



Презентация для инвесторов за 2 квартал 2023 года

Июль 2023

Заявления прогнозного характера

Этот документ содержит заявления, которые являются или могут считаться «прогнозными 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 неопределенностью, так как относятся к событиям и обстоятельствам, которые еще 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 ее 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.



«ЛЕНТА» СЕГОДНЯ

ЛЕНТА ЗАНИМАЕТ ВЫГОДНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ, ЧТОБЫ СТАТЬ ЛИДЕРОМ РОСТА НА СЛЕДУЮЩЕМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ



Крупнейшая сеть
гипермаркетов в
России¹



Федеральный охват в
200+ населенных
пунктах



34+ миллионов
Лояльных покупателей²



96% выручки от
покупок с
использованием карты
лояльности³



109%
взрывной рост онлайн-
продаж
(за 2022 г.)



620+ магазинов,
подключенных к Лента
Онлайн³



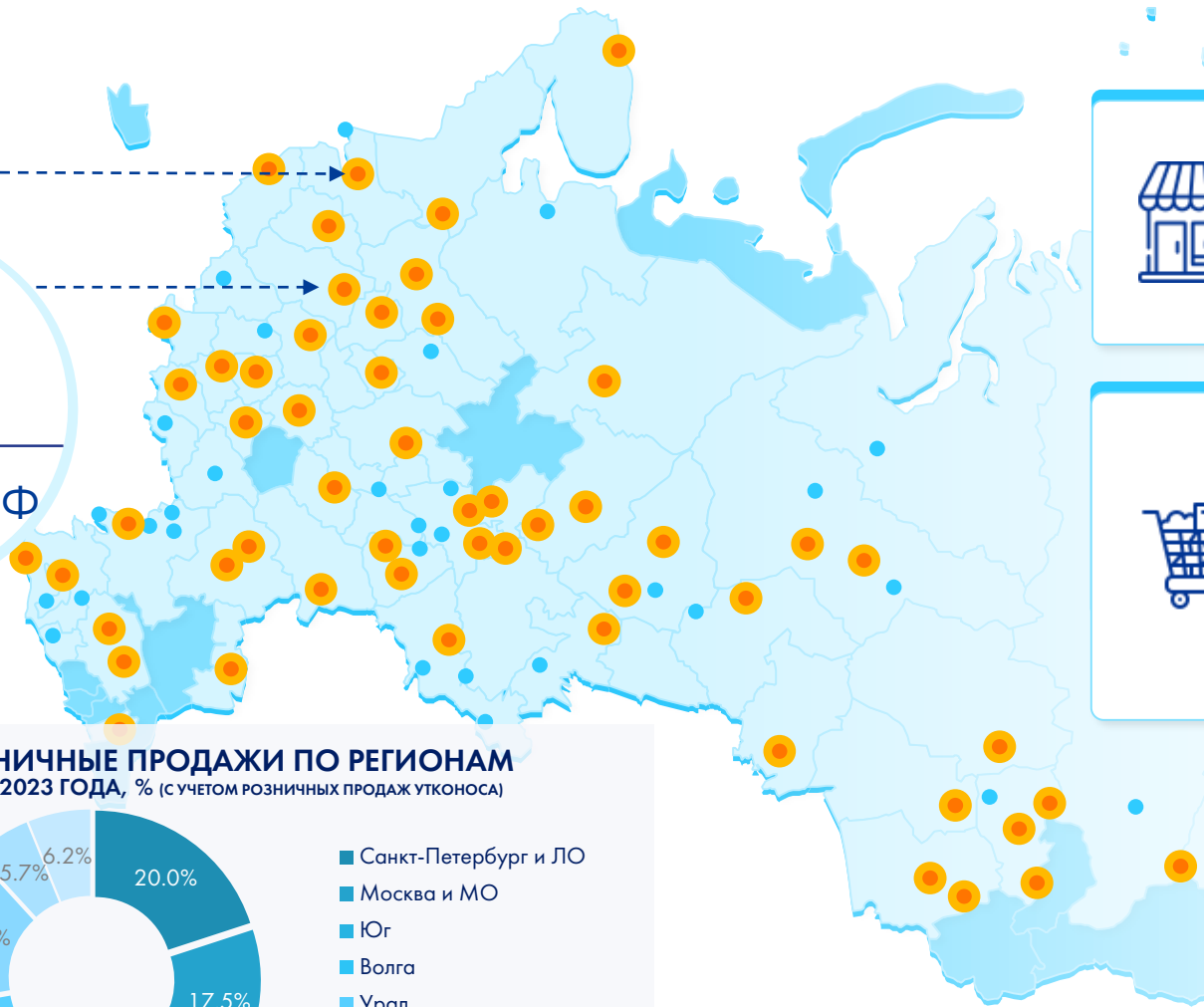
8,1 миллионов
активных пользователей
приложения Lenta.App⁴



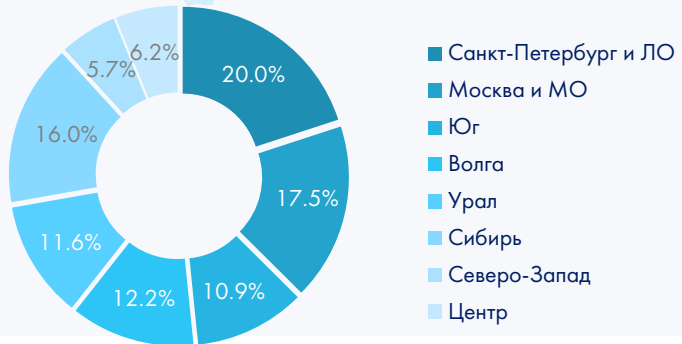
11
Онлайн Партнеров



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ



РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ ПО РЕГИОНАМ ЗА 1П 2023 ГОДА, % (С УЧЕТОМ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ УТКОНОСА)



НАША СТРАТЕГИЯ



НАША СТРАТЕГИЯ ПРОСТА: УДВОИТЬ БИЗНЕС С САМОЙ ВЫСОКОЙ ПРИБЫЛЬНОСТЬЮ НА РЫНКЕ

ВДВОЕ УВЕЛИЧИТЬ ВЫРУЧКУ 2020 Г. ЗА СЧЕТ БЛИЗОСТИ К ПОКУПАТЕЛЮ К 2025 ГОДУ

01



Основной бизнес - ГМ

- LFL выше инфляции через улучшенное предложение, опыт и персонализацию
- Растущая доля рынка
- Потенциальная трансформация в гибридные магазины/дарксторы

02



Экспансия

- ~1.5 млн м2 в основном за счет СМ и магазинов у дома

Как?

