011 года и в дальнейшем;
  - В 3 квартале 2011 года X5 ребрендеривала максимальное число магазинов «Копейка», что негативно повлияло на маржу ввиду распродаж запасов. В то время как ребрендинг был в основном завершен к началу 4 квартала, большинство магазинов нуждаются в повышенной промо-активности для достижения целевых уровней плотности продаж в течение последующих 6-9 месяцев;
  - В целях поддержания лояльности покупателей в условиях нестабильной экономической ситуации, мы усиливаем промо-кампанию в 4 квартале 2011 года, что вместе с распродажей старых запасов может негативно повлиять на маржу X5 в 4 квартале 2011 года;
  - X5 планирует постепенно перестраивать отношения с поставщиками в сторону усиления фокуса на фронт-марже и контроля за ассортиментом в целях повышения его привлекательности для потребителей. Данный шаг окажет позитивное влияние на уровень продаж и маржу X5 в долгосрочном плане, однако, может иметь краткосрочный негативный эффект на валовую маржу в течение переходного периода.
- Компания подтверждает свой прогноз по открытию 540 магазинов в 2011 году. При этом значительная часть магазинов планируется к открытию в 4 квартале 2011 года.

## Чистая розничная выручка<sup>(1)</sup>

### *Динамика чистой розничной выручки по форматам<sup>(2)</sup>*

Млн. долл. США	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
Гипермаркеты	541,1	461,6	17%	1 694,4	1 420,5	19%
Супермаркеты	770,5	647,2	19%	2 510,5	1 923,8	30%
«Мягкие» дискаунтеры	1 888,9	1 473,0	28%	5 826,2	4 382,2	33%
Магазины «у дома» <sup>(3)</sup>	25,1	19,4	29%	74,1	38,6	92%
Интернет-торговля <sup>(4)</sup>	-	5,4	н/д	7,8	13,4	(42%)
Магазины «Копейка» <sup>(5)</sup>	385,2	-	н/д	1 329,7	-	н/д
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>3 610,7</b>	<b>2 606,6</b>	<b>39%</b>	<b>11 442,7</b>	<b>7 778,6</b>	<b>47%</b>

Млн. руб.	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
Гипермаркеты	15 728,5	14 143,3	11%	48 742,6	42 974,6	13%
Супермаркеты	22 411,4	19 818,6	13%	72 216,9	58 203,5	24%
«Мягкие» дискаунтеры	54 897,4	45 105,7	22%	167 597,4	132 579,4	26%
Магазины «у дома» <sup>(3)</sup>	728,0	589,9	23%	2 132,7	1 168,0	83%
Интернет-торговля <sup>(4)</sup>	-	164,5	н/д	224,2	406,3	(45%)
Магазины «Копейка» <sup>(5)</sup>	11 213,9	-	н/д	38 252,0	-	н/д
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>104 979,2</b>	<b>79 821,9</b>	<b>32%</b>	<b>329 165,7</b>	<b>235 331,7</b>	<b>40%</b>

В третьем квартале 2011 года чистая розничная выручка X5 выросла по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 32% в рублях (до 104 979 млн. руб.) и на 39% в долларовом выражении (до 3 611 млн. долл. США). Чистая розничная выручка за девять месяцев 2011 года составила 329 166 млн. руб. или 11 443 млн. долл. США, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 40% в рублях и на 47% в долларах США.

<sup>(1)</sup> Чистая розничная выручка представляет собой операционную выручку магазинов, управляемых X5, не включая 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 3 кв. 2011 г.

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

<sup>(3)</sup> Включены с 1 апреля 2010 г.

<sup>(4)</sup> Онлайн-бизнес был продан 29 апреля 2011 г.

<sup>(5)</sup> Выручка магазинов «Копейка» консолидирована X5 с 1 декабря 2010 г.; эта цифра включает выручку ребрендрованных магазинов.

