



«Лента» объявляет о росте выручки на 23,2% и LFL-продаж на 12,4% в 1 квартале 2025 года

28 апреля 2025
Санкт-Петербург,
Россия

МКПАО «Лента» (МОЕХ: LENT), одна из крупнейших розничных сетей России, сегодня объявляет операционные результаты и ключевые финансовые результаты за первый квартал 2025 года.

Основные результаты за 1 квартал 2025 года¹

- Выручка увеличилась на 23,2% год к году до 248,8 млрд руб.
- Розничные продажи составили 246,3 млрд руб., увеличившись на 23,3% год к году.
- Сопоставимые продажи (LFL)² выросли на 12,4% в результате роста LFL-среднего чека на 7,8% и LFL-трафика на 4,3%.
- Общая торговая площадь увеличилась на 14,9% преимущественно на фоне присоединения торговой сети «Улыбка радуги» и органического развития формата магазинов у дома.
- Онлайн-продажи выросли на 4,2% год к году до 17,0 млрд руб.
- Группа открыла (с учетом закрытий) 212 магазинов у дома, 57 магазинов drogery и закрыла 1 гипермаркет и 1 супермаркет.
- Валовая прибыль выросла на 27,8% год к году и составила 54,8 млрд руб. Валовая рентабельность увеличилась на 80 б.п. до 22,0%.
- Показатель EBITDA составил 16,3 млрд руб. при росте рентабельности EBITDA на 11 б.п год к году до 6,6%.
- Капитальные расходы составили 9,2 млрд руб., увеличившись в два раза по сравнению с 1 кварталом 2024 года.
- Отношение чистого долга к EBITDA (за последние 12 месяцев) составило 1,0x по сравнению с 0,9x на 31 декабря 2024 года.

1. Обратите внимание, что все финансовые показатели в этом разделе основаны на данных до применения IFRS-16.
2. Сопоставимые результаты (LFL) «Ленты» не учитывают результаты магазинов «Улыбка радуги».

**Владимир
Сорокин,**
Генеральный директор



В 2025 году «Лента» продолжила движение по траектории эффективного роста. Выручка и сопоставимые продажи (LFL) Группы росли двузначными темпами: +23,2% и +12,4%, соответственно, рентабельность год к году также укрепилась. Мы начали реализацию годовой программы развития – наша сеть приросла на 271 новый магазин по всей России.

В отчётном периоде мы наблюдали рост LFL-трафика во всех ключевых форматах и сохранили фокус на создании лучшего покупательского опыта. Так, команда гипермаркетов продолжила работу по повышению эффективности магазинов за счёт оптимизации площади и упрощения клиентского пути. В результате наш большой формат показывает положительную динамику, а индекс удовлетворенности клиентов растёт, несмотря на структурные вызовы рынка.

Мы ускорили темпы экспансии «Монетки», открыв 224 новых магазина в первом квартале. Наша команда также работает над повышением удобства для клиентов и с апреля запустила доставку более двух тысяч товаров из магазинов Екатеринбурга. До конца года планируется расширить географию сервиса с покрытием всех крупных городов присутствия «Монетки».

Наша новая концепция супермаркетов находит растущий отклик у целевой аудитории. Как результат – «Супер Лента» продолжает показывать двузначную динамику LFL-продаж. Мы видим возрастающий интерес посетителей к категории собственного производства – мясной и рыбной продукции, выпечке и кулинарии, поэтому продолжаем работу над расширением ассортимента, повышением качества и стандартов производства готовой еды.

Собственные онлайн-сервисы Группы также показали целевой рост продаж в первом квартале. Важно отметить, что мы стремимся поддерживать баланс роста и рентабельности, поэтому онлайн-канал «Ленты» не только растущий, но и прибыльный.

На сегодня мы завершили основной этап интеграции сети «Улыбка Радуги» и продолжаем реализовывать синергии за счет улучшения условий с поставщиками и партнерами, а также объединения функций корпоративного центра. При этом наши проектные офисы ведут работу по поиску и обмену лучшими практиками между командами Группы.

Мы подтверждаем приверженность эффективной финансовой политике Группы. По итогам первого квартала рентабельность Компании выросла на всех уровнях, а долговая нагрузка остаётся комфортной: чистый долг/EBITDA составил 1,0x.