- Органический рост в регионах с высокой долей рынка и лояльностью к бренду
- Значительные М&А в других регионах

03



Online

- Более 10% доля рынка в 2025
- Федеральное присутствие
- Покрытие всех покупательских миссий
- Партнерства с маркетплейсами

04



EBITDA

- Определен план по постоянному повышению операционной эффективности

+ 550 МЛРД РУБ ВЫРУЧКИ

>8%

МЫ ПЛАНИРУЕМ УДВОИТЬ БИЗНЕС В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ, НАША ЦЕЛЬ - СТАТЬ ЧЕМПИОНАМИ



Улучшить текущее предложение основного бизнеса



Стать ближе к клиенту



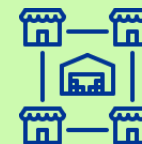
Чемпионское предложение



Великолепный клиентский опыт



Лучшая индивидуализация



Рост в малых форматах СМ и Лента Мини



Развитие онлайн

НЕПРЕРЫВНОЕ УЛУЧШЕНИЕ

НАШИ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ 2025

Рост



Удвоить выручку до
1 триллиона рублей

Прибыльность



Удерживать позиции
самого прибыльного
ритейлера в России

Конкурен- тоспособность



Стать игроком #1 или
#2 на рынках или в
сегментах присутствия
«Ленты»

Возврат на инвестиции



Достичь ведущего в
секторе уровня
совокупной доходности
акционеров (TSR)

Стратегический апдейт



МЫ ХОТИМ БЫТЬ БЛИЖЕ К ПОТРЕБИТЕЛЮ, ПОЭТОМУ БУДЕМ РАЗВИВАТЬ НАШИ МАЛЫЕ ФОРМАТЫ И ОНЛАЙН

Покупательские миссии									
	Большая запланированная покупка на ближайшее время	Небольшая закупка продуктов питания Dry & Fresh	Покупка свежих продуктов, чтобы съесть сразу (snack)	Пополнение свежих продуктов в ближайшем магазине	Большая плановая покупка на длительный срок	Быстрая/спонтанная покупка Dry (домой)	Быстрая спонтанная покупка Dry (съесть сразу)	Плановая закупка Non-food (durables)	Плановая закупка Non-food (near food)

ГМ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
СМ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Магазины у дома	✓	✓	✓	✓		✓	✓		
Online	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓



Основной фокус



Вторичный фокус



Количество магазинов	260
Основные параметры¹	
Средняя торговая площадь, кв. м	5 500
Среднее количество SKUs	25 тыс.
Доля собственных торговых площадей	77,6%
Доля непродовольственных товаров в продажах	21,0%
Доля СТМ в продажах	18,5%

Основной фокус



Количество магазинов	312
Основные параметры ¹	
Средняя торговая площадь, кв. м	820
Среднее количество SKUs	8 тыс.
Доля собственных торговых площадей	21,8%
Доля непродовольственных товаров в продажах	8,0%
Доля СТМ в продажах	15,7%

Основной фокус



Небольшая закупка продуктов питания Dry & Fresh



Большая плановая покупка на ближайшее время



Большая плановая покупка на длительный срок

- Покупка свежих товаров, чтобы съесть сразу (snack)
- Пополнение свежих товаров в ближайшем магазине
- Быстрая/спонтанная покупка DRY (домой)
- Быстрая/спонтанная покупка DRY (съесть сразу)
- Плановая закупка non-food (durables)

Основной фокус

Вторичный фокус

Магазины у дома

Количество магазинов	201
Основные параметры ¹	
Средняя торговая площадь, кв. м	450
Количество SKUs	6,7 тыс.
Доля собственных торговых площадей	2,5%
Доля непродовольственных товаров в продажах	9,4%
Доля СТМ в продажах	20,2%

Основной фокус



Небольшая закупка продуктов питания Dry & Fresh



Покупка свежих продуктов, чтобы съесть сразу (snack)



Пополнение свежих продуктов в ближайшем магазине



Быстрая / спонтанная покупка Dry (домой)



Быстрая / спонтанная покупка Dry (съесть сразу)



Большая плановая покупка на ближайшее время

Основной фокус

Вторичный фокус

Результаты 2 квартала 2023 года



ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2 КВАРТАЛ 2023 ГОДА



8

Новых магазинов
(gross)



-0,6%

Динамика
торговой площади
г-к-г



1,9%

Рост продаж
г-к-г*



0,6%

Рост розничных
продаж г-к-г*



-6,3%

Динамика продаж в
магазинах малых
форматов г-к-г



1,8%

Рост LFL выручки
г-к-г*



24,0%

Рост онлайн
продаж г-к-г*



46,4%

Рост количества
онлайн-заказов
г-к-г*



Операционные результаты 2 квартала 2023 года

Количество магазинов

260

Гипермаркетов
(1 гипермаркет открыт в
Воронежской области)

513

Магазинов малых форматов
(55 магазинов закрыто,
нет за 2 квартал 2023 года)

Торговая площадь

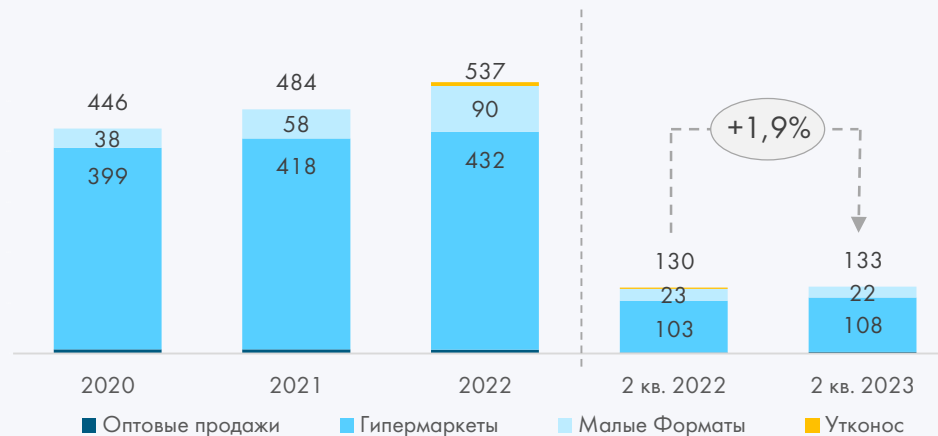
1 421 кв. м

Гипермаркеты
(0,8% рост г-к-г)

347 кв. м

Магазины малых форматов
(-5,7% снижение г-к-г*)

Динамика продаж, млрд руб.



