

X5 Retail Group N.V.
Результаты I квартала 2021 года
Транскрипт звонка для частных инвесторов 29.04.2021

Презентующие:

- Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

- Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Добрый день, уважаемые инвесторы X5 и все те, кому интересна наша компания. Большое вам спасибо за то, что подключились к этому звонку. Сегодня мы хотели бы представить вам операционные и финансовые результаты первого квартала, рассказать подробнее о нашем бизнесе, стратегии, дивидендах и ритейле в целом. Такие встречи мы будем проводить каждый квартал после выхода наших результатов. И вы можете следить за анонсами у себя на почте, в наших блогах на Smart-lab и в «Пульсе», пожалуйста, подписывайтесь. Для нас очень важно быть в постоянном контакте с частными инвесторами, которых становится всё больше на Московской бирже, поэтому мы будем очень рады ответить на ваши вопросы по презентации. Их вы можете задавать письменно в чате в ходе трансляции. Мы уже видим, что поступили вопросы, также мы заранее собирали вопросы от наших частных инвесторов, на них мы также ответим сегодня.

И начнём мы с короткой презентации X5 о результатах первого квартала. Об этом расскажет начальник управления по связям с инвесторами Андрей Васин. После презентации Андрей будет отвечать на вопросы. Мы обещали промокод на заказы «Перекрёсток Впрок» для акционеров X5, его мы вышлем вам после звонка на почту. Промокод будет давать скидку на 10% на заказы до 28 мая, и сейчас я его проговорю, «X5shareholder» - на всякий случай, запомните его.

И в заключение этого длительного вступления хотела бы также сделать дисклеймер о том, что этот звонок и презентация не являются предложением о покупке ценных бумаг X5 и их рекламой. X5 не несет ответственности за инвестиционные решения, принятые под влиянием этой презентации. Любое заявление о будущем, сделанное X5, действительно только на момент заявления, и фактические будущие результаты могут существенно отличаться от планов, целей и ожиданий, содержащихся в утверждениях о будущем.

Андрей, привет. Расскажи, пожалуйста, как X5 отчиталась в первом квартале, какие у нас новости и что вообще сейчас происходит.

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Большое спасибо, Эмма. Большое спасибо всем, кто нашел время присоединиться на сегодняшний звонок. Как сказала Эмма, мы будем стараться проводить такие звонки с ритейл-инвесторами каждый квартал. Этот звонок – первый в таком формате. Буквально 10-15 минут мы планируем потратить на презентацию и после этого сосредоточимся на ваших вопросах, помимо результатов за первый квартал также вкратце расскажем про нашу компанию, про стратегию, про рыночную конъюнктуру и перейдем ко второй фазе звонка.

Хотел бы начать с рынка продуктовой розницы в России. На 2020 год он составляет 17,5 триллионов рублей, и большая часть (93%) приходится на продуктовую розницу в офлайне; доля онлайн незначительна – пока что порядка 1%, – и ещё около 6% приходится на сегмент готовой еды, NoReCa так называемая: 4% – на офлайн и 2% – на онлайн. Мы ожидаем, что в ближайшие 10 лет рынок прирастет примерно на 10,5-11 триллионов рублей, и среднегодовой темп роста составит порядка 5%, то есть будет расти чуть больше, чем

инфляция. В то же самое время рыночная структура будет перераспределяться, мы ожидаем, что продуктовая розница офлайн будет снижаться и составит порядка 80% к 2030 году, при этом доля онлайн значительно вырастет, до 10%, и сегмент готовой еды также довольно значительно увеличится, до 7% в офлайне и порядка 3% в онлайн.

X5 Retail Group представлена как в офлайн-формате такими брендами, как «Пятёрочка», «Перекрёсток», «Карусель» и «Чижик», который мы не так давно запустили, и в онлайн: «Перекрёсток Впрок» – это на текущий момент онлайн-гипермаркет, который закрывает миссию покупки впрок; также мы с начала 2019 года запустили сервис экспресс-доставки; и есть ещё два небольших бизнеса: 5Post – это онлайн-бизнес «последней мили», в наших магазинах мы имеем пункты выдачи заказов и локеры, через которые клиенты могут забирать заказы, которые они делают на других онлайн-площадках, тем самым мы увеличиваем трафик в наших магазинах; и не так давно мы приобрели бизнес dark kitchen «Много лосося». Но эти два бизнеса гораздо меньше, чем остальные. Можем остановиться на этом более подробно в нашей сессии Q&A.