В заключение хочу поблагодарить всю команду «Ленты», с которой мы приближаемся к выполнению стратегических целей 2025 года. В текущем году мы планируем открыть не менее 1 000 новых магазинов, преимущественно форматов магазинов у дома и дрогери. Мы также остаёмся открыты к другим возможностям, направленным на рост акционерной стоимости.



Операционные результаты за 1 квартал 2025 года³, год к году

Выручка

	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.	Изм. (%)
Выручка (млн руб.)	248 755	201 984	46 771	23,2%
в т.ч. Розничная выручка	246 318	199 741	46 577	23,3%
Гипермаркеты	130 221	118 604	11 617	9,8%
Супермаркеты	26 195	21 053	5 142	24,4%
Магазины у дома	78 225	60 084	18 141	30,2%
Дрогери	11 577	-	-	-
в т.ч. Оптовая выручка	2 437	2 243	194	8,6%
Средний чек (руб.)	776	780	(4)	(0,5%)
Гипермаркеты	1 559	1 483	75	5,1%
Супермаркеты	665	589	76	13,0%
Магазины у дома	466	428	38	8,8%
Дрогери	440	-	-	-
Кол-во чеков (млн)	317,5	256,1	61,3	23,9%
Гипермаркеты	83,5	80,0	3,6	4,5%
Супермаркеты	39,4	35,7	3,6	10,2%
Магазины у дома	168,0	140,4	27,6	19,6%
Дрогери	26,3	-	-	-

Магазины и торговая площадь

	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.	Изм. (%)
Количество магазинов (на конец периода)	5 420	2 957	2 463	83,3%
Гипермаркеты	263	261	2	0,8%
Супермаркеты	319	316	3	0,9%
Магазины у дома	3 106	2 380	726	30,5%
Дрогери	1 720	-	-	-
Количество открытых магазинов (Net)	271	138	133	96,4%
Гипермаркеты	(1)	-	(1)	-
Супермаркеты	(1)	(3)	2	(66,7%)
Магазины у дома	212	141	71	50,4%
Дрогери	57	-	-	-
Общая торговая площадь (кв. м на конец периода)	2 656 084	2 311 841	344 243	14,9%
Гипермаркеты	1 359 370	1 395 387	(36 017)	(2,6%)
Супермаркеты	234 680	239 940	(5 260)	(2,2%)
Магазины у дома	832 191	676 515	155 676	23,0%
Дрогери	228 621	-	-	-
Прирост торговой площади (кв. м, Net)	46 228	23 577	22 651	96,1%
Гипермаркеты	(6 460)	-	(6 460)	-
Супермаркеты	(606)	(5 552)	4 947	(89,1%)
Магазины у дома	45 706	29 130	16 576	56,9%
Дрогери	7 336	-	7 336	-

Сопоставимые результаты (LFL)

	1 кв. 2025		
	Выручка	Средний чек	Трафик
«Лента»	12,4%	7,8%	4,3%
Гипермаркеты	10,3%	7,6%	2,5%
Супермаркеты	24,8%	12,4%	11,0%
Магазины у дома	12,5%	9,9%	2,4%
Справочно: Дрогери	9,1%	6,3%	2,6%

Онлайн-продажи

	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	16 995	16 312	684	4,2%
Онлайн-партнёры	6 163	8 409	(2 246)	(26,7%)
Собственные сервисы ⁴	10 833	7 903	2 930	37,1%
Средний онлайн-чек (руб.)	2 610	2 430	180	7,4%
Онлайн-партнёры	2 430	2 202	229	10,4%
Собственные сервисы	2 724	2 731	(7)	(0,3%)
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	6 513	6 713	(200)	(3,0%)
Онлайн-партнёры	2 536	3 820	(1 284)	(33,6%)
Собственные сервисы	3 977	2 893	1 083	37,4%

3. Общие результаты «Ленты» также включают в себя результаты магазинов «Вингараж»

4. Собственные сервисы включают собственный онлайн-канал, «Утконос» и Click & Collect.

