

## ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПО ИТОГАМ 2 КВАРТАЛА И ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2012 ГОДА<sup>(1)</sup>

Москва, 13 июля 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 второго квартала и первого полугодия 2012 года.

### Основные показатели 2 квартала 2012 г.

- Консолидированная чистая розничная выручка выросла по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 10,0% в рублевом выражении до 123 446 млн. рублей;
- Рост выручки за счет органического развития составил 11,1% в рублевом выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, при этом сопоставимые продажи (LFL) снизились на 1,1%;
- Сопоставимые продажи (LFL) «мягких» дискаунтеров выросли на 2,1% в рублевом выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года;
- В июне 2012 года общие сопоставимые продажи (LFL) увеличились на 2,9% в рублевом выражении, что обусловлено 6,5%-ным увеличением сопоставимых продаж (LFL) в «мягких» дискаунтерах;
- Количество магазинов увеличилось на 159, включая 148 «мягких» дискаунтеров, четыре супермаркета, 19 магазинов формата «у дома» и закрытие 12 магазинов;
- Компания увеличила чистую торговую площадь на 50 тыс. кв.м;

### Основные показатели первого полугодия 2012 г.

- Выручка выросла по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 7,2% в рублевом выражении до 240 325 млн. рублей;
- Рост выручки по сравнению с аналогичным периодом прошлого года за счет органического развития составил 9,7% в рублевом выражении, при этом сопоставимые продажи (LFL) снизились на 2,5%;
- Количество магазинов увеличилось на 296, включая 274 «мягких» дискаунтеров, 11 супермаркетов, 35 магазинов формата «у дома» и закрытие 24 магазинов;
- Компания увеличила чистую торговую площадь на 93 тыс. кв. м.

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

### Динамика количества магазинов и торговых площадей <sup>(1) (2)</sup>

|                                | Чистый прирост <sup>(3)</sup> |               | % изменения по сравнению с |             | % изменения по сравнению с |              |
|--------------------------------|-------------------------------|---------------|----------------------------|-------------|----------------------------|--------------|
|                                | 30-06-12                      | 1 пол. 2012   | 31-12-11                   | 31-12-11    | 30-06-11                   | 30-06-11     |
| <b>Торговая площадь, кв.м.</b> |                               |               |                            |             |                            |              |
| Гипермаркеты                   | 371 293                       | -             | 371 293                    | 0.0%        | 342 545                    | 8.4%         |
| Супермаркеты                   | 358 751                       | 11 485        | 347 266                    | 3.3%        | 320 611                    | 11.9%        |
| «Мягкие» дискаунтеры           | 1 071 936                     | 75 882        | 996 055                    | 7.6%        | 931 104                    | 15.1%        |
| Магазины «у дома»              | 18 061                        | 5 389         | 12 671                     | 42.5%       | 10 271                     | 75.8%        |
| <b>Итого X5 Retail Group</b>   | <b>1 820 041</b>              | <b>92 756</b> | <b>1 727 285</b>           | <b>5.4%</b> | <b>1 604 530</b>           | <b>13.4%</b> |
| <b>Количество магазинов</b>    |                               |               |                            |             |                            |              |
| Гипермаркеты                   | 77                            | -             | 77                         | 0.0%        | 70                         | 10.0%        |
| Супермаркеты                   | 341                           | 11            | 330                        | 3.3%        | 307                        | 11.1%        |
| «Мягкие» дискаунтеры           | 2 783                         | 258           | 2 525                      | 10.2%       | 2 252                      | 23.6%        |
| Магазины «у дома»              | 97                            | 27            | 70                         | 38.6%       | 54                         | 79.6%        |
| <b>Итого X5 Retail Group</b>   | <b>3 298</b>                  | <b>296</b>    | <b>3 002</b>               | <b>9.9%</b> | <b>2 683</b>               | <b>22.9%</b> |

Во 2 квартале 2012 года общее количество магазинов X5 увеличилось на 159, включая 140 «мягких» дискаунтеров, четыре супермаркета, 15 магазинов формата «у дома» и закрытие 12 магазинов, что привело к увеличению торговых площадей на 50 487 кв. м. В первом полугодии 2012 года увеличение торговых площадей составило 92 756 кв. м. или 5,4% по сравнению с 31 декабря 2011 года.