Кратко расскажу про наши ключевые форматы офлайн и онлайн. «Пятёрочка» – это около 80% всей выручки X5 и самый крупный бренд, магазин «у дома», нацелен на ценовой сегмент средний-низкий, ассортимент порядка 4500 SKU, представлен по всей России, на текущий момент мы имеем более 17000 магазинов. «Перекрёсток»: порядка 800-900 магазинов, представлены в центральной части России, уже средний ценовой сегмент, ассортимент порядка 8000-15000 SKU, в основном представлены в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Также гипермаркеты «Карусель», на которые приходится порядка 2% выручки X5 Retail Group, этот сегмент находится в стадии трансформации, который мы запустили в конце 2019 года. Мы не верим в сегмент гипермаркетов, поэтому мы считаем, что через год-полтора гипермаркетов в X5 вообще не останется: часть «Каруселей» мы закрываем, часть трансформируем в большие супермаркеты под брендом «Перекрёсток». Но не так давно мы начали пилотировать сегмент жестких дискаунтеров «Чижик»: низкий-средний ценовой сегмент, ассортимент порядка 800 SKU, то есть значительно меньше даже, чем в «Пятёрочке», и основной фокус, конечно, на продукцию собственной торговой марки, которая должна составлять порядка 60%-70% в ассортименте, и цены, безусловно, в «Чижике» ниже, чем в «Пятёрочке». Про «Перекрёсток Впрок» и экспресс-доставку, основные онлайн-форматы, я вкратце рассказал и остановлюсь на них чуть более детально позже.

Если говорить про рыночные доли в продуктовой рознице, то X5 является лидером рынка как в онлайн-формате, так и в офлайн. В офлайн наша рыночная доля – 12,8%, за последний год она увеличилась на 1,5%. Несмотря на то, что рынок сам по себе рос довольно медленно, ключевые игроки в этом сегменте, такие как X5, «Магнит» росли довольно быстрыми темпами, тем самым консолидировали рынок. Если обычная рыночная доля X5 за год прирастает менее, чем на 1 процентный пункт, то за прошлый год мы прибавили аж 1,5%. То есть рынок консолидируется и будет продолжать консолидацию далее.

Если говорить про e-grocery, онлайн в продуктах питания, то мы тоже являемся лидерами с долей 12,6% и остаёмся лидерами по результатам первого квартала, за нами следуют «СберМаркет», который тоже растёт очень агрессивно, следом – «ВкусВилл», Wildberries, «Утконос», традиционный лидер, он занимает пятую позицию, хотя по результатам 2019 года он был лидером рынка.

Если говорить про X5 на горизонте последних 8 лет, то можно заметить, что с 2015 года мы растём быстрее рынка и быстрее основных конкурентов каждый год, при этом на этом графике нет показателей рентабельности, но очень важно отметить, что при таких быстрых темпах роста мы поддерживаем рентабельность по показателю EBITDA на уровне 7%+ и планируем оставаться на этом уровне далее. Это – довольно высокий уровень, если сравнивать X5 с представителями развитых стран Европы и Америки, где в основном этот показатель находится на уровне 5%-6%, то есть мы поддерживаем высокий рост и при этом этот рост является рентабельным и прибыльным для компании.

В конце прошлого года мы представили акционерам нашу стратегию на ближайшие три года до 2023 года. Наша цель – оставаться номером один на рынке еды для наших гостей, для этого мы выделили четыре основных цели, KPI, на 3 года. Цели следующие: ведущие позиции на рынке продуктовой розницы (рыночная доля X5 к 2023 году должна увеличиться как минимум до 15%), при этом на рынке онлайн-ритейла мы планируем занять минимум 20%, то есть увеличить долю с 12,6% на 2020 год. И не стоит забывать, что этот рынок сам по себе растёт колоссальными темпами и увеличится в более чем 4 раза за ближайшие три года. Также мы намерены занять ведущие позиции в сфере цифровизации, мы всё больше инвестируем в цифровую трансформацию и стараемся, чтобы X5 позиционировался не просто как ритейл, а всё больше как цифровая компания. На текущий момент мы уже имеем порядка 15 миллионов пользователей мобильных приложений, то есть показатель MAU – 14,7 миллионов. И мы рассчитываем достигнуть 38 миллионов к 2023 году. При этом доля цифровых бизнесов, на которые сейчас приходится около 1,5% выручки X5, должна составить 5% к 2023 году. Мы работаем в интересах акционеров, поэтому отдельный фокус у менеджмента компании – на рост стоимости компании, капитализации. Также мы будем стараться радовать акционеров высокими дивидендными выплатами, мы остановимся на этом чуть более детально в ходе презентации. И четвертое направление – это забота о сообществе, забота о людях, так называемый фокус на устойчивое развитие компании, не только на операционных и финансовых результатах. Мы как крупнейший продуктовый ритейлер в России просто не можем не думать о том, какое колоссальное влияние X5 оказывает на окружающую среду, поэтому все инициативы по развитию направления устойчивого развития плотно интегрированы в долгосрочную стратегию развития компании X5.

Плавно переходим к результатам первого квартала. Хотел бы начать с макроэкономики первого квартала 2021 года. Мы наблюдаем, что продуктовая инфляция продолжила тренд на ускорение, который начался в конце предыдущего года. Если в четвертом квартале 2020 года продуктовая инфляция составила 5,8%, то в первом квартале это уже 7,5%. Ключевыми факторами ускорения являются инфляция на продукты питания и на продукцию фруктов и овощей, где рост составил порядка 15%. Тренд, наверное, будет продолжаться, но в целом по году мы ожидаем инфляцию на уровне 4%-5%, что в целом комфортный уровень для ритейлеров, потому что низкий уровень инфляции – это неблагоприятная среда, так как в таком случае расходы наших магазинов и нашего бизнеса зачастую растут быстрее, чем выручка магазинов и выручка X5, и в таком случае мы сталкиваемся с негативным эффектом от операционного рычага. Тогда как высокий уровень инфляции – это давление на потребителя, в таком случае мы вынуждены увеличивать долю промо и инвестировать в цены, а уровень 4%-6% – это комфортный уровень для нас.