## Анализ валовой розничной выручки<sup>(1)</sup>

### *Динамика валовой розничной выручки*

На основе валовой розничной выручки в рублях	3 кв. 2011 по сравнению с 3 кв. 2010				9 мес. 2011 по сравнению с 9 мес. 2010			
	LFL, %	Органический рост, %	Вклад «Копейки», %	Итого % изменения	LFL, %	Органический рост, %	Вклад «Копейки», %	Итого % изменения
Гипермаркеты	2	7		9	3	11		14
Супермаркеты	6	9		15	15	9		24
«Мягкие» дискаунтеры	3	19		22	8	19		27
Магазины «у дома»	8	17		25	14	69		83
<b>Общая валовая розничная выручка</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>40</b>
Влияние валютных курсов				7				7
<b>Итого % изменения с учетом влияния валютных курсов</b>				<b>39</b>				<b>47</b>

В третьем квартале рост валовой розничной выручки на 32% в рублях был достигнут за счет увеличения продаж LFL (4%), органического открытия новых магазинов (14%) и вклада магазинов «Копейка» (14%).

### Динамика продаж LFL

В третьем квартале совокупные продажи LFL увеличились на 4% в рублевом выражении, в том числе за счет уменьшения трафика на 4% и роста среднего чека на 8%.

### *Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)<sup>(2),(3)</sup> (более подробные данные приведены в Приложении I)*

	3 кв. 2011			9 мес. 2011		
	Совокупные продажи LFL, %	Трафик, %	Средний чек, %	Совокупные продажи LFL, %	Трафик, %	Средний чек, %
Гипермаркеты	2	(4)	6	3	(2)	5
Супермаркеты	6	(3)	9	15	5	10
«Мягкие» дискаунтеры	3	(4)	7	8	(1)	9
Магазины «у дома»	8	(3)	11	14	2	12
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>4</b>	<b>(4)</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>9</b>
<b>«Копейка» (только для информации)<sup>(3)</sup></b>	<b>(11)</b>	<b>(9)</b>	<b>(2)</b>	<b>(8)</b>	<b>(7)</b>	<b>(1)</b>

(1) В данном разделе весь анализ динамики выручки основан на валовой розничной выручке в рублях (включая НДС, исключая влияние валютных курсов). Темпы роста чистой розничной выручки в рублях могут незначительно отличаться из-за эффективной ставки НДС.

(2) 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 на протяжении 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.

(3) Магазины «Копейка» не включены в расчет продаж LFL X5, поскольку они были приобретены в декабре 2010 г.

Несмотря на то, что X5 сохранила сильные конкурентные позиции, на результаты Компании в третьем квартале повлияло замедление российского розничного рынка. «Мягкие» дискаунтеры в третьем квартале показали рост продаж LFL на 3% за счет роста среднего чека на 7% и уменьшения трафика на 4%. Негативное влияние на трафик оказал эффект высокой базы в «мягких» дискаунтерах на фоне уменьшающихся темпов инфляции.

В супермаркетах продажи LFL увеличились на 6% за счет уменьшения трафика на 3% и роста среднего чека на 9%. В супермаркетах также наблюдается эффект высокой базы прошлого года, связанный с агрессивной кампанией по снижению цен на 20% ассортимента с июня по сентябрь 2010 года. Сопоставимые продажи гипермаркетов в третьем квартале выросли на 2% в результате увеличения среднего чека на 6% и сокращения трафика на 4% из-за высокой конкуренции в Санкт-Петербурге.

Динамика продаж LFL магазинов «Копейка» более подробно рассматривается в разделе «Интеграция сети «Копейка».

### **Увеличение количества магазинов**

	31.12.10	30.06.11	30.09.11	Ребренди- ровано 9 мес. 2011	Закрыто 9 мес. 2011	Добавлено		% изм. по сравнению с 31.12.10
						3 кв. 2011	9 мес. 2011	
<b>Торговая площадь, кв. м</b>								
Гипермаркеты	351 753	342 545	350 785	-	(9 135)	8 240	(968)	0%
Супермаркеты	313 024	318 629	325 482	-	(4 552)	6 853	12 458	4%
«Мягкие» дискаунтеры	586 311	645 223	678 892	-	(1 990)	33 669	92 581	16%
Магазины «у дома»	9 222	10 271	12 258	-	(753)	1 987	3 036	33%
Магазины «Копейка»	294 768	287 862	274 190	273 982	(19 057)	(13 673)	(20 578)	(7%)
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>1 555 079</b>	<b>1 604 530</b>	<b>1 641 607</b>	<b>273 982</b>	<b>(35 486)</b>	<b>37 077</b>	<b>86 528</b>	<b>6%</b>