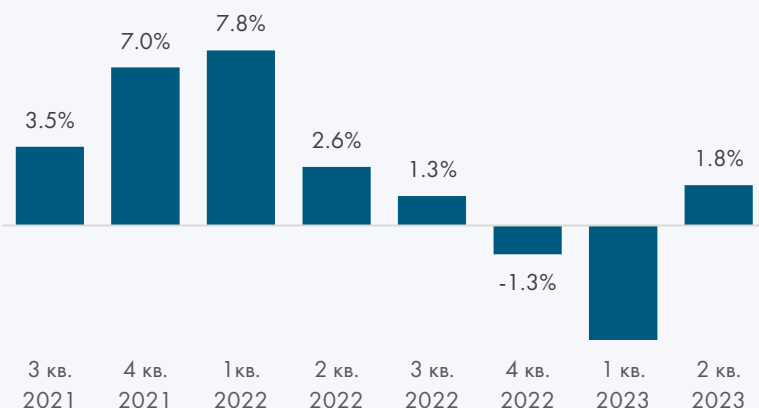
-1,8%

Динамика среднего чека, г-к-г

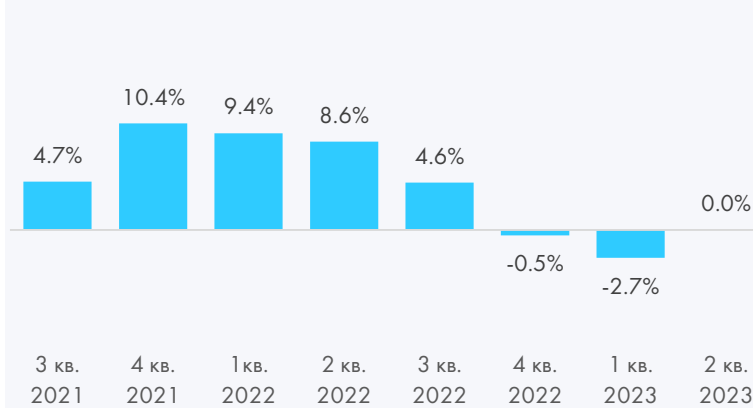
2,5%

Рост количества чеков, г-к-г

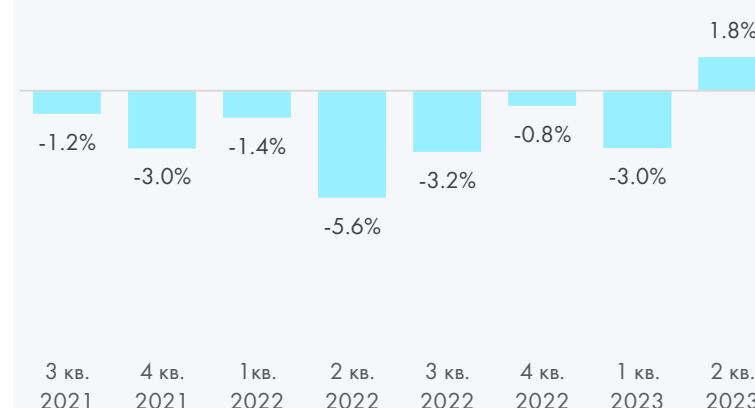
Сопоставимые продажи (LFL)*, Δ% г-к-г



Сопоставимый средний чек (LFL)*, Δ% г-к-г



Сопоставимый трафик (LFL)*, Δ% г-к-г



* Сопоставимые результаты включают результаты магазинов сети «Билла» с сентября 2022 и результаты магазинов сети «Семья» с октября 2022 года

Логистические возможности*



15

Распределительных центров (РЦ)