Потребительский спрос продолжил восстановление с -4% до порядка -1% в первом квартале 2021 года, и также уровень безработицы снизился с 6,1% в четвертом квартале до 5,8% в первом квартале 2021 года. Но в целом стоит отметить, что продовольственная инфляция, которая ускорялась, – это в данном случае некоторая поддержка наших продаж и, можно сказать, это позитивно для ритейла на таких уровнях. Если говорить о результатах X5 в первом квартале 2021 года, выручка ускорилась на 8,1%, если сравнить с первым кварталом 2020 года, это – довольно сильное снижение, но не стоит забывать про высокую вазу. Безусловно, вы знаете, что в марте-апреле прошлого года мы все находились в условиях локдауна, и в тот момент был ажиотажный спрос во всех магазинах, в том числе в магазинах X5, поэтому с середины марта мы наблюдали довольно сильное замедление ожидаемых темпов роста выручки, то есть это всё было в рамках бюджета. Но если сравнить с результатами января и февраля, то, безусловно, мартовские продажи были ниже, но с середины апреля мы видим восстановление продаж. Вчера на звонке с институциональными фондами мы озвучивали, что по 26 апреля наши продажи в апреле растут на 6,8%, в то же самое время с 19 апреля, после того как мы постепенно начали выходить из этой высокой ковидной базы, продажи выросли до более чем 15%, при этом рост сопоставимых продаж превысил 5,8%.

Сопоставимые продажи в первом квартале составили 2,1 процентных пункта. И стоит отметить, что несмотря на определенное ожидаемое замедление выручки, мы смогли удержать рентабельность EBITDA на уровне 7%. Это оказалось выше ожиданий аналитиков и инвесторов, поэтому в целом результаты воспринимаются

и, я надеюсь, дальше будут восприниматься в позитивном ключе, и рентабельность чистой прибыли выросла на 0,1 процентный пункт от выручки. И показатель чистый долг EBITDA находится на комфортном уровне, 1,6. Напомню, что при уровне долга ниже 2, чистый долг EBITDA, мы можем и будем продолжать выплачивать дивиденды.

Пару слов о результатах онлайн-бизнесов, которые демонстрируют, конечно, колоссальные темпы роста, почти в четыре раза. 10,5 миллиардов рублей – это продажи за первый квартал 2021 года, тогда как год назад они составили 2,3. Количество заказов «Перекрёсток Впрок» составило порядка 1 миллиона, количество заказов экспресс-доставки – около 4, и количество заказов 5Post тоже растёт колоссальными темпами. Доля цифровых бизнесов в консолидированной выручке X5 в Москве и Московской области составила на сегодняшний момент почти 5%. И как я сказал ранее, у нас уже 15 миллионов пользователей цифровых сервисов.

Далее скажу о дивидендах, ещё в конце марта мы объявили вторую дивидендную выплату по результатам 2020 года, которая составила 30 миллиардов рублей. В общей сложности мы планируем заплатить 50 миллиардов по результатам 2020 года. Рост составляет около 70% по сравнению с предыдущим годом. Дивидендная доходность – около 8%, что для ритейла весьма неплохо. И мы планируем далее наращивать дивидендные выплаты от текущего объема – 50 миллиардов рублей. Последняя выплата должна быть одобрена на собрании акционеров в начале или в середине мая, и 27 мая – это экс-дивидендная дата: если до этой даты вы являетесь акционерами X5, вы получите дивиденды. Выплата состоится в начале второй половины года.

И закончить свою презентацию я хотел бы некоторыми ключевыми событиями первого квартала и апреля 2021 года. Конечно, главное событие, которое мы сообщили инвесторам в конце прошлой недели, это – то, что Светлана Демяшкевич, наш финансовый директор, приняла решение покинуть компанию, с 17 мая её должность займет Всеволод Старухин, который имеет довольно большой опыт работы в абсолютно различных секторах, в том числе в зарубежных странах, большой опыт работы как финансовым директором, так и генеральным директором.

Также, как я уже говорил ранее, мы вышли в новый сегмент онлайн – dark kitchen: мы приобрели компанию «Много лосося», это аналог «Кухни на районе», которая, может быть, для кого-то это – чуть более знакомый игрок, который сейчас находится под контролем компании «Сбербанк». Мы также рассчитываем увеличивать наше присутствие в этом весьма обещающем в сегменте. Вы знаете, что мы довольно большое внимание уделяем инновациям, поэтому в партнерстве с Visa и «Сбербанком» X5 запустила инновационный сервис оплаты взглядом на кассах самообслуживания. Мы уже подключили несколько десятков магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток» к этому проекту.

Мы получили премию East Capital за лучшее корпоративное управление, и также X5 вошёл в тройку самых экологичных компаний России; это как раз в тему устойчивого развития и нашего фокуса на трендах о заботе об окружающей среде и влиянии, которое X5 оказывает на экологию, на наших сотрудников, на потребителей. Это – одно из ключевых направлений, ещё раз подчеркну, и мы будем дальше уделять большое внимание этим аспектам.