<b>Количество магазинов</b>								
Гипермаркеты	71	70	72	-	(1)	2	1	1%
Супермаркеты	301	306	312	-	(5)	6	11	4%
«Мягкие» дискаунтеры	1 392	1 606	1 720	-	(4)	114	328	24%
Магазины «у дома»	45	54	65	-	(3)	11	20	44%
Магазины «Копейка»	660	647	616	613	(44)	(31)	(44)	(7%)
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>2 469</b>	<b>2 683</b>	<b>2 785</b>	<b>613</b>	<b>(57)</b>	<b>102</b>	<b>316</b>	<b>13%</b>

В третьем квартале 2011 года количество магазинов X5 увеличилось на 102 объекта в результате открытия 114 «мягких» дискаунтеров, шести супермаркетов, двух гипермаркетов, 11 магазинов «у дома», закрытия 31 магазина «Копейка». При этом прирост чистых торговых площадей составил 37 тыс. кв. м.

С начала года X5 увеличила количество своих магазинов на 316 объектов (с учетом закрытий), включая 328 «мягких» дискаунтеров, 11 супермаркетов, один гипермаркет, 20 магазинов «у дома» и закрытие 44 магазинов «Копейка». При этом прирост чистых торговых площадей составил 87 тыс. кв. м. Компания успешно выполняет план открытия 540 новых магазинов в 2011 году, при этом значительная часть новых магазинов будет открыта в четвертом квартале 2011 года.

Дополнительная информация приведена в Приложении IV к данному пресс-релизу.

По состоянию на 30 сентября 2011 года X5 Retail Group присутствовала в 52<sup>(1)</sup> городах европейской части России, Урала и Украины. Под управлением X5 находилось 2 785 магазинов (1 642 тыс. кв. м торговой площади), в том числе 1 720 «мягких» дискаунтеров, 312 супермаркетов, 72 гипермаркета, 65 магазинов «у дома» и 616 магазинов «Копейка» (включая 604 магазина, ребрендированных в «Пятерочку» и девять - в «Перекресток»).

### **Интеграция сети «Копейка»**

На 30 сентября 2011 года Компания в основном завершила ребрендинг магазинов «Копейка» (613 магазинов) с опережением первоначального плана и перед предпраздничным периодом четвертого квартала. В результате интеграции были достигнуты следующие результаты:

- Были предприняты значительные усилия для улучшения приобретенных магазинов до стандартов магазинов X5. Сейчас магазины предлагают покупателям более широкий ассортимент, товары более высокого качества, увеличена доля продукции «фреш». В обновленных магазинах установлено новое оборудование, улучшена выкладка товара и созданы все условия для увеличения потока покупателей и улучшения качества их обслуживания. Покупатели выигрывают также от более низких цен в ребрендированных магазинах как результат лучших закупочных условий X5.
- «Мягкие» дискаунтеры закрывались в среднем на 15 дней для ребрендинга, тогда как переоборудование магазинов в супермаркеты занимало около 45 дней. X5 приняла решение закрыть 44 магазина, которые не соответствовали критериям эффективности Компании.
- Пять распределительных центров (РЦ) «Копейки» были интегрированы в логистическую инфраструктуру X5 и переведены на единую систему управления складом «Warehouse Management System» (WMS). Под управление X5 также перешло около 300 грузовиков. Два РЦ, которые не соответствовали критериям эффективности X5 были закрыты.
- Более 2 500 бывших сотрудников магазинов «Копейка» участвовали в программе обучения с января 2011 года. Мы также предоставили возможность талантливым управленцам сети «Копейка» присоединиться к команде X5 Retail Group.
- Достижение этих результатов в значительной мере завершает ускоренный ребрендинг магазинов «Копейка», объявленный в апреле 2011 года. Административная реструктуризация в бывшем головном офисе сети «Копейка» будет завершена до конца текущего года.

---

<sup>(1)</sup> С населением более 200 000 человек.