454 тыс. кв. м

Площадь распределительных центров



81%

Доля собственных площадей



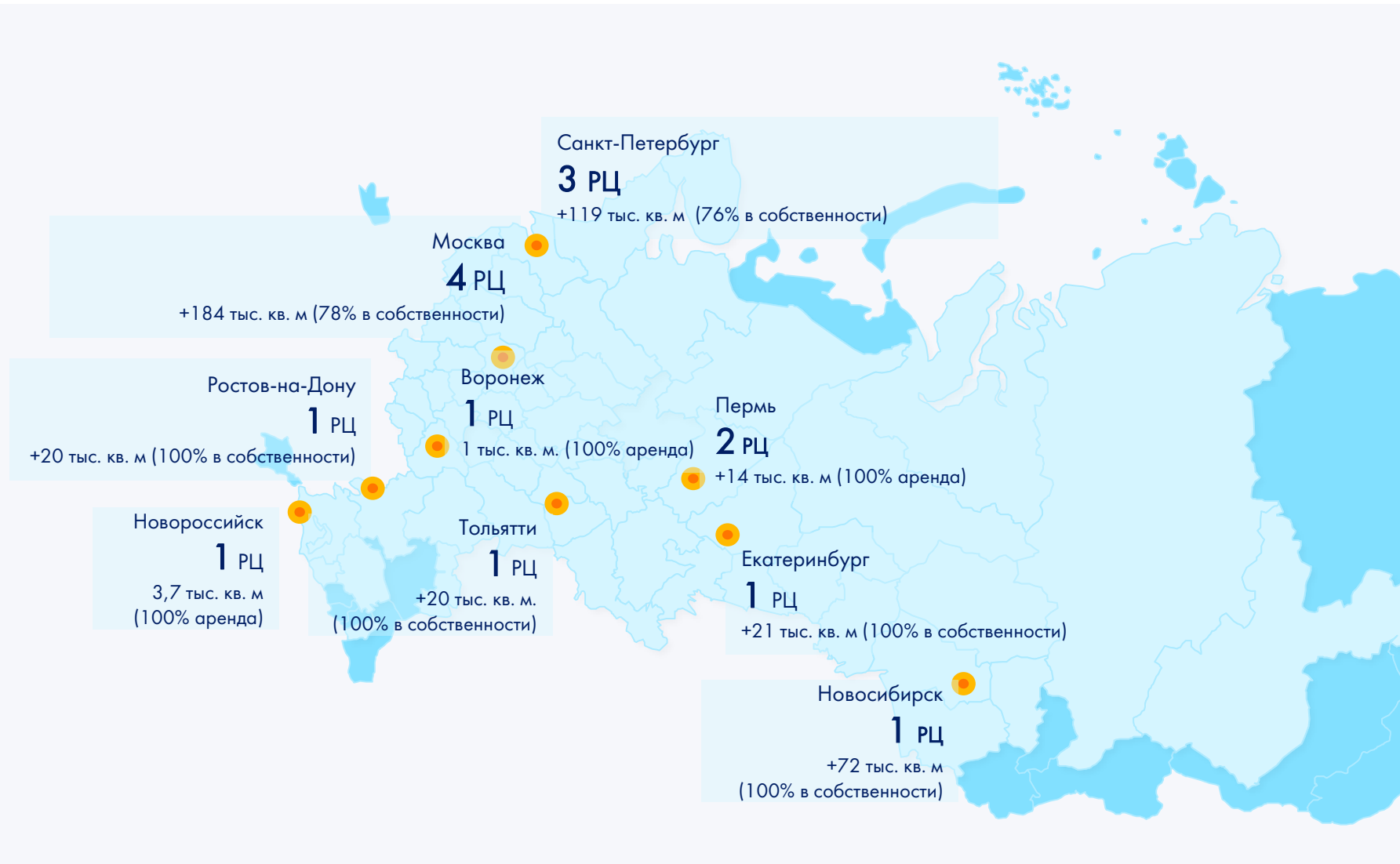
415

Собственные грузовые автомобили



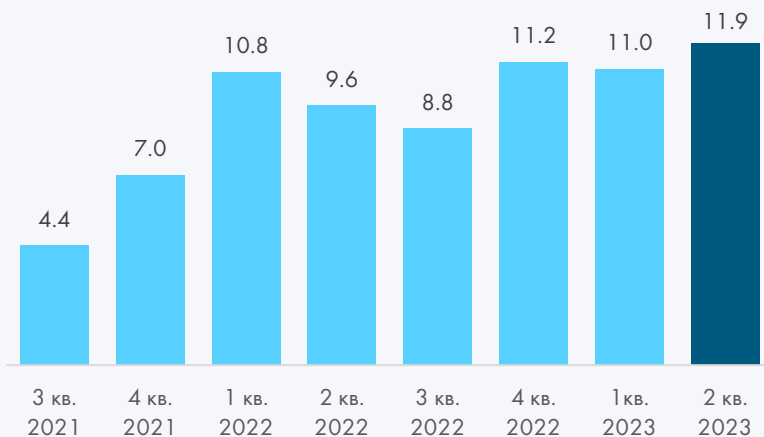
74,1%

Уровень централизации**

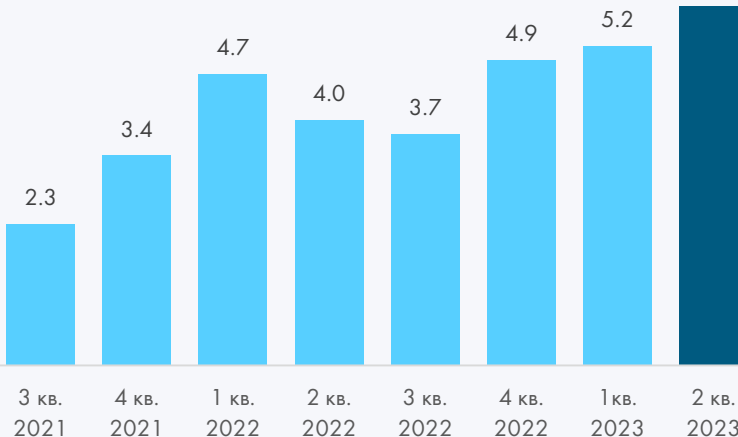


Результаты Онлайн¹

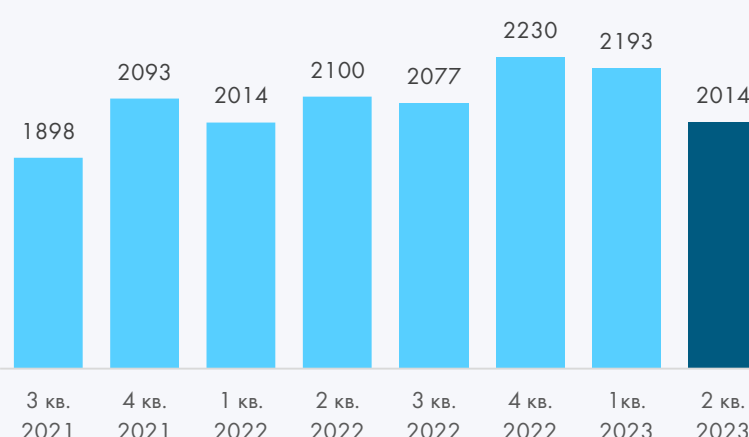
Онлайн-выручка, млрд руб.



Онлайн заказы, млн



Средний чек в Лента-Онлайн, руб.



Структура онлайн-продаж²



Уникальная комбинация активов, позволяющая стать чемпионом Онлайн-ритейла



Широкое географическое покрытие

260 гипермаркетов трансформируемых в гибридные магазины или дарксторы



Сильные коммерческие условия

- Широкий ассортимент с хорошими условиями закупок
- Отличный выбор более чем 30 тыс. SKUs
- Уникальное предложение лучших товаров СТМ



Значительный трафик посетителей онлайн³

- 64 млн жителей в зоне обслуживания
- 34+ млн активированных карт лояльности

1. Результаты Онлайн включают результаты Утконоса с даты консолидации бизнеса (1 февраля 2022 г.)

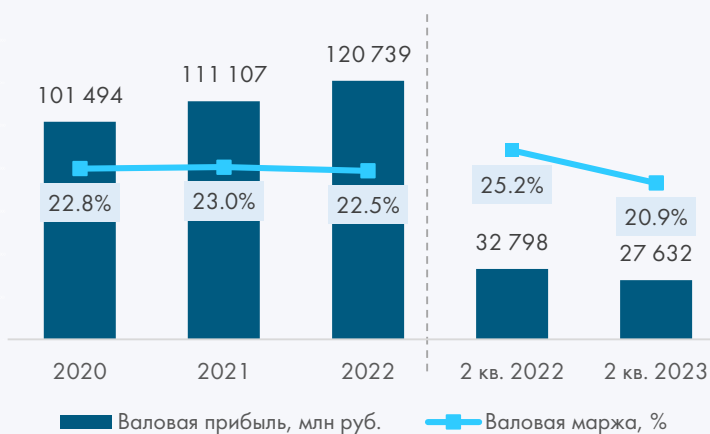
2. За 2 квартал 2023 года

3. На 30 июня 2023 г.