На этом, наверное, мы закончим вводную презентацию и дальше с удовольствием ответим на ваши вопросы.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Андрей, спасибо большое за такой подробный экскурс. И первый уточняющий вопрос по презентации: можешь ли ты, пожалуйста, объяснить, что такое цифровые бизнесы в нашем случае?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Давайте я вернусь к слайду, который мы показывали в начале. На этом слайде то, что показано на правой части, «онлайн-форматы» – это как раз то, что мы подразумеваем под цифровыми бизнесами, это – «Перекрёсток Впрок», который ориентирован на «миссию дозакупки», это порядка 60000 SKUs. Давайте я расскажу вкратце и потом остановлюсь более детально на каждом из них. Потом это – экспресс-доставка из магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток» в течение 40-60 минут. Если «Перекрёсток Впрок» – это широкий ассортимент и доставка с каким-то временным лагом, обычно на следующий день, то экспресс-доставка – это узкий ассортимент, но доставка в течение короткого промежутка времени. Также «Много лосося», про который я рассказывал, dark kitchen. Как это работает? Через приложение мы делаем заказ еды, в специальных «тёмных кухнях» мы эту еду производим, у нас нет возможности потребителю в данной локации съесть то, что он купил, мы курьерами доставляем эту еду обычно домой. На текущий момент мы имеем 26 таких dark kitchen, 4 бренда, ключевой из них – «Много лосося», порядка 60000 заказов в день уже. И четвертый сервис – это 5Post, бизнес e-commerce «последней мили». В наших магазинах установлены пункты выдачи заказов и специальные локеры, и пользователи могут через AliExpress, «Яндекс.Маркет», Ozon сделать какой-либо заказ и имеют возможность забрать этот заказ в пункте выдачи заказа или в локере, которые находятся в наших магазинах. Таким образом, это, в том числе, увеличивает конверсию трафика в наши магазины. Но ключевые бизнесы – это «Перекрёсток Впрок» и экспресс-доставка, которые доминируют в цифровых бизнесах X5. «Перекрёсток Впрок» мы развиваем с 2017 года, у нас уже есть 5 dark store, которые абсолютно обособлены от распределительных центров в офлайне, около 500 грузовиков, и водители грузовиков в то же самое время являются курьерами, которые доставляют эти заказы тем, кто сделал заказ через онлайн-приложения или через веб-сайт. И про экспресс-доставку также сказал, на настоящий момент это – «Пятёрочка Доставка» и «Перекрёсток Быстро». В общей сложности на эти цифровые сервисы приходится уже около 2% выручки, и мы рассчитываем увеличить до 5% в выручке X5.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Спасибо. У нас есть сразу несколько вопросов по одной теме, она действительно очень важная. Недавно стало известно о том, что правительство России одобрило денонсацию налогового соглашения с Нидерландами, что напрямую касается X5, которая зарегистрирована в Голландии. Безусловно, это касается и наших инвесторов, которые сейчас платят с дивидендов только налог в 15%, и других налогов с дивидендов у нас нет. В связи с этим несколько вопросов. Нас просят доступно объяснить, какой налог будет уплачен с дивидендов, учитывая разрыв договора с Нидерландами. Сколько с меня, как с инвестора, будут снимать: 13% в 15% или 28%? И другой вопрос: что в принципе в компании думают об отмене договора между Россией и Голландией?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Постараюсь ответить сразу на два вопроса. По поводу дивидендов: сейчас 15% – это налог, который мы платим, и кроме этого налога ничего платить не нужно. По крайней мере в 2021 году мы рассчитываем, что разрыв между Россией и Нидерландами не окажет какого-либо влияния на публичные компании. X5 – это не единственная компания, которая сталкивается с этой проблемой: есть ещё один из крупнейших IT игроков, который тоже зарегистрирован в Нидерландах. Мы рассчитываем на то, что будут определенные поблажки в сторону публичных компаний, и уже ведутся переговоры на эту тему. Но в любом случае на дивидендные выплаты, которые будут осуществлены в 2021 году, никакого эффекта это не окажет, поэтому мы не думаем, что в текущий момент это затронет акционеров. Если будут какие-то уточнения в течение этого года, безусловно, мы будем давать дополнительные разъяснения ритейл-инвесторам на следующих конференциях. Мы регулярно проводим встречи с ритейл-инвесторами, как на конференциях, организованных брокерами, так и сейчас мы планируем на ежеквартальной основе общаться, поэтому на текущий момент разъяснения такие. Если будут какие-то более детальные пояснения, мы будем вас информировать. Но пока что будем продолжать платить 15%, кроме этого налога никаких других налоговых начислений не будет.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Спасибо. Другой важный вопрос: нам справедливо пишут, что стоимость компании падает более полугода. Что происходит с капитализацией компании? Всё равно ли менеджменту? Почему не проводится IPO онлайн-бизнесов или байбэк? В связи с байбэком ещё есть несколько вопросов одного и того же характера: планируем ли мы проводить байбэк?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

На текущий момент мы не рассматриваем проведение байбэка. Есть три опции, каким образом мы можем распределять капитал: либо выплачивать дивиденды, либо проводить байбэк, либо проводить снижение долговой нагрузки. По байбэку, такой вариант рассматривался, мы обсуждали его вместе с акционерами и с нашим наблюдательным советом, и на текущий момент мы приняли решение по этому направлению не двигаться, но, опять же, это – одна из опций, которая может быть рассмотрена на более долгосрочном горизонте.