Операционные результаты за 1 квартал 2025 года

+23,3%

рост розничных продаж, год к году

В первом квартале 2025 года розничные продажи Группы увеличились на 23,3% до 246,3 млрд руб. по сравнению с 199,7 млрд руб. в первом квартале 2024 года благодаря росту LFL-продаж на 12,4% и увеличению торговой площади на 14,9% в результате приобретения сети «Улыбка радуги».

Сопоставимые продажи увеличились на 12,4% в результате роста розничного LFL-среднего чека на 7,8% и розничного LFL-трафика на 4,3%. В отчётном периоде «Лента» зафиксировала положительную динамику сопоставимого трафика во всех форматах магазинов.

Розничные продажи гипермаркетов увеличились на 9,8% до 130,2 млрд руб. на фоне роста LFL-продаж на 10,3%. В 1 квартале 2025 года «Лента» закрыла один гипермаркет, тем самым общее количество магазинов формата снизилось до 263.

+12,4%

рост сопоставимых продаж, год к году

Формат магазинов у дома продолжает активную экспансию, открыв за 1 квартал 2025 года 224 магазина и увеличив общее количество до 3 106 на конец периода. Розничные продажи увеличились на 30,2% до 78,2 млрд руб. на фоне роста торговой площади на 23,0% и роста LFL-продаж 12,5%. При этом LFL-средний чек увеличился на 9,9% и LFL-трафик на 2,4%. С прошлого года «Монетка» тестирует новый формат «ultra-convenience» со средней площадью магазинов около 100-120 квадратных метров. Эта инициатива позволяет ускорить органический рост за счёт освоения небольших площадей, доступных на рынке.

+14,9%

рост торговой площади, год к году

Розничные продажи супермаркетов выросли на 24,4% до 26,2 млрд руб. на фоне существенного прироста LFL-продаж на 24,8%. Трансформация формата продолжает давать положительный эффект, что подтверждается ростом LFL-трафика на 11,0% и LFL-среднего чека на 12,4%. Помимо оффлайн-продаж, формат наращивает онлайн-направление, которое отличается более быстрой доставкой из магазинов по сравнению с гипермаркетами – в пределах одного часа.

+37,1%

рост собственных онлайн-сервисов, год к году

Розничные продажи сети дробери «Улыбка радуги» увеличились на 24,7% до 11,6 млрд рублей на фоне роста LFL-продаж на 9,1%. В 1 квартале 2025 года формат продолжил развитие сети, увеличив общее количество на 57 магазинов (с учетом закрытий) до 1 720 на конец квартала.

В первом квартале 2025 года онлайн-продажи «Ленты» увеличились на 4,2% до 17,0 млрд руб. В онлайн-направлении продолжилась разнонаправленная динамика: оборот канала онлайн-партнеров снизился на 26,7%, в то время как собственные сервисы показали рост на 37,1% за счёт увеличения количества заказов. Таким образом, доля собственных сервисов в общих онлайн-продажах увеличилась с 48% в 1 квартале 2024 года до 64% в отчётном периоде.

Финансовые результаты за 1 квартал 2025 года

Ключевые финансовые результаты

млн руб.	До применения IFRS-16			IFRS-16		
	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.
Выручка	248 755	201 984	23,2%	248 755	201 984	23,2%
Валовая прибыль	54 826	42 910	27,8%	54 897	42 990	27,7%
Валовая маржа (%)	22,0%	21,2%	80 б.п.	22,1%	21,3%	78 б.п.
Коммерческие, общехозяйственные и админ. расходы	(47 700)	(38 081)	25,3%	(44 798)	(36 470)	22,8%
Коммерческие, общехозяйственные и админ. расходы в % от выручки	(19,2%)	(18,9%)	(32 б.п.)	(18,0%)	(18,1%)	5 б.п.
EBITDAR	23 700	18 028	31,5%	23 615	18 589	27,0%
Рентабельность EBITDAR	9,5%	8,9%	60 б.п.	9,5%	9,2%	29 б.п.
Расходы на аренду в % выручки	(3,0%)	(2,5%)	(49 б.п.)	(0,3%)	(0,2%)	(12 б.п.)
EBITDA	16 305	13 011	25,3%	22 808	18 168	25,5%
Рентабельность EBITDA	6,6%	6,4%	11 б.п.	9,2%	9,0%	17 б.п.
Операционная прибыль до обесценения	10 124	7 216	40,3%	12 940	9 388	37,8%
Рентабельность операционной прибыли до обесценения	4,1%	3,6%	50 б.п.	5,2%	4,6%	55 б.п.
Убыток от обесценения	(64)	(19)	236,8%	(64)	(19)	236,8%
Операционная прибыль	10 060	7 197	39,8%	12 876	9 369	37,4%
Рентабельность операционной прибыли	4,0%	3,6%	48 б.п.	5,2%	4,6%	54 б.п.
Чистые процентные расходы	(2 051)	(2 532)	(19,0%)	(5 970)	(4 935)	21,0%
Чистые доходы от курсовой разницы / (чистые расходы от курсовой разницы)	109	(34)	-	331	(81)	-
Прибыль до налогообложения	8 118	4 631	75,3%	7 237	4 353	66,3%
Чистая прибыль	5 967	3 547	68,2%	5 307	3 325	59,6%
Рентабельность по чистой прибыли	2,4%	1,8%	64 б.п.	2,1%	1,6%	49 б.п.