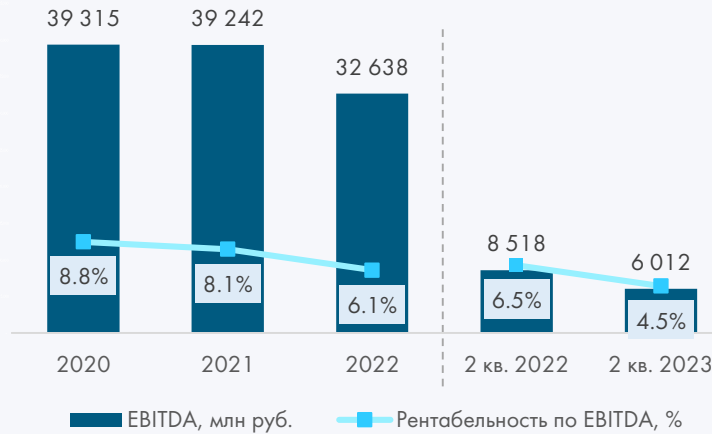


Финансовые результаты за 2 квартал 2023 год, IAS 17

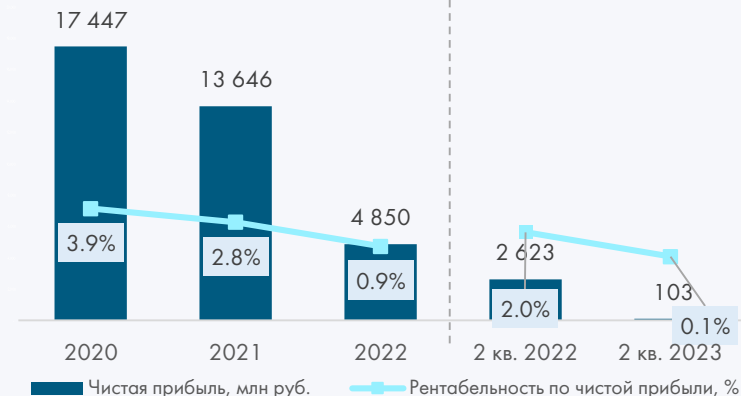
Валовая прибыль и валовая маржа



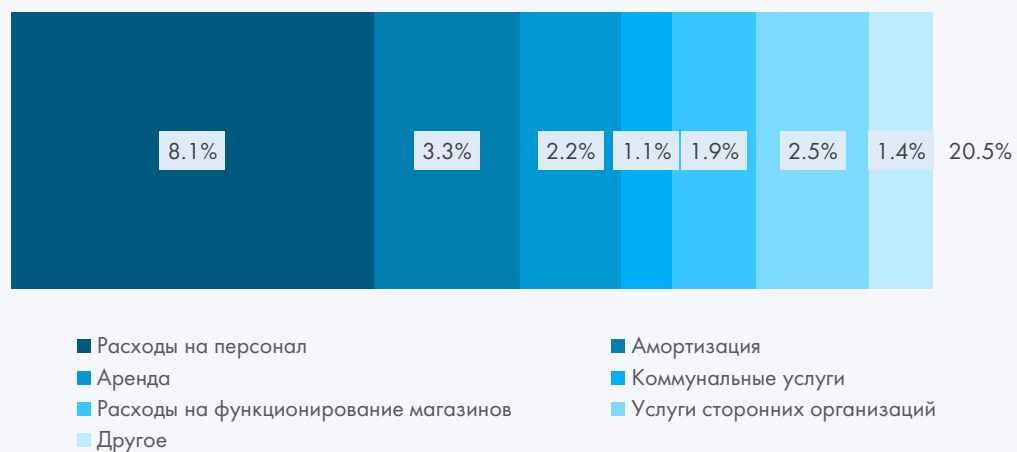
EBITDA и рентабельность по EBITDA



Чистая прибыль и рентабельность по чистой прибыли



SG&A в % от выручки



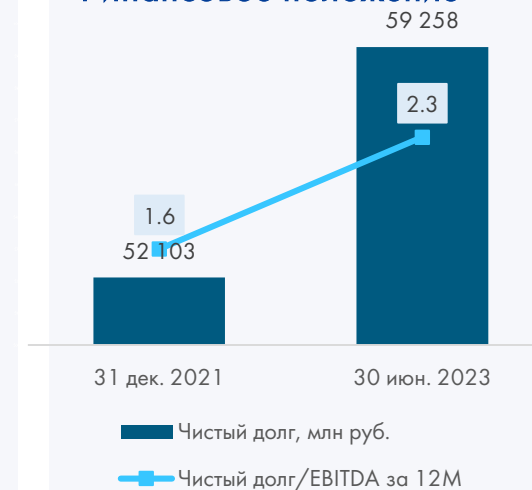
CapEx

2,0 млрд руб.

-34,0% рост г-к-г

Преимущественно из-за снижения расходов на открытие новых магазинов

Финансовое положение



Дивиденды

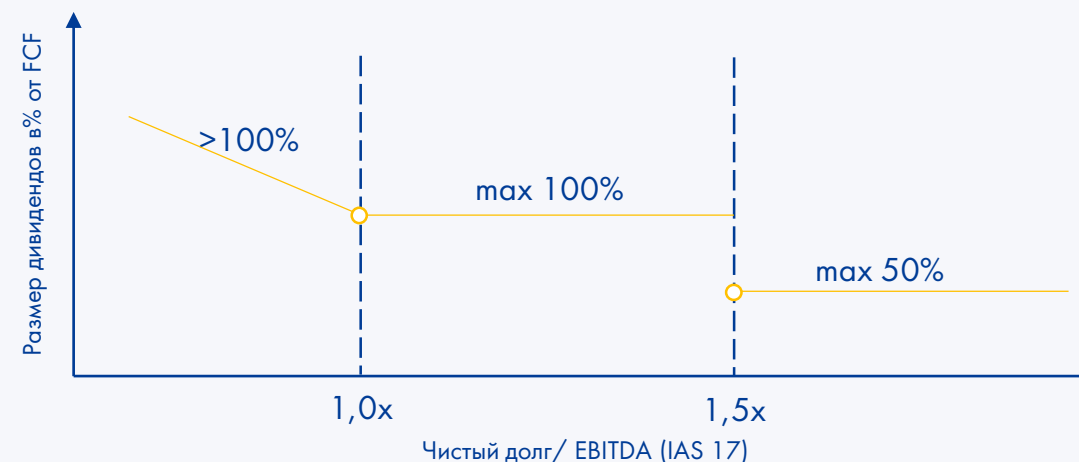
Основные принципы дивидендной политики:

- Компания стремится выплачивать дивиденды ежегодно, при этом могут выплачиваться и промежуточные дивиденды при условии, что текущее финансовое положение Компании является стабильным;
- средняя сумма дивидендов по результатам календарного года не должна быть выше 100% размера свободного денежного потока (FCF) Компании и ее дочерних компаний, рассчитанного на основе консолидированной финансовой отчетности, составленной в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, полученного за соответствующий отчетный период, при условии что коэффициент «чистый долг/EBITDA», рассчитанный по Консолидированной финансовой отчетности (IAS 17), будет находиться ниже значения 1,5x, при этом Компания может делать корректировку на сезонные колебания оборотного капитала;
- если коэффициент «чистый долг/EBITDA» будет находиться ниже значения 1,0x, то размер выплаченных дивидендов может превысить 100% размера свободного денежного потока Компании;
- при условии роста коэффициента «чистый долг/EBITDA» выше значения 1,5x Компания может перейти к дивидендной политике, предполагающей выплату дивидендов, средняя сумма которых по результатам календарного года не должна быть выше 50% размера свободного денежного потока, за соответствующий отчетный период, до тех пор, пока значение коэффициента «чистый долг/EBITDA» не уменьшится до 1,5x или ниже.