И второй вопрос, IPO, здесь есть несколько стратегических опций дальнейшего развития цифровых бизнесов, мы в любом случае планируем выделение цифровых бизнесов в отдельную структуру, подконтрольную X5. И после выделения будет три опции: стратегическое партнерство с каким-либо игроком либо в продуктовой рознице, либо в онлайн; либо проведение так называемой сделки private placement и привлечение финансового инвестора; либо проведение сделки IPO. Если мы в конечном итоге примем решение проводить IPO наших цифровых бизнесов, то горизонт – это конец 2022, начало 2023 года. Сейчас мы активно работаем над различными структурами выделения онлайн-бизнесов и планируем вынесение этого вопроса на наблюдательный совет X5 в июне этого года, после одобрения структуры мы будем делать определенное мероприятие для инвесторов, на котором дадим более детальные вводные по этому проекту.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Вопрос о том, почему с октября происходит коррекция бумаг X5. Какие причины вы видите для этого?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Действительно, с октября 2020 года акции, глобальные депозитарные расписки X5 снижались; здесь есть ряд факторов, которые, в основном, не отражают фундаментальную стоимость акции. Первый фактор – это то, что ряд институциональных инвесторов перекладывались в другие сектора, которые перформили не так хорошо, как продуктовый ритейл в 2020 году, потому что ключевые игроки продуктового ритейла всё же продемонстрировали неплохие результаты, и акции показывали более позитивную динамику, чем другие секторы в течение 2020 года. И на фоне появления новостей о изобретении вакцины и потенциальном завершении пандемии ряд инвесторов стали перекладываться из сектора ритейл в такие сектора, как Metal&Mining, Oil&Gas, инфраструктурные проекты, инфраструктурные компании, и был определенный отток из ритейл-сектора, поэтому акции X5 и других ритейл-игроков снижались. Если говорить про 2021 год, здесь было два фактора: вы знаете, что было размещение другой компании ритейла, Fix Price, и размещение было на Лондонской бирже, ряд инвесторов X5 и «Магнита» продавали некоторую долю X5, чтобы освободить средства под покупку доли Fix Price в IPO, поэтому где-то в феврале или начале марта было определенное давление из-за этого. И фактор, который напрямую связан с деятельностью компании: ряд инвесторов был недоволен довольно низкой маржой X5 в четвертом квартале, несмотря на то, что в целом по году уровень рентабельности был на высоком уровне, выше бюджета и выше рыночных ожиданий, но за четвертый квартал это было всё же ниже ожиданий аналитиков и инвесторов. Поэтому после объявления наших результатов 18 марта также было определенное снижение котировок X5. Но мы уже отработали

первый квартал, который был довольно сильным с точки зрения рентабельности, второй и третий кварталы обычно ещё сильнее. Мы видим ускорение темпов роста выручки с середины апреля и надеемся на то, что котировки X5 будет восстанавливаться. Если посмотреть, как минимум на рекомендации аналитиков и ключевых брокеров, то фундаментальная стоимость компании значительно выше, чем текущая капитализация.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Вопрос про дивиденды. Планируете ли вы переход к ежеквартальным дивидендам? По мнению нашего инвестора, это бы повысило устойчивость капитализации компании после дивидендных отсечек и улучшило бы инвестиционную привлекательность.

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Недавно мы уже поменяли дивидендную политику и перешли на выплаты с одного раза в год на два раза в год, теперь мы платим по результатам 9 месяцев в конце каждого года, обычно в конце декабря, и вторая выплата – по результатам года: объявление в конце марта с выплатой в середине года. Мы считаем, что этого, наверное, достаточно, мы будем и дальше анализировать, какая периодичность выплат наиболее комфортна для инвесторов. Здесь есть различные мнения, но на текущий момент мы считаем, что два раза в год – это комфортный уровень, и видим, что многие игроки в России, в том числе в ритейле, придерживаются именно такой практики. Но если будет запрос от большого количества инвесторов на переход к ежеквартальным выплатам, можно и такой вариант рассмотреть.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

И второй вопрос про дивиденды: какой уровень долга компания считает для себя приемлемым? Не создают ли высокие выплаты дивидендов риски в части размера долговой нагрузки?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