+80 б.п.

рост рентабельности
валовой прибыли,
год к году

Выручка увеличилась на 23,2% и составила 248,8 млрд рублей по сравнению с 202,0 млрд рублей за аналогичный период предыдущего года.

В первом квартале 2025 года валовая прибыль (до применения IFRS-16) увеличилась на 27,8% год к году до 54,8 млрд руб. Валовая рентабельность выросла на 80 б.п. до 22,0%, что главным образом обусловлено улучшением маржинальности в супермаркетах и магазинах у дома, а также консолидацией торговой сети «Улыбка радуги».

+11 б.п.

рост рентабельности
EBITDA, год к году

Рост валовой маржи был нивелирован ростом коммерческих, общехозяйственных и административных расходов на 32 б.п. в процентах от выручки, а также ростом расходов на аренду на 49 б.п. в процентах от выручки. Увеличение расходов на аренду преимущественно обусловлено ростом доли форматов магазина у дома и дрoгери, которые в основном открываются на арендованных площадях.

Таким образом, показатель EBITDA (до применения IFRS-16) увеличился на 25,3% до 16,3 млрд руб. Рентабельность EBITDA увеличилась на 11 б.п. до 6,6% по сравнению с 1 кварталом 2024 года.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

млн руб.	До применения IFRS-16			IFRS-16		
	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.
Расходы на персонал	22 110	16 379	35,0%	22 110	16 379	35,0%
В % от выручки	8,9%	8,1%	78 б.п.	8,9%	8,1%	78 б.п.
Амортизация	6 182	5 795	6,7%	9 868	8 780	12,4%
В % от выручки	2,5%	2,9%	(38 б.п.)	4,0%	4,3%	(38 б.п.)
Аренда	7 395	5 017	47,4%	807	421	91,7%
В % от выручки	3,0%	2,5%	49 б.п.	0,3%	0,2%	12 б.п.
Коммунальные услуги	2 334	2 490	(6,3%)	2 334	2 490	(6,3%)
В % от выручки	0,9%	1,2%	(29 б.п.)	0,9%	1,2%	(29 б.п.)
Расходы на функционирование магазинов	2 513	2 617	(4,0%)	2 513	2 617	(4,0%)
В % от выручки	1,0%	1,3%	(29 б.п.)	1,0%	1,3%	(29 б.п.)
Профессиональные услуги	1 983	1 560	27,1%	1 983	1 560	27,1%
В % от выручки	0,8%	0,8%	2 б.п.	0,8%	0,8%	2 б.п.
Реклама	2 602	1 299	100,3%	2 602	1 299	100,3%
В % от выручки	1,0%	0,6%	40 б.п.	1,0%	0,6%	40 б.п.
Другое	2 581	2 924	(11,7%)	2 581	2 924	(11,7%)
В % от выручки	1,0%	1,4%	(41 б.п.)	1,0%	1,4%	(41 б.п.)
Итого коммерческие, общехозяйственные и админ. расходы	47 700	38 081	25,3%	44 798	36 470	22,8%
В % от выручки	19,2%	18,9%	32 б.п.	18,0%	18,1%	(5 б.п.)
Итого коммерческие, общехозяйственные и админ. расходы без учёта амортизации	41 518	32 286	28,6%	34 930	27 690	26,1%
В % от выручки	16,7%	16,0%	71 б.п.	14,0%	13,7%	33 б.п.