В третьем квартале 2011 года чистая розничная выручка магазинов «Копейка» составила 11 214 млн. руб. или 385 млн. долл. США. Продажи LFL магазинов «Копейка» снизились на 11% в результате сокращения трафика на 9% и уменьшения среднего чека на 2% (более подробные данные приведены в Приложении V). В третьем квартале 2011 года на продажи повлияли временные закрытия магазинов на ребрендинг, реконструкцию и модернизацию IT-систем.

Мы предполагаем, что продажи «Копейки» в 2011 году будут меньше продаж в 2010 году в результате интеграционных процессов, проходящих на фоне ухудшающейся экономической ситуации. Тем не менее, мы уверены в достижении значительной синергии начиная с 2012 года и далее за счет увеличения плотности продаж, улучшения закупочных условий и уменьшения административных издержек, однако мы понимаем, что нестабильная экономическая ситуация может сдвинуть сроки реализации полного синергетического эффекта сделки с «Копейкой».

### **Развитие логистической инфраструктуры**

В течение девяти месяцев 2011 года X5 Retail Group увеличила складские площади на 107,6 тыс. кв. м (с учетом закрытий).

Компания интегрировала в свою логистическую инфраструктуру пять РЦ сети «Копейка» (два в Московской области, один в Нижнем Новгороде, один в Воронеже и один в Самаре). Также был открыт стратегически важный с точки зрения оптимизации логистики в Московском регионе РЦ в Богородске, общей площадью 38 тыс. кв. м. Компания расширила существующие мощности РЦ, а также заменила один РЦ в Ленинградской области на более функциональный и закрыла один РЦ в Екатеринбурге – его заменил более крупный и эффективный РЦ, открытый в четвертом квартале 2010 года.

В результате, по состоянию на 30 сентября 2011 года Компания управляла 29 РЦ с общей складской площадью 514 тыс. кв. м, что вполне достаточно для обслуживания 1 642 тыс. кв. м торговой площади.

Регион	<u>Складские площади, тыс. кв. м</u>			<u>Количество РЦ</u>		
	31.12.10	30.09.11	Прирост за 9 мес. 2011	31.12.10	30.09.11	Прирост за 9 мес. 2011
Центральный	217,8	291,9	74,1	9	12	3
Северо-Западный	70,4	81,7	11,3	5	5	-
Волго-Вятский	17,5	29,8	12,3	1	2	1
Урал	34,7	27,7	(7,0)	5	4	(1)
Центрально-Черноземный	23,5	33,7	10,2	1	2	1
Средне-Волжский	13,4	20,1	6,7	1	2	1
Южный	15,6	15,6	-	1	1	-
Приволжский	13,1	13,1	-	1	1	-
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>406,0</b>	<b>513,6</b>	<b>107,6</b>	<b>24</b>	<b>29</b>	<b>5</b>

## Приложения

- I. Динамика продаж LFL по форматам и регионам*
- II. Динамика чистой розничной выручки по регионам*
- III. Средний чек и количество покупателей*
- IV. Увеличение количества магазинов по форматам и регионам*
- V. Операционные результаты магазинов «Копейка»*
- VI. Финансовый календарь на 2011 год*

### Для справки:

**X5 Retail Group N.V.** (LSE: FIVE, Moody's - "B2", S&P - "B+") - крупнейшая в России по объемам продаж розничная компания. Работает под брендами «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель».

18 мая 2006 г. произошло слияние компаний «Пятерочка» и «Перекресток» с целью создания ведущей компании на рынке продуктовой розничной торговли России. 26 июня 2008 г. X5 завершила сделку по приобретению сети гипермаркетов «Карусель», тем самым значительно укрепив свои позиции в формате гипермаркет. В 2010 году Компания приобрела сеть дискаунтеров «Копейка».

На 30 сентября 2011 г. под управлением Компании находилось 2 785 магазинов с расположением в Москве, Санкт-Петербурге и других регионах европейской части России, на Урале и на Украине. Мультиформатная сеть Компании включает в себя 1 720 магазинов «Пятерочка» формата «мягкий» дискаунтер, 312 супермаркетов «Перекресток», 72 гипермаркета, а также 65 магазинов «у дома» и 616 приобретенных магазинов «Копейка» (включая 604 магазина, ребрендингованных в «Пятерочку» и девять в «Перекресток»).

На 30 сентября 2011 г. число франчайзинговых магазинов на территории России составляло 705.