По дивидендной политике максимальный уровень долга, при котором мы можем выплачивать дивиденды, то есть максимальный уровень показателей чистый долг и EBITDA составляет 2. На текущий момент у нас 1,6, то есть значительно ниже этого уровня. Внутри компании мы планируем придерживаться максимального уровня 1,7-1,8, что комфортно для нас. Я не думаю, что мы будем в среднем по году сильно выше этого уровня, если только в некоторых кварталах. Но в целом стратегия компании – поддерживать уровень долга на уровне 1,5-1,7, при этом поддерживать уровень рентабельности EBITDA выше 7%, поддерживать уровень роста бизнеса выше 10%. Капитальные затраты будут увеличиваться не быстрее выручки, в прошлом году они составляли 90 миллиардов и будут расти медленнее, чем выручка, то есть мы будем генерировать всё больше свободного денежного потока и направлять его на дивидендные выплаты. Поэтому, как я сказал ранее, мы считаем возможным от уровня 50 миллиардов по результатам 2020 года увеличивать дивиденды и далее.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Отличные новости. Следующий вопрос про квартальные результаты. Первый квартал был хуже четвертого по результатам, в первую очередь, по темпам роста. Не думаете ли вы, что после года пандемии, когда была изоляция и прочие факторы, у вас уже не получится показывать такие хорошие результаты, как 2020 году?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Мы уже прокомментировали причины снижения темпов роста выручки в первом квартале и видим, что уже в апреле идет довольно быстрое восстановление до уровня выше 15%. В бюджете по году мы закладываем темпы роста выручки выше 10%. Как мы сказали на Дне Инвестора, в ближайшие три года мы точно рассчитываем, что выручка X5 будет расти более 10%, мы видим, какими темпами развиваются цифровые бизнесы, которые растут 4x в год, и на этот год мы моделируем рост более чем в 2 раза. При этом традиционный ритейл тоже демонстрирует неплохие результаты: «Пятёрочка», наш ключевой игрок, мы видим очень высокие показатели сопоставимых продаж, мы видим высокую отдачу от реконструкции магазинов, в новом формате уже 17% «Пятёрочек» работают. После реконструкции сопоставимые продажи растут более чем на 10%, поэтому это – дополнительный драйвер роста выручки в дальнейшем, поэтому мы считаем, что будем продолжать демонстрировать такие высокие темпы роста, выше конкурентов; я надеюсь, что мы будем и дальше расти, при этом сохраняя высокий уровень рентабельности, не падая ниже 7% по EBITDA.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Наш инвестор пишет, что, вероятно, снижение покупательской способности населения сохранится. Закладываете ли вы в планы этот риск для магазинов «Пятёрочка»? Какие меры сохранения выручки по среднему чеку вы планируете или всё решит увеличение трафика с новых магазинов?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Безусловно, если посмотреть на макростатистику за последние несколько лет, реальные располагаемые доходы населения не росли, в некоторых годах было даже снижение. «Пятёрочка» кстати, как и ключевые федеральные игроки, имеет самые низкие цены по сравнению с традиционной розницей, с мелкими региональными игроками, поэтому в любом случае, если потребитель будет оставаться чувствительным к цене, то, скорее всего, выбор будет падать на сети с самыми низкими ценами; обычно это – «Пятёрочка», «Магнит», ряд других игроков. Поэтому в некоторой степени это только привлекает дополнительный трафик в наши магазины, но, если смотреть на качество корзины, за последние несколько кварталов мы видим, что качество корзины тоже росло. Это, в том числе, обусловлено тем фактом, что мы до сих пор наблюдаем определенное давление на сектор HoReCa: ресторанный бизнес до сих пор не восстановился, ряд клиентов полностью перешли с ресторанов на домашнее питание или на заказ онлайн. Безусловно, за счёт такого изменения в структуре потребления мы видим, что качество корзины весь последний год только увеличивалось. Посмотрим, что будет дальше. Например, мы тестируем новый формат «Чижик», который как раз ориентирован на потребителя с более низким средним чеком. Мы ожидаем, что уровень каннибализации между «Пятёрочкой» и «Чижиком» будет довольно ограничен, потому что целевые аудитории довольно разные, но, безусловно, мы видим, что образуется новый кластер клиентов, который скорее будет ходить за покупками базового ассортимента в «Чижик» и уже покупать те товары, которые недоступны в «Чижике», в «Пятёрочке» или других специализированных ритейлерах.

Резюмируя, мы уже находимся в ситуации, когда реальные располагаемые доходы населения не растут с 2015 года, и, несмотря на это, мы продолжаем демонстрировать высокие уверенные темпы роста и высокий уровень рентабельности и возврата на инвестированный капитал по открытиям новых магазинов в том числе.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

И второй вопрос, тоже про макроэкономику: как на финансовые показатели Группы влияет заморозка цен на ряд товаров, например, на сахар и на масло? Какая отдача на финансовые показатели ожидается в условиях роста продуктовой инфляции?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

На текущий момент на очень ограниченный набор товаров устанавливается наценка, по крайней мере на текущий момент, поэтому какого-то значительного влияния на наш финансовый результат мы не наблюдаем. Мы даже в конце прошлого года сами без какого-либо государственного регулирования обнулили наценку на ряд социально-значимых товаров. Но опять же в масштабах Группы это – не такие большие объемы, и с точки зрения влияния на валовую маржу, на рентабельность по показателю EBITDA, это, конечно, не столь значимо. Я бы сказал, что в конце прошлого года мы без этого обнуления наценки сознательно увеличили долю промо и инвестировали в цены, уже имея довольно большой запас по высокому уровню рентабельности за 9 месяцев 2020 года; это было сделано, чтобы поделиться нашими доходами с ключевым стейкхолдером – потребителем – перед высоким новогодним сезоном; и в том числе привлечь дополнительный трафик и повысить лояльность клиентов в начале года. Поэтому в начале 2021 года мы видели очень высокие показатели продаж и рост сопоставимых продаж в магазинах. Все эти эффекты от ценовых инвестиций мы наблюдаем в дополнительных продажах в магазинах.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Некоторые наши инвесторы интересуются дальнейшей экспансией X5. Расскажи, пожалуйста, есть ли у нас планы расширения сети на восток, Красноярский край, Краснодарский край, Дальний Восток, в страны СНГ – Белоруссию и Казахстан? Планируем ли мы открываться где-то помимо России? И какая стратегия расширения после насыщения рынка ритейла в России будет у X5 после этого?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