Стратегические приоритеты Ленты по распределению капитала

- 01.** Поддержание «здорового» уровня финансового левереджа: долгосрочная цель — 1,5x
- 02.** Инвестирование в прибыльный рост продаж в действующих магазинах, органический и неорганический рост
 - Улучшение существующих магазинов
 - Открытие новых магазинов и развитие онлайн-бизнеса
 - Консолидация рынка (M&A)
- 03.** Распределение дивидендов

Принцип определения размера дивидендных выплат



Приложения



Квартальные операционные результаты

	2020	1 кв. 2021	2 кв. 2021	3 кв. 2021	4 кв. 2021	2021	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022	1 кв. 2023	2 кв. 2023
Выручка, млрд руб.	445,5	107,3	110,8	118,2	147,3	483,6	132,4	130,1	126,8	148,2	537,4	124,6	132,5
Розничная выручка	437,5	105,9	109,0	116,1	144,8	475,8	130,6	128,7	125,1	145,8	530,2	122,5	129,5
Гипермаркеты	399,3	96,2	99,5	99,7	122,7	418,1	105,6	102,7	101,9	121,7	431,9	100,8	107,5
Малые форматы	38,2	9,7	9,6	16,3	22,2	57,7	22,8	23,5	21,2	23,0	90,5	21,7	22,0
Утконос	-	-	-	-	-	0,0	2,2	2,6	2,0	1,1	7,9	-	-
Оптовые продажи	8,1	1,4	1,7	2,2	2,5	7,9	1,8	1,4	1,7	2,3	7,2	2,2	3,0
Количество магазинов	393	394	406	674	757	757	795	809	811	820	820	827	773
Гипермаркеты	254	254	255	259	258	258	258	258	258	259	259	259	260
Малые форматы	139	140	151	415	499	499	537	551	553	561	561	568	513
Торговая площадь, тыс. кв. м	1 519	1 522	1 529	1 725,8	1 755,0	1 755,0	1 772,4	1 778,7	1 780,3	1 788,2	1 788,2	1 788,9	1 768,2
Гипермаркеты	1 401	1 404	1 407	1 415,8	1 410,6	1 410,6	1 410,6	1 410,6	1 410,6	1 415,8	1 415,8	1 415,8	1 421,2
Малые форматы	118	118	122	310,0	344,4	344,4	361,8	368,1	369,8	372,4	372,4	373,1	347,0
LFL продажи	5,4%	1,3%	-2,6%	3,5%	7,0%	2,4%	7,8%	2,6%	1,3%	-1,3%	2,3%	-5,6%	1,8%
Гипермаркеты	5,1%	1,9%	-2,3%	4,2%	7,9%	3,1%	8,6%	2,5%	2,3%	-0,4%	3,0%	-4,9%	4,1%
Малые форматы	9,5%	-5,0%	-5,7%	-4,0%	-2,8%	-4,3%	-0,1%	2,9%	-6,8%	-6,2%	-3,6%	-8,7%	-9,0%
LFL трафик	-5,5%	-9,3%	5,8%	-1,2%	-3,0%	-2,1%	-1,4%	-5,6%	-3,2%	-0,8%	-2,6%	-3,0%	1,8%
Гипермаркеты	-5,8%	-8,1%	5,4%	-0,4%	-2,3%	-1,5%	-1,0%	-6,1%	-3,1%	-0,1%	-2,6%	-3,2%	3,2%
Малые форматы	-3,9%	-14,7%	7,7%	-5,0%	-6,3%	-5,0%	-3,6%	-3,0%	-3,2%	-2,2%	-2,8%	-2,6%	-0,7%
LFL средний чек	11,6%	11,6%	-7,9%	4,7%	10,4%	4,7%	9,4%	8,6%	4,6%	-0,5%	5,0%	-2,7%	0,0%
Гипермаркеты	11,6%	10,9%	-7,3%	4,6%	10,5%	4,6%	9,7%	9,2%	5,6%	-0,4%	5,7%	-1,8%	0,9%
Малые форматы	14,0%	11,3%	-12,4%	1,1%	3,7%	0,8%	3,6%	6,1%	-3,7%	-4,1%	-0,8%	-6,3%	-8,4%



Отчет о финансовом положении (IFRS 16)

Активы, млн руб.	30.06.2023	31.12.2022	31.12.2021	Капитал и обязательства, млн руб.	30.06.2023	31.12.2022	31.12.2021
Внеоборотные активы				Капитал	126 478	130 005	106,961
Основные средства	164 500	170 963	170 370	Долгосрочные обязательства			
Активы в форме права пользования	47 018	50 667	59 720	Долгосрочные кредиты и займы	67 908	26 968	66 912
Нематериальные активы	5 858	5 369	3 064	Долгосрочные обязательства по аренде	45 021	47 019	54 150
Прочие внеоборотные активы	9 518	9 428	9 126	Прочие долгосрочные обязательства	2 686	3 161	7 989
Итого внеоборотные активы	226 895	236 426	242 281	Итого долгосрочные обязательства	115 615	77 148	129 051
Оборотные активы				Краткосрочные обязательства			
Запасы	52 933	57 681	51 353	Торговая и прочая кредиторская задолженность	56 234	74 447	74 031
Торговая и прочая дебиторская задолженность	8 168	9 695	13 125	Краткосрочные кредиты и займы, краткосрочная часть долгосрочных кредитов и займов	21 207	54 155	21 502
Авансы выданные	4 769	6 607	2 903	Краткосрочные обязательства по аренде	5 649	6 131	6 398
Денежные средства и их эквиваленты	29 857	29 020	33 326	Прочие краткосрочные обязательства	6 618	5 676	5 345
Прочие оборотные активы	9 181	8 133	300	Итого краткосрочные обязательства	89 709	140 409	107 276
Итого оборотные активы	104 907	111 136	101 007	Итого обязательства	205 323	217 557	236 327
Итого активы	331 802	347 562	343 288	Итого капитал и обязательства	331 802	347 562	343 288