+32 б.п.

итого коммерческие,
общехозяйств. и
админ. расходы в % от
выручки, год к году

В первом квартале 2025 года коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (до применения IFRS-16) выросли на 25,3% год к году до 47,7 млрд руб. В процентах от выручки рост коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (до применения IFRS-16) составил 32 б.п. до 19,2%. Среди основных причин роста – сложная ситуация на рынке труда, увеличение доли новых магазинов, а также присоединение сети «Улыбка радуги», в бизнесе которой расходы в процентах от выручки выше других форматов «Ленты». При этом, в форматах гипермаркетов, супермаркетов и магазинов у дома наблюдались улучшения по сравнению с 1 кварталом 2024 года.

+78 б.п.

расходы на персонал
в % от выручки, год к
году

В первом квартале 2025 года расходы на оплату труда и соответствующие налоги в процентах от выручки выросли на 78 б.п. Такая динамика связана в основном с конкуренцией на рынке труда и ростом доли новых магазинов.

Расходы на амортизацию в процентах от выручки снизились на 38 б.п., а расходы на аренду увеличились на 49 б.п. в результате снижения доли собственных торговых площадей до 41,2% по сравнению с 48,9% в первом квартале 2024 года.

Расходы на функционирование магазинов в процентах от выручки снизились на 29 б.п. год к году, в основном из-за снижения расходов на уборку на 10 б.п. и расходов на ремонт и техническое обслуживание.

Расходы на рекламу в процентах от выручки в первом квартале 2025 года увеличились на 40 б.п. год к году, а прочие расходы, включающие в себя в том числе расходы на доставку, обслуживание транспорта и топливо, снизились на 41 б.п.

Отчёт о движении денежных средств

млн руб.	До применения IFRS-16			IFRS-16		
	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.	1 кв. 2025	1 кв. 2024	Изм.
Прибыль / (убыток) до налога на прибыль	8 118	4 631	75,3%	7 237	4 353	66,3%
Чистые корректировки по потерям от реализации активов, обесценения, амортизации и др.	8 128	8 123	0,1%	15 667	13 077	19,8%
Изменение в оборотном капитале	(15 912)	(11 792)	34,9%	(16 215)	(12 364)	31,1%
Денежные средства полученные от операционной деятельности	334	962	(65,3%)	6 689	5 066	32,0%
Чистые уплаченные проценты и платежи по налогу на прибыль	(3 584)	(3 260)	9,9%	(7 506)	(5 672)	32,3%
Чистые денежные средства, использованные в операционной деятельности	(3 250)	(2 298)	41,4%	(817)	(606)	34,8%
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	(9 067)	(2 817)	221,9%	(8 949)	(2 770)	223,1%
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности	-	(6 000)	-	(2 551)	(7 739)	(67,0%)
Эффект курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	22	1	22x	22	1	22x
Чистое уменьшение денежных средств и эквивалентов	(12 295)	(11 114)	10,6%	(12 295)	(11 114)	10,6%

9,2 млрд руб.

капитальные расходы

Капитальные расходы в первом квартале 2025 года составили 9,2 млрд рублей, увеличившись в два раза год к году. Такая динамика главным образом связана с ростом количества открытий в форматах «Магазины у дома» и «Дрогерии» (в первом квартале 2025 года Компания открыла 304 новых магазинов на валовой основе).

В первом квартале 2025 года прибыль Компании до налога на прибыль составила 8,1 млрд рублей по сравнению с 4,6 млрд рублей за первый квартал 2024 года.

За первый квартал 2025 года денежные средства, полученные от операционной деятельности, составили 0,3 млрд рублей. Изменения в оборотном капитале были преимущественно связаны с расчётами с поставщиками за приобретенные ранее товары в 4 квартале 2024 года и открытиями новых магазинов. Негативный эффект был частично нивелирован чистыми корректировками по потерям от реализации активов и обесценения.