Основной рост произошел за счет открытия новых «мягких» дискаунтеров в регионах, на долю которых пришлось примерно половина увеличения торговых площадей, а также расширение данного формата в Центральном и Северо-Западном регионах.

Общая торговая площадь выросла на 215 511 кв.м., или 13,4%, что вызвало рост продаж в июне 2012 года на 15,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Увеличение торговой площади во 2 квартале 2012 в первую очередь вызвано ростом торговой площади «мягких» дискаунтеров, увеличившейся по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 15,1%.

На 30 июня 2012 года под управлением X5 находится 3 298 магазинов (1 820 тыс. кв. торговой площади). Компания присутствовала в 607 населенных пунктах европейской части России, Урала и Украины.

- (1) В данной таблице магазины «Копейка» консолидированы по форматам (супермаркеты и «мягкие» дискаунтеры), отражая результаты ребрендинга в данные форматы из формата «мягкого дискаунтера».
- (2) Незначительные отклонения в расчете % изменения и итогов в этой и других таблицах настоящего пресс-релиза объясняются округлением.
- (3) В первом полугодии 2012 года X5 закрыла 16 «мягких» дискаунтеров и восемь магазинов «у дома» по причине их несоответствия критериям эффективности.

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

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

| Млн. руб.                                    | 2 кв. 2012       | 2 кв. 2011       | %<br>изменения | 1 пол.<br>2012   | 1 пол.<br>2011   | %<br>изменения |
|--|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|
| Гипермаркеты                                 | 15 010,0         | 16 662,4         | (9,9%)         | 30 175,6         | 33 014,1         | (8,6%)         |
| Супермаркеты                                 | 26 058,1         | 24 679,4         | 5,6%           | 51 931,6         | 49 832,8         | 4,2%           |
| «Мягкие» дискаунтеры                         | 81 200,0         | 70 086,6         | 15,9%          | 156 106,4        | 139 710,7        | 11,7%          |
| Магазины «у дома»                            | 1 106,6          | 738,5            | 49,8%          | 2 013,7          | 1 404,7          | 43,4%          |
| Интернет-торговля <sup>(3)</sup>             | 71,8             | 30,9             | 132,1%         | 98,2             | 224,2            | (56,2%)        |
| <b>Итого чистая розничная<br/>выручка X5</b> | <b>123 446,5</b> | <b>112 197,9</b> | <b>10,0%</b>   | <b>240 325,5</b> | <b>224 186,5</b> | <b>7,2%</b>    |

Консолидированная чистая розничная выручка X5 за второй квартал 2012 года составила 123 446 млн. рублей, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 10,0%. Увеличение консолидированной чистой розничной выручки, в основном, обусловлено расширением промо-активности и маркетинговых кампаний, улучшением доступности товара на полке (в особенности фруктов и овощей), улучшением результатов сопоставимых продаж (LFL) в «мягких» дискаунтерах, а также результатами деятельности магазинов, открытых в течение последних двух лет, включая бывшие магазины «Копейка». Негативное влияние оказали более низкая в сравнении с ожиданиями инфляция и результаты деятельности гипермаркетов.

Чистая розничная выручка гипермаркетов в рублевом выражении снизилась на 9,9% во 2 квартале 2012 по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в первую очередь в связи с отменой программы лояльности сети магазинов, что отрицательно сказалось как на покупательском трафике, так и на среднем чеке. Участвовавшие в программе лояльности покупатели, как правило, приобретали больше товаров, чтобы воспользоваться скидками, что увеличивало средний чек в ущерб рентабельности. Негативное влияние на продажи, вызванное отменой программы, было компенсировано увеличением рентабельности гипермаркетов, тем не менее, мы продолжаем работать над ассортиментом, доступностью товара на полке и планировкой магазина, чтобы создать уникальную и надежную модель гипермаркета.

(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 2 кв. и первое полугодие 2012 г.