Чистая выручка X5 Retail Group N.V. за 2010 год достигла 11 280 млн. долл. США, показатель EBITDA составил 844 млн. долл. США, чистая прибыль составила 271 млн. долл. США. Чистая выручка Компании за первое полугодие 2011 года составила 7 867 млн. долл. США, показатель EBITDA составил 566 млн. долл. США, чистая прибыль составила 170 млн. долл. США.

Акционерами X5 являются Альфа-групп - 47,86%, основатели «Пятерочки» - 19,85%, менеджмент Компании и/или представители Наблюдательного Совета – 0,02%, казначейские ГДР (Treasury Stock) - 0,11%; в свободном обращении находятся 32,16% акций в форме ГДР (тикер на Лондонской фондовой бирже: "FIVE").



**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).*

**С версией пресс-релиза X5 Retail Group по результатам розничных продаж и открытия магазинов за III квартал 2011 года на английском языке Вы можете ознакомиться на сайте Компании [www.X5.ru](http://www.X5.ru).**

---

**За дополнительной информацией просьба обращаться:**

**Анастасия Квон**  
Директор по связям с инвесторами  
X5 Retail Group  
Тел.: +7 (495) 792 3511  
e-mail: [anastasiya.kvon@X5.ru](mailto:anastasiya.kvon@X5.ru)

**Светлана Витковская**  
Руководитель отдела PR  
X5 Retail Group  
Тел.: +7 (495) 662 8888, доб. 31-140  
e-mail: [svetlana.vitkovskaya@X5.ru](mailto:svetlana.vitkovskaya@X5.ru)

## Приложение I: Динамика продаж LFL по форматам и регионам<sup>(1)</sup>

	3 кв. 2011			9 мес. 2011		
	Совокупные продажи LFL,%	Трафик, %	Средний чек, %	Совокупные продажи LFL,%	Трафик, %	Средний чек, %
<b><u>Москва и Центральный регион</u></b>						
Гипермаркеты	8	1	7	9	3	6
Супермаркеты	6	(3)	9	14	5	9
«Мягкие» дискаунтеры	0	(5)	5	6	(2)	8
Магазины «у дома»	8	(3)	11	14	2	12
<b>Итого</b>	<b>3</b>	<b>(4)</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>9</b>
<b><u>Санкт-Петербург и Северо-Западный регион</u></b>						
Гипермаркеты	3	(5)	8	(2)	(6)	4
Супермаркеты	17	1	16	25	8	17
«Мягкие» дискаунтеры	8	(2)	10	10	1	9
<b>Итого</b>	<b>8</b>	<b>(2)</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
<b><u>Прочие регионы</u></b>						
Гипермаркеты	(2)	(6)	4	2	(1)	3
Супермаркеты	4	(4)	8	12	4	8
«Мягкие» дискаунтеры	3	(4)	7	11	0	11
<b>Итого</b>	<b>2</b>	<b>(4)</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
<b><u>X5 Retail Group</u></b>						
Гипермаркеты	2	(4)	6	3	(2)	5
Супермаркеты	6	(3)	9	15	5	10
«Мягкие» дискаунтеры	3	(4)	7	8	(1)	9
Магазины «у дома»	8	(3)	11	14	2	12
<b>Итого</b>	<b>4</b>	<b>(4)</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>9</b>

<sup>(1)</sup> На основе валовой розничной выручки в рублях (включая НДС, исключая влияние валютных курсов). Темпы роста чистой розничной выручки в рублях могут незначительно отличаться из-за эффективной ставки НДС.

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 на протяжении 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. Сравнение показателей LFL по каждому магазину проводится с учетом розничной выручки, полученной соответствующим магазином за отчетный период и за те же месяцы периода, с которым проводится сравнение. Объем продаж LFL рассчитывается с учетом трафика и среднего чека соответствующих магазинов за рассматриваемый период.

Магазины «Копейка» не включены в расчет LFL X5 за 3 кв. 2011 г. и 9 мес. 2011 г., поскольку они были приобретены в декабре 2010 г. Операционные результаты магазинов «Копейка» приведены в Приложении V к данному пресс-релизу.