В Краснодарском крае мы уже присутствуем. Если говорить про Дальний Восток, где у нас ещё нет магазинов, то и туда мы доберемся на горизонте нескольких лет, но пока что и в тех семи федеральных округах, в которых мы присутствуем, есть, куда развиваться. В Сибирь, например, мы вышли в 2016 году, но до сих пор наша рыночная доля там довольно незначительна. Поэтому пока что планируем наращивать нашу рыночную долю и присутствие в тех регионах, где мы уже есть, потом, наверное, будет Дальний Восток.

Страны СНГ мы всегда анализируем, например, Казахстан был одной из опций, но опять же, пока что решение не принято, и на краткосрочной-среднесрочной перспективе мы этого не планируем.

С точки зрения насыщения внутри России мы планируем открываться во всех регионах, где мы уже присутствуем. Единственное исключение – это некоторые регионы Северо-Запада России, в первую очередь, Санкт-Петербург и Ленинградская область, где наша рыночная доля превышает 25%. Это – максимальный уровень, установленный Федеральной антимонопольной службой. Там мы открывать магазины уже не можем, но можем развивать онлайн, потому что онлайн не подпадает под это ограничение. Но во всех остальных регионах мы будем продолжать активно развиваться, включая Москву, например, наиболее привлекательный для нас рынок, где рыночная доля всего 15%, то есть ещё 10% запас. На этот год мы планируем открытие 1500 магазинов по всей России и ожидаем, что рыночная доля продолжит расти.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Просят уточнить про 25% рынка и Санкт-Петербург. Означает ли это, что «Чижика» не будет в Санкт-Петербурге или часть «Пятёрочек» будет переделана в «Чижик»?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Пока что в Санкт-Петербурге мы открывать не можем, у нас рыночная доля выше, чем 25%, поэтому пока будем открывать магазины «Чижик» в других регионах.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Отлично, спасибо. В чате нас уже просят открыться в Иркутске, к слову. Следующий вопрос будет как раз про онлайн: расскажите, пожалуйста, подробнее про сервис доставки «Около». Это прямой конкурент Delivery Club и «Яндекс.Еда»? В чём его преимущество относительно основных конкурентов?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Когда я говорил про наши цифровые бизнесы в контексте экспресс-доставки, я не останавливался более детально на сервисе «Около». Мы запустили этот сервис в конце прошлого года, сейчас работаем над финальной стратегией развития этого сервиса, конечный итог – это примерно аналог Delivery Club и «Яндекс.Еда». Сейчас это доставка из магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток» курьерами «Около»; вы уже, наверное, видели в Москве курьеров, одетых в оранжевую форму, аналог как раз Delivery Club и «Яндекс.Еда». Но мы уже начинаем подключать к этому сервису рестораны быстрого питания, например, в ближайшее время, я надеюсь, будет подключен McDonald's, ключевой игрок, но всё больше будет партнерств с ресторанным бизнесом, с аптеками, с игроками non-food, может быть, органической еды – в общем, любого ассортимента, смежного с рынком еды. Поэтому стратегия развития пока что в этом направлении, то есть в дополнение к опции экспресс-доставки из магазинов X5 будет опция доставки из ресторанов и других игроков рынка еды.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Следующий вопрос про 5Post. Есть ли в планах компании развить доставку с использованием постаматов, приспособленных для хранения продуктов?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Хороший вопрос. У нас ряд постаматов уже переоборудуется, и как раз 5Post весьма комплементарен и может быть дополнен к предложению, например, «Перекрёстка Впрок», и вот эти пункты выдачи заказа могут быть и будут использоваться для опций click-and-collect для потребителей через эти пункты выдачи заказов, поэтому часть постаматов будет переоборудована под это.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Ещё один вопрос про IPO онлайн-бизнесов. Расскажите, пожалуйста, как IPO может повлиять на акции самой X5.