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

(3) 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», измененная Интернет модель розничной торговли Компании

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

|                                  | 2 кв.<br>2012 | 2 кв.<br>2011 | % изменение   | 1 пол.<br>2012 | 1 пол.<br>2011 | % изменение   |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>Средний чек, руб.</b>         |               |               |               |                |                |               |
| Гипермаркеты                     | 577,3         | 625,2         | (7,7%)        | 588,0          | 628,5          | (6,4%)        |
| Супермаркеты                     | 388,4         | 380,5         | 2,1%          | 403,5          | 393,6          | 2,5%          |
| «Мягкие» дискаунтеры             | 263,2         | 265,1         | (0,7%)        | 268,6          | 272,2          | (1,3%)        |
| Магазины «у дома»                | 222,6         | 210,5         | 5,8%          | 230,3          | 219,8          | 4,8%          |
| Интернет-торговля <sup>(2)</sup> | 1 669,8       | 5 423,8       | (69,2%)       | 1 728,7        | 5 282,4        | (67,3%)       |
| <b>Итого</b>                     | <b>303,6</b>  | <b>312,4</b>  | <b>(2,8%)</b> | <b>312,1</b>   | <b>321,0</b>   | <b>(2,8%)</b> |
| <b>Кол-во покупок, млн.</b>      |               |               |               |                |                |               |
| Гипермаркеты                     | 29,7          | 30,5          | (2,6%)        | 58,5           | 60,2           | (2,8%)        |
| Супермаркеты                     | 76,5          | 74,0          | 3,4%          | 147,0          | 144,7          | 1,6%          |
| «Мягкие» дискаунтеры             | 351,8         | 301,0         | 16,9%         | 662,9          | 584,2          | 13,5%         |
| Магазины «у дома»                | 5,8           | 4,0           | 45,8%         | 10,2           | 7,3            | 39,9%         |
| Интернет-торговля <sup>(2)</sup> | 0,05          | 0,01          | 662,2%        | 0,07           | 0,05           | 38,8%         |
| <b>Итого</b>                     | <b>463,9</b>  | <b>409,5</b>  | <b>13,3%</b>  | <b>878,6</b>   | <b>796,4</b>   | <b>10,3%</b>  |

Во 2 квартале 2012 года, общее количество покупок увеличились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 13,3% в основном за счет «мягких» дискаунтеров, где количество покупок увеличилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 16,9%. Мы наблюдали устойчивый рост количества покупок в «мягких» дискаунтерах и супермаркетах от месяца к месяцу во 2 квартале 2012 года по сравнению с соответствующими периодами в 2011 году, а в июне 2012 года количество покупок в «мягких» дискаунтерах и супермаркетах увеличились на 19,7% и 4,9% соответственно по сравнению с июнем 2011 года. Это объясняется увеличением промо- и маркетинговой активности.

Средний чек в рублевом выражении в «мягких» дискаунтерах незначительно снизился во 2 квартале 2012 года, а именно, менее чем на 1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в то время, как средний чек в рублевом выражении и количество покупок трафик в супермаркетах увеличились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 2,1% и 3,4% соответственно.

Во 2 квартале 2012 года трафик в гипермаркетах снизился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 2,6%, в то время, как средний чек в рублевом выражении снизился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 7,7%, в первую очередь из-за отмены программы лояльности и продолжения операционных изменений в магазинах формата.

(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 «Е5.ru», измененная Интернет модель розничной торговли Компании

### Динамика продаж LFL

Во 2 квартале 2012 года продажи LFL X5 сократились на 1,1% в рублевом выражении, что обусловлено 1,5% снижением потребительского трафика и частично компенсировано увеличением среднего чека на 0,4%. «Мягкие» дискаунтеры показывали положительный 2,1% рост LFL продаж в основном за счет роста среднего чека на 2,3%. Среднее количество магазинов, включенных в расчет LFL за второй квартал 2012 года, составляло приблизительно 2 500.