## Приложение II: Динамика чистой розничной выручки по регионам

Млн. долл. США	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
Москва и Центральный регион	1 619,5	1 346,4	20%	5 164,7	4 011,5	29%
Санкт-Петербург и Северо-Западный регион	779,1	638,5	22%	2 434,8	2 007,0	21%
Прочие регионы	827,0	616,3	34%	2 505,7	1 746,7	43%
Интернет-торговля <sup>(1)</sup>	-	5,4	н/д	7,8	13,4	(42%)
Магазины «Копейка» <sup>(2)</sup>	385,2	-	н/д	1 329,7	-	н/д
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>3 610,7</b>	<b>2 606,6</b>	<b>39%</b>	<b>11 442,7</b>	<b>7 778,6</b>	<b>47%</b>

Млн. руб.	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
Москва и Центральный регион	47 090,8	41 230,5	14%	148 570,0	121 362,0	22%
Санкт-Петербург и Северо-Западный регион	22 646,9	19 570,4	16%	70 040,0	60 718,8	15%
Прочие регионы	24 027,6	18 856,6	27%	72 079,5	52 844,6	36%
Интернет-торговля <sup>(1)</sup>	-	164,5	н/д	224,2	406,3	(45%)
Магазины «Копейка» <sup>(2)</sup>	11 213,9	-	н/д	38 252,0	-	н/д
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>104 979,2</b>	<b>79 821,9</b>	<b>32%</b>	<b>329 165,7</b>	<b>235 331,7</b>	<b>40%</b>

<sup>(1)</sup> Онлайн-бизнес был продан 29 апреля 2011 г.

<sup>(2)</sup> Выручка магазинов «Копейка» консолидирована X5 с 1 декабря 2010 г.; эта цифра включает выручку ребрендрованных магазинов.

### Приложение III: Средний чек и количество покупателей<sup>(1)</sup>

	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
<b>Средний чек, руб.</b>						
Гипермаркеты	603,5	576,9	5%	620,2	600,1	3%
Супермаркеты	361,2	332,3	9%	382,8	351,3	9%
«Мягкие» дискаунтеры	257,1	247,8	4%	272,2	257,8	6%
Магазины «у дома» <sup>(2)</sup>	200,6	185,8	8%	212,8	188,5	13%
Интернет-торговля <sup>(3)</sup>	-	4 196,3	н/д	5 282,4	4 109,0	29%
Магазины «Копейка»	200,7	-	н/д	229,2	-	н/д
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>290,9</b>	<b>296,9</b>	<b>(2%)</b>	<b>310,7</b>	<b>310,8</b>	<b>0%</b>
<b>Средний чек, долл. США</b>						
Гипермаркеты	20,8	18,8	10%	21,6	19,8	9%
Супермаркеты	12,4	10,9	14%	13,3	11,6	15%
«Мягкие» дискаунтеры	8,8	8,1	9%	9,5	8,5	11%
Магазины «у дома» <sup>(2)</sup>	6,9	6,1	14%	7,4	6,2	19%
Интернет-торговля <sup>(3)</sup>	-	137,0	н/д	183,6	135,8	35%
Магазины «Копейка»	6,9	-	н/д	8,0	-	н/д
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>10,0</b>	<b>9,7</b>	<b>3%</b>	<b>10,8</b>	<b>10,3</b>	<b>5%</b>
<b>Количество покупателей, млн. чел.</b>						
Гипермаркеты	29,9	28,6	5%	90,1	82,0	10%
Супермаркеты	70,9	67,2	5%	215,6	189,7	14%
«Мягкие» дискаунтеры	243,3	207,2	17%	700,9	584,8	20%
Магазины «у дома» <sup>(2)</sup>	4,2	3,6	16%	11,5	7,1	62%
Интернет-торговля <sup>(3)</sup>	-	0,05	н/д	0,05	0,12	(57%)
Магазины «Копейка»	63,8	-	н/д	190,3	-	н/д
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>412,1</b>	<b>306,6</b>	<b>34%</b>	<b>1 208,5</b>	<b>863,7</b>	<b>40%</b>

<sup>(1)</sup> На основе валовой выручки всех магазинов, включая приобретенные магазины «Копейка», консолидированные с 1 декабря 2010 г.