Отчет о совокупном доходе

млн руб.	IFRS 16			IAS 17		
	1П 2023	1П 2022	Изменение	1П 2023	1П 2022	Изменение
Выручка	257 153	262 459	-2,0%	257 153	262 459	-2,0%
Валовая прибыль	51 993	63 102	-17,6%	51 778	62 839	-17,6%
<i>Валовая маржа, %</i>	<i>20,2%</i>	<i>24,0%</i>	<i>-382 б.п.</i>	<i>20,1%</i>	<i>23,9%</i>	<i>-381 б.п.</i>
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	-52 432	-59 299	-11,6%	-54 081	-60 504	-10,6%
<i>Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы в % от Выручки</i>	<i>-20,4%</i>	<i>-22,6%</i>	<i>220 б.п.</i>	<i>-21,0%</i>	<i>-23,1%</i>	<i>202 б.п.</i>
ЕБИТДА	14 327	20 686	-30,6%	8 637	15 409	-43,9%
<i>Рентабельность EBITDA</i>	<i>5,6%</i>	<i>7,9%</i>	<i>-231 б.п.</i>	<i>3,4%</i>	<i>5,9%</i>	<i>-251 б.п.</i>
Операционная прибыль	1 957	7 991	-73,2%	-136	6 593	-
<i>Рентабельность операционной прибыли</i>	<i>0,8%</i>	<i>3,0%</i>	<i>-221 б.п.</i>	<i>-0,1%</i>	<i>2,5%</i>	<i>-</i>
Чистые процентные расходы	-4 943	-4 910	0,7%	-2 443	-2 455	-0,5%
Чисты расходы от курсовой разницы	-633	1 253	-	-200	357	-
Прибыль до налогообложения	-3 619	4 334	-	-2 779	4 495	-
Чистая прибыль	-3 076	3 230	-	-2 404	3 358	-
<i>Рентабельность чистой прибыли</i>	<i>-1,2%</i>	<i>1,2%</i>	<i>-</i>	<i>-0,9%</i>	<i>1,3%</i>	<i>-</i>



Отчет о совокупном доходе

млн руб.	IFRS 16			IAS 17		
	2022	2021	Изменение	2022	2021	Изменение
Выручка	537 401	483 641	11,1%	537 401	483 641	11,1%
Валовая прибыль	121 204	111 361	8,8%	120 739	111 107	8,7%
<i>Валовая маржа, %</i>	<i>22,6%</i>	<i>23,0%</i>	<i>-47 б.п.</i>	<i>22,5%</i>	<i>23,0%</i>	<i>-51 б.п.</i>
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	-110 264	-91 447	20,6%	-112 987	-93 066	21,4%
<i>Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы в % от Выручки</i>	<i>-20,5%</i>	<i>-18,9%</i>	<i>-161 б.п.</i>	<i>-21,0%</i>	<i>-19,2%</i>	<i>-178 б.п.</i>
ЕБИТДА	43 665	46 885	-6,9%	32 638	39 242	-16,8%
<i>Рентабельность EBITDA</i>	<i>8,1%</i>	<i>9,7%</i>	<i>-157 б.п.</i>	<i>6,1%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-204 б.п.</i>
Операционная прибыль	15 412	25 422	-39,4%	12 082	23 348	48,3%
<i>Рентабельность операционной прибыли</i>	<i>2,9%</i>	<i>5,3%</i>	<i>-239 б.п.</i>	<i>2,2%</i>	<i>4,8%</i>	<i>258 б.п.</i>
Чистые процентные расходы	-10 017	-8 428	18,9%	-4 924	-4 923	0,0%
Чисты расходы от курсовой разницы	162	-524	-	-52	-497	-89,5%
Прибыль до налогообложения	5 557	16 470	-66,3%	7 106	17 928	-60,4%
Чистая прибыль	3 611	12 480	-71,1%	4 850	13 646	-64,5%
<i>Рентабельность чистой прибыли</i>	<i>0,7%</i>	<i>2,6%</i>	<i>-191 б.п.</i>	<i>0,9%</i>	<i>2,8%</i>	<i>-192 б.п.</i>



Отчет о движении денежных средств

млн руб.	IFRS 16			IAS 17		
	1П 2023	1П 2022	Изменение	1П 2023	1П 2022	Изменение
Прибыль до налога на прибыль	-3 619	4 334	-	-2 779	4 495	-
Чистые корректировки по потерям от реализации активов, обесценения, амортизации и др.	18 335	16 834	8,9%	12 034	11 328	6,2%
Изменения в оборотном капитале	-9 313	-17 929	-48,1%	-9 028	-17 897	-49,6%
Денежные средства от операционной деятельности	5 403	3 239	66,8%	227	-2 074	-
Чистые уплаченные проценты и платежи по налогу на прибыль	-6 036	-7 946	-24,0%	-3 527	-5 477	-35,6%
Чистые денежные средства от операционной деятельности	-633	-4 707	-86,6%	-3 300	-7 551	-56,3%
Чистые денежные средства использованные в инвестиционной деятельности	-3 772	-7 340	-48,6%	-3 792	-7 359	-48,5%
Чистые денежные средства, (использованные в) / полученные от финансовой деятельности	5 239	-7 914	-	7 926	-5 051	-
Эффект курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	3	-138	-	3	-138	-
Чистый прирост / (уменьшение) денежных средств и эквивалентов	837	-20 099	-	837	-20 099	-