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Если смотреть на оценки нашего онлайн-бизнеса, которые мы получили от инвестбанков исходя из GMV и выручки «Впрок», экспресс-доставки 5Post и «Много лосося», то оценка колеблется от \$3 до \$4,5 миллиардов при размещении в конце 2022, начале 2023 года. Но, опять же, хотел бы сказать, что это – не единственная опция развития онлайн-сервисов, обсуждаются различные варианты. Но в случае IPO это должно в любом случае позитивно повлиять на стоимость X5 Retail Group, потому что мы планируем сохранение доли в этом бизнесе и считаем, что онлайн-сервисы заслуживают более высокой оценки, чем традиционный ритейл. Даже если посмотреть на мультипликаторы X5, «Магнита», «Ленты» и, например, мультипликаторы по недавнему размещению Ozon или других цифровых онлайн-игроков (допустим, Allegro), конечно же, там мультипликаторы на порядок выше, чем в традиционном ритейле. Поэтому в случае проведения IPO и для акционеров X5 это должно позитивно отразиться на стоимости GDR.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Спасибо. Ещё одно уточнение про дивиденды, что означает положение дивидендной политики о том, что дивиденды будут оставаться стабильными в рублях? Значит ли это, что выплаты уже не будут менее 50 миллиардов рублей?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Мы считаем, что есть потенциал для сохранения дивидендных выплат как минимум на уровне 50 миллиардов рублей и далее. Безусловно, многое зависит от результатов компании. Если мы будем проводить какие-то сделки, где нам потребуется больший объем средств (на текущий момент этого не планируется, но всё возможно) – так вот, в таких случаях, возможно, дивидендные выплаты будут меньше. Но у нас, у менеджмента, у наблюдательного совета, у ключевых акционеров есть желание наращивать дивидендные выплаты далее от текущего уровня в 50 миллиардов. И мы считаем, что по результатам 2021 года и далее это вполне возможно.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Вернемся к онлайн. Интересуются, чем сервисы X5 лучше тех же сервисов от «Яндекс» и «СберМаркет»?

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Я считаю, что наше конкурентное преимущество именно в омниканальности, в том, что мы являемся лидерами как в онлайн, так и в офлайн. Офлайн-бизнес мы развиваем уже более 20 лет, и у нас, как я сказал, более 17000 магазинов, более 40 РЦ, порядка 20 миллионов клиентов посещают «Пятёрочку» ежедневно, у нас есть программа лояльности, которая раскручена по всей России, через которую мы аккумулируем огромное количество данных о клиентах. Поэтому не стоит забывать, когда мы говорим о конкуренции с другими игроками, такими как «Яндекс», «Сбер», Ozon, которые, конечно, гораздо более продвинуты в плане IT или понимания технологии процесса, умения работы с данными, в то же самое время мы лучшие с точки зрения офлайн-инфраструктуры и понимания вообще ритейла в целом. Поэтому комплементарное дополнение онлайн и офлайн – это одно из ключевых преимуществ. При этом не стоит забывать про закупочную силу: мы как крупнейший игрок имеем закупочные условия от поставщиков, которые гораздо лучше, чем у любого игрока в России, и объёмы закупок только увеличиваются, и мы рассчитываем, что от федеральных игроков мы будем продолжать получать всё более выгодные условия; это также немаловажно. Плюс ко всему, сильные бренды, которые мы развиваем уже на протяжении нескольких десятилетий: «Пятёрочка», «Перекрёсток». «Пятёрочка», например, в пандемию была брендом номер один, обогнав даже «Сбербанк» по узнаваемости и по привлекательности, поэтому это также очень важно. Даже в онлайн мы не только «подошли к снаряду», но занимаемся развитием этого бизнеса еще с 2017 года. Поэтому все эти факторы очень важны, мы уверены, что мы будем одним из ключевых игроков не только в офлайн-ритейле, но и в онлайн, несмотря на то, что в этом секторе продуктовой розницы конкуренция, конечно, абсолютно другого характера, и мы также узнаем много нового и адаптируем нашу бизнес-модель к новой реальности. Потому что в офлайне в целом всё понятно, действия конкурентов понятны, тогда как в развитии направления digital всё очень быстро меняется, и ты вынужден довольно быстро адаптироваться к новым реальностям, к новым трендам. Но мы надеемся, что мы достойно встретим эти вызовы и останемся ключевым игроком и выбором номер один у нашего покупателя.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

Спасибо. Еще вопрос про онлайн, но с несколько другой стороны. Пишут: Андрей, у вас достаточно неинформативный корпоративный сайт: мы не смогли оперативно найти ссылку на звонок 27 апреля по результатам первого квартала и не смогли найти опцию подписки на рассылку на корпоративные новости компании. Просят это прокомментировать.

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Коллеги, не первый раз слышим такой запрос. В настоящий момент мы работаем над изменением веб-сайта. Я надеюсь, что через 1-2 квартала мы обновим наш веб-сайт и с точки зрения дизайна, и с точки зрения наполнения, и все эти функции будут доступны. Даже на этот сайт попробуем интегрировать всё, о чём вы просите, в том числе будем стараться все наши маркетинговые материалы и презентации также адаптировать под русскоязычную аудиторию. Поэтому мы такой фидбек от ритейл-инвесторов получаем и стараемся меняться.

Эмма Терченко, Менеджер по связям с инвесторами

На этой ноте, наверное, будем заканчивать, поскольку прошёл уже час. Большое спасибо, дорогие друзья, за интересные вопросы. Мы очень надеемся, что звонок был вам полезен, и будем вам признательны за любую обратную связь, за дополнительные вопросы; наши контакты вы могли видеть на слайдах. Мы продолжаем быть с вами на связи, и следующий подобный звонок состоится по результатам второго квартала, это будет примерно в середине августа. Хорошего вечера и до встречи.

Андрей Васин, Начальник управления по связям с инвесторами

Спасибо. Всем хорошего вечера и до свидания.