В первом квартале 2025 года чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности, выросли в 3 раза до 9,1 млрд рублей по сравнению с 2,8 млрд рублей годом ранее на фоне сильного органического роста сети.

В результате на конец первого квартала 2025 года денежные средства и эквиваленты снизились на 12,3 млрд рублей до 34,7 млрд рублей.

Финансовое положение

млн руб.	IFRS-16		До применения IFRS-16	
	31 мар. 2025	31 дек. 2024	31 мар. 2025	31 дек. 2024
Общий долг	201 566	199 060	107 896	107 926
Долгосрочные долговые обязательства	55 103	49 597	55 103	49 597
Краткосрочные долговые обязательства	52 793	58 329	52 793	58 329
Арендные обязательства (IFRS-16)	93 670	91 134	-	-
Денежные средства и эквиваленты	34 737	47 032	34 737	47 032
Чистый долг	166 829	152 028	73 159	60 894
Чистый долг / EBITDA за 12М	-	-	1,0x	0,9x

1,0x

чистый долг / EBITDA
(до применения
IFRS-16) за 12М,
на 31.03.2025

Денежные средства на конец первого квартала 2025 года составили 34,7 млрд рублей. По состоянию на 31 марта 2025 года общий долг составил 107,9 млрд рублей, оставшись практически неизменным по сравнению с 31 декабря 2024 года. В то же время доля долгосрочных обязательств увеличилась на 5,6 млрд руб. Чистый долг (до применения IFRS-16) увеличился относительно 31 декабря 2024 года на 12,3 млрд рублей и составил 73,2 млрд рублей.

По большинству долговых обязательств «Ленты» установлен фиксированный процент, и они полностью номинированы в рублях, что соответствует структуре доходов. Средневзвешенная эффективная процентная ставка по кредитному портфелю компании за последние 12 месяцев, закончившихся 31 марта 2025 года, составила 11,4% по сравнению с 10,2% за период в 12 месяцев, закончившийся 31 марта 2024 года.

Отношение чистого долга «Ленты» к EBITDA за последние 12 месяцев составило 1,0x по состоянию на 31 марта 2025 года против 0,9x по состоянию на 31 декабря 2023 года и 2,3x годом ранее.

За более детальной информацией, пожалуйста, обращайтесь по указанным ниже контактам:

Зубков Кирилл

Директор по взаимодействию с инвесторами
kirill.zubkov@lenta.com

Мария Филиппова

Директор по связям с общественностью и государственными органами
maria.filippova@lenta.com

О Компании

МКПАО «Лента» (МОЕХ: LENT) — ведущий многоформатный продуктовый и FMCG ретейлер в России. Компания развивает форматы гипермаркетов, супермаркетов и магазинов у дома. «Лента» также предоставляет покупателям возможность совершать покупки онлайн, используя собственные сервисы и сервисы онлайн-партнёров. «Лента» является крупнейшей сетью гипермаркетов в России и четвёртой среди крупнейших продуктовых ретейлеров страны по выручке. Компания была основана в 1993 году в Санкт-Петербурге. По состоянию на 31 марта 2025 года под управлением «Ленты» находится 263 гипермаркета, 319 супермаркетов, 3 106 магазина у дома и 1 720 магазина в формате «Дрогери» общей торговой площадью свыше 2,6 млн кв. м. в более чем 650 населённых пунктах России. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Ленты» составляет около 5 170 кв. м., супермаркета — 740 кв. м., магазина у дома — 270 кв. м., дрогери — 130 кв.м. Компания располагает 22 распределительными центрами по всей России. В 2024 году выручка «Ленты» составила 888 млрд руб.