<sup>(2)</sup> Включены с 1 апреля 2010 г.

<sup>(3)</sup> Онлайн-бизнес был продан 29 апреля 2011 г.

## Приложение IV: Увеличение количества магазинов по форматам и регионам

Количество магазинов				Ребренди-	Закрыто	Добавлено		% изм. по сравнению с 31.12.10
	31.12.10	30.06.11	30.09.11	ровано 9 мес. 2011	9 мес. 2011	3 кв. 2011	9 мес. 2011	
<b>Москва и Центральный регион</b>								
Гипермаркеты	14	14	14	-	-	-	-	0%
Супермаркеты	172	172	178	-	(1)	6	6	3%
«Мягкие» дискаунтеры	567	610	645	-	(1)	35	78	14%
Магазины «у дома»	45	54	65	-	(3)	11	20	44%
<b>Итого</b>	<b>798</b>	<b>850</b>	<b>902</b>	<b>-</b>	<b>(5)</b>	<b>52</b>	<b>104</b>	<b>13%</b>
<b>Санкт-Петербург и Северо-Западный регион</b>								
Гипермаркеты	17	17	17	-	-	-	-	0%
Супермаркеты	33	34	34	-	-	-	1	3%
«Мягкие» дискаунтеры	358	389	408	-	(1)	19	50	14%
<b>Итого</b>	<b>408</b>	<b>440</b>	<b>459</b>	<b>-</b>	<b>(1)</b>	<b>19</b>	<b>51</b>	<b>13%</b>
<b>Прочие регионы</b>								
Гипермаркеты	40	39	41	-	(1)	2	1	2%
Супермаркеты	96	100	100	-	(4)	-	4	4%
«Мягкие» дискаунтеры	467	607	667	-	(2)	60	200	43%
<b>Итого</b>	<b>603</b>	<b>746</b>	<b>808</b>	<b>-</b>	<b>(7)</b>	<b>62</b>	<b>205</b>	<b>34%</b>
<b>X5 Retail Group</b>								
Гипермаркеты	71	70	72	-	(1)	2	1	1%
Супермаркеты	301	306	312	-	(5)	6	11	4%
«Мягкие» дискаунтеры	1 392	1 606	1 720	-	(4)	114	328	24%
Магазины «у дома»	45	54	65	-	(3)	11	20	44%
Магазины «Копейка» <sup>(1)</sup>	660	647	616	613	(44)	(31)	(44)	(7%)
<b>Итого X5 Retail Group</b>	<b>2 469</b>	<b>2 683</b>	<b>2 785</b>	<b>613</b>	<b>(57)</b>	<b>102</b>	<b>316</b>	<b>13%</b>

<sup>(1)</sup> Включая магазины, ребрендируемые в «Пятерочку» и «Перекресток».

## Приложение V: Операционные результаты магазинов «Копейка»

### Чистая розничная выручка

	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
«Копейка», млн. долл. США	385,2	474,1	(19%)	1 329,7	1 467,5	(9%)
«Копейка», млн. руб.	11 213,9	14 528,8	(23%)	38 252,0	44 398,4	(14%)

### Динамика продаж LFL

	3 кв. 2011			9 мес. 2011		
	Совокупные продажи LFL, %	Трафик, %	Средний чек, %	Совокупные продажи LFL, %	Трафик, %	Средний чек, %
«Копейка»	(11)	(9)	(2)	(8)	(7)	(1)

### Средний чек и количество покупателей<sup>(1)</sup>

<u>Средний чек, руб.</u>	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
«Копейка»	200,7	220,8	(9%)	230,1	232,9	(1%)
<u>Количество покупателей, млн. чел.</u>	3 кв. 2011	3 кв. 2010	% изменения	9 мес. 2011	9 мес. 2010	% изменения
«Копейка»	63,8	74,8	(15%)	190,3	217,2	(12%)

<sup>(1)</sup> На основе валовой розничной выручки всех магазинов «Копейка». Динамика продаж LFL показана с учетом НДС, без учета влияния валютных курсов.

## Приложение VI: Финансовый календарь на 2011 год

Дата	Событие
28 ноября 2011 г. (предварительно)	Финансовые результаты за 3 квартал и 9 месяцев 2011 г., рассмотренные аудиторами