### *Динамика продаж сопоставимых магазинов LFL <sup>(1) (2)</sup>*

|                              | 2 кв. 2012                |              |                | 1 пол. 2012               |              |                |
|------------------------------|---------------------------|--------------|----------------|---------------------------|--------------|----------------|
|                              | Совокупные продажи LFL, % | Трафик, %    | Средний чек, % | Совокупные продажи LFL, % | Трафик, %    | Средний чек, % |
| Гипермаркеты                 | (13,0)                    | (7,9)        | (5,1)          | (12,2)                    | (8,3)        | (3,9)          |
| Супермаркеты                 | (2,0)                     | (4,1)        | 2,1            | (2,7)                     | (5,3)        | 2,6            |
| «Мягкие» дискаунтеры         | 2,1                       | (0,2)        | 2,3            | (0,1)                     | (1,9)        | 1,8            |
| Магазины «у дома»            | 6,8                       | (0,7)        | 7,5            | 5,7                       | (1,2)        | 6,9            |
| <b>Итого X5 Retail Group</b> | <b>(1,1)</b>              | <b>(1,5)</b> | <b>0,4</b>     | <b>(2,5)</b>              | <b>(3,0)</b> | <b>0,5</b>     |

LFL трафик Компании во 2 квартале 2012 сократился лишь на 1,5%, значительное улучшение по сравнению с уменьшением LFL трафика на 4% в 3 и 4 кварталах 2011 года и на 4,6% в 1 квартале 2012 года. Положительные сдвиги LFL трафика во 2 квартале 2012 были главным образом из-за увеличения трафика в «мягких» дискаунтерах и супермаркетах, что является следствием увеличения промо- и маркетинговой активности.

Увеличение LFL среднего чека на 0,4% во 2 квартале 2012 года главным образом обусловлено ростом соответствующих показателей на 2,3% и 2,1% в «мягких» дискаунтерах и супермаркетах, что соответствует официально объявленной инфляции продовольственных цен в России от 1,2% до 3,6% во 2 квартале 2012 года по сравнению со 2 кварталом 2011 года.

LFL показатели формата гипермаркет отражают продолжающееся преобразование бизнес-модели этого формата.

(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. Включены все магазины, которые соответствуют нашим критериям LFL в каждом отчетном периоде.

(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 30 июня 2012 года под управлением Компании находилось 3 298 магазинов с лидирующей позицией в Москве, Санкт-Петербурге и значительным присутствием в европейской части России. Сеть Компании включает в себя 2 783 магазина формата «мягкий» дискаунтер, 341 супермаркет, 77 гипермаркетов, а также 97 магазина «у дома». Под управлением Компании также находилось 28 распределительных центров и 1 539 грузовых автомобилей на территории Российской Федерации.

X5 работает на платформе SAP.

На 30 июня 2012 года число магазинов X5, работающих по договорам прямого франчайзинга на территории России, составило 399 объекта.

За 2011 год чистая выручка Компании достигла 15 455 млн. долл. США, показатель EBITDA составил 1 130 млн. долл. США, чистая прибыль составила 302 млн. долл. США. Чистая выручка Компании за первый квартал 2012 года составила 3 871 млн. долл. США, показатель EBITDA составил 274 млн. долл. США, чистая прибыль составила 66 млн. долл. США.

Акционерами X5 являются: «Альфа-групп» - 47,86%, основатели «Пятерочки» - 19,85%, директора X5 – 0,14%, казначейские ГДР (Treasury Stock) - 0,11%; в свободном обращении находятся 32,04% акций.

**Утверждения о будущем:**

*Этот пресс-релиз содержит утверждения, которые являются или могут считаться "утверждениями о будущем". Эти утверждения могут быть определены по тому признаку, что они относятся не только к прошлым или текущим событиям. В этих утверждениях часто используются следующие слова: "предполагать", "цель", "ожидать", "оценивать", "намереваться", "ожидаемый", "планировать", "цель", "полагать" или другие слова с аналогичным смыслом.*

*По своей природе утверждения о будущем связаны с риском и неопределенностью, поскольку они относятся к будущим событиям и обстоятельствам, часть из которых находятся вне ведения X5 Retail Group N.V. В результате фактические будущие показатели могут существенно отличаться от планов, целей и ожиданий, заявленных в утверждениях о будущем.*

*Любые утверждения о будущем, сделанные X5 Retail Group N.V. или от ее имени, являются действительными только по состоянию на дату, когда они сделаны. За исключением случаев, предусмотренных требованиями действующих законов или нормативно-правовых актов, X5 Retail Group N.V. не берет на себя обязательство публично обнародовать результаты о любых изменениях утверждений о будущем в пресс-релизе, могущими возникнуть в связи с любым изменением ожиданий или отражать события или обстоятельства после даты выхода пресс-релиза.*

---

**За дополнительной информацией просьба обращаться:**

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

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