Заявления прогнозного характера

Этот документ содержит заявления, которые являются или могут считаться «прогноznыми заявлениями». Эти прогнозные заявления можно определить по тому факту, что они не относятся только к прошедшим или настоящим событиям. Эти прогнозные заявления можно определить по использованию таких слов, как «ожидает», «планирует», «оценивает», «намеревается», «рассчитывает», «намечает», «предполагает» и других аналогичных слов. По своему характеру прогнозные заявления связаны с риском и неопределённостью, так как относятся к событиям и обстоятельствам, которые ещё не произошли и неподвластны контролю со стороны Компании. Как итог, реальные результаты в будущем могут существенно отличаться от запланированных, намеченных и ожидаемых результатов, указанных в наших прогнозных заявлениях. Все прогнозные заявления, сделанные Компанией или от её имени, актуальны только на дату сделанного соответствующего заявления. За исключением случаев, прямо предусмотренных соответствующим законодательством или регуляторными нормами, «Лента» не принимает на себя обязательства по распространению или публикации любых изменений в прогнозных заявлениях, содержащихся в данном документе, с целью отражения каких-либо изменений ожиданий Компании касательно этих вопросов или любых изменений событий, условий или обстоятельств, на которых основывается любое такое прогнозное заявление, после даты публикации данного документа.

Операционные результаты за 1 квартал 2025 года по месяцам

Выручка³

	Январь	г/г	Февраль	г/г	Март	г/г
Выручка (млн руб.)	78 679	25,4%	79 419	21,0%	90 657	23,2%
Розничные продажи	77 944	25,5%	78 507	21,2%	89 867	23,3%
Гипермаркеты	40 991	12,4%	41 474	8,6%	47 755	9,9%
Супермаркеты	8 424	27,1%	8 288	22,2%	9 483	24,1%
Магазины у дома	24 987	32,7%	24 976	27,3%	28 263	30,6%
Дрогерии	3 514	-	3 737	-	4 326	-
Оптовые продажи	735	9,1%	912	0,2%	790	20,0%
Средний чек (руб.)	761	(0,7%)	786	(0,3%)	780	(0,4%)
Гипермаркеты	1 503	5,1%	1 597	6,3%	1 577	5,4%
Малые форматы	660	11,8%	670	13,0%	666	14,0%
Магазины у дома	462	8,6%	471	8,6%	464	9,2%
Дрогерии	428	-	444	-	446	-
Кол-во чеков (млн)	102	26,4%	100	21,6%	115	23,8%
Гипермаркеты	27	7,0%	26	2,2%	30	4,3%
Малые форматы	13	13,7%	12	8,1%	14	8,9%
Магазины у дома	54	22,2%	53	17,2%	61	19,6%
Дрогерии	8	-	8	-	10	-

Магазины и торговая площадь

	Январь	Февраль	Март
Количество магазинов (на конец периода)	5 242	5 321	5 420
Гипермаркеты	263	263	263
Супермаркеты	319	317	319
Магазины у дома	2 957	3 027	3 106
Дрогерии	1 696	1 705	1 720
Количество открытых магазинов (Net)	93	79	99
Гипермаркеты	(1)	-	-
Супермаркеты	(1)	(2)	2
Магазины у дома	63	70	79
Дрогерии	33	9	15
Общая торговая площадь (кв. м на конец периода)	2 625 583	2 633 500	2 656 084
Гипермаркеты	1 365 830	1 359 370	1 359 370
Супермаркеты	234 645	232 456	234 680
Магазины у дома	798 661	814 096	832 191
Дрогерии	225 568	226 699	228 621
Прирост торговой площади (кв. м, Net)	9 582	14 062	22 584
Гипермаркеты	(6 460)	-	-
Супермаркеты	(640)	(2 189)	2 223
Магазины у дома	12 472	15 138	18 095
Дрогерии	4 301	1 113	1 922

Онлайн-продажи

	Январь	г/г	Февраль	г/г	Март	г/г
Онлайн-выручка (млн руб.)	5 167	(0,0%)	5 615	3,6%	6 213	8,5%
Онлайн-партнёры	1 897	(24,6%)	2 040	(27,6%)	2 226	(27,7%)
Собственные сервисы	3 270	23,3%	3 576	37,3%	3 987	50,6%
Средний онлайн-чек (руб.)	2 512	7,8%	2 655	6,6%	2 654	7,5%
Онлайн-партнёры	2 514	17,7%	2 595	15,9%	2 797	25,8%
Собственные сервисы	2 634	3,3%	2 781	(1,9%)	2 750	(2,8%)
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	2 057	(7,3%)	2 115	(2,8%)	2 341	0,9%
Онлайн-партнёры	816	(30,8%)	829	(34,0%)	891	(35,6%)
Собственные сервисы	1 241	19,3%	1 286	40,1%	1 450	55,0%