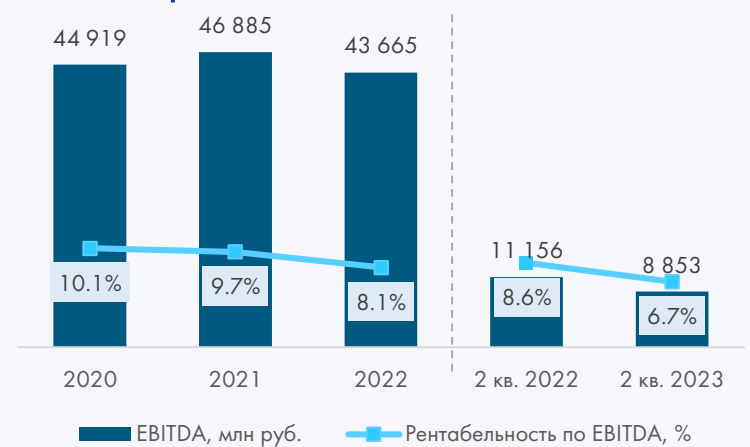


Финансовые результаты за 2 квартал 2023 года, IFRS 16

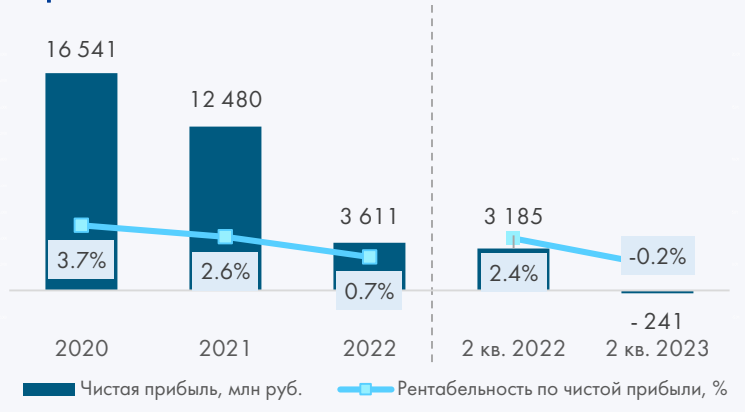
Валовая прибыль и валовая маржа



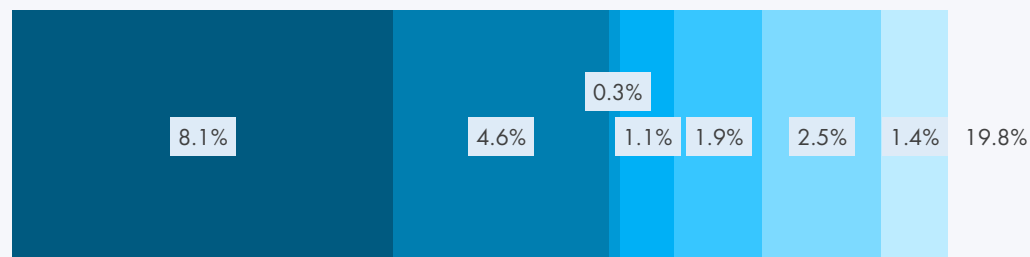
EBITDA и рентабельность по EBITDA



Чистая прибыль и рентабельность по чистой прибыли



SG&A в % от продаж



- Расходы на персонал
- Арендные обязательства
- Амортизация
- Коммунальные услуги
- Расходы на функционирование магазинов
- Услуги сторонних организаций
- Долгосрочные долговые обязательства

CapEx

2,0 млрд руб.

-34.1% рост г-к-г

Преимущественно из-за сокращения количества новых открытий

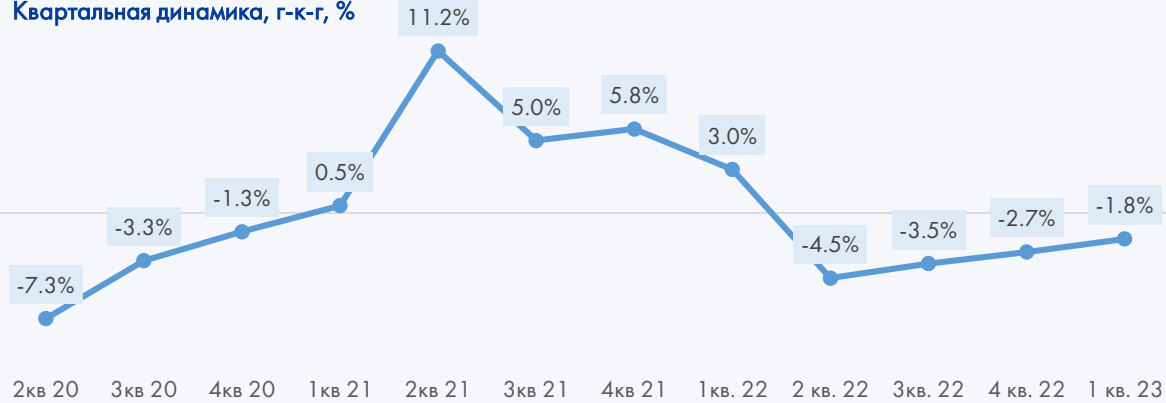
Финансовое положение



Динамика макроэкономических показателей

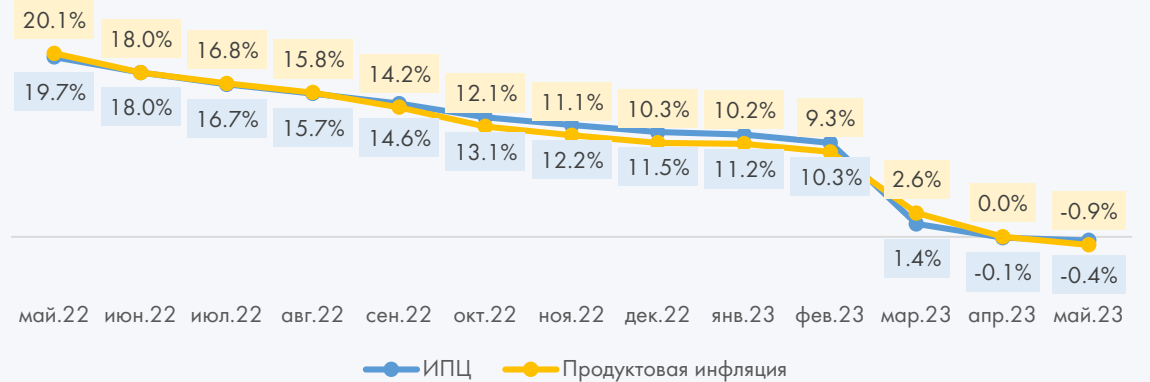
РЕАЛЬНЫЙ ВВП*

Квартальная динамика, г-к-г, %



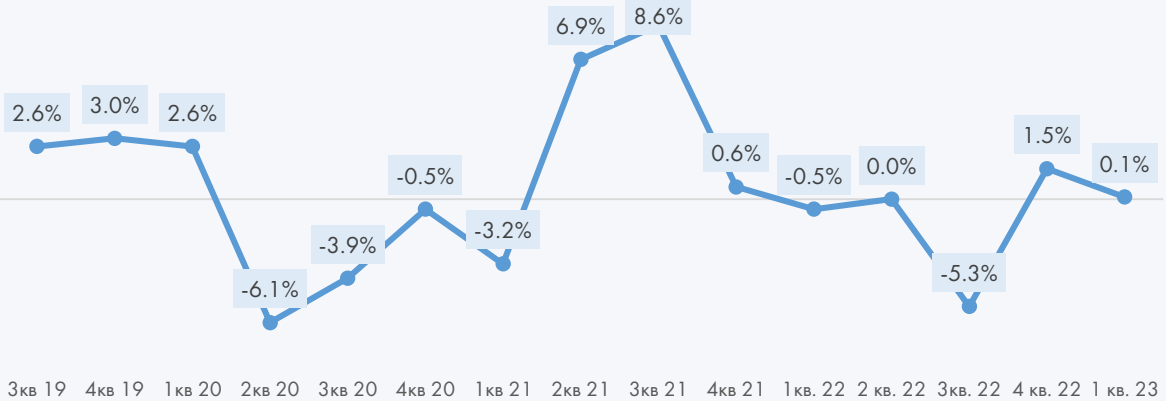
ИПЦ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ИНФЛЯЦИЯ

Месячная динамика, г-к-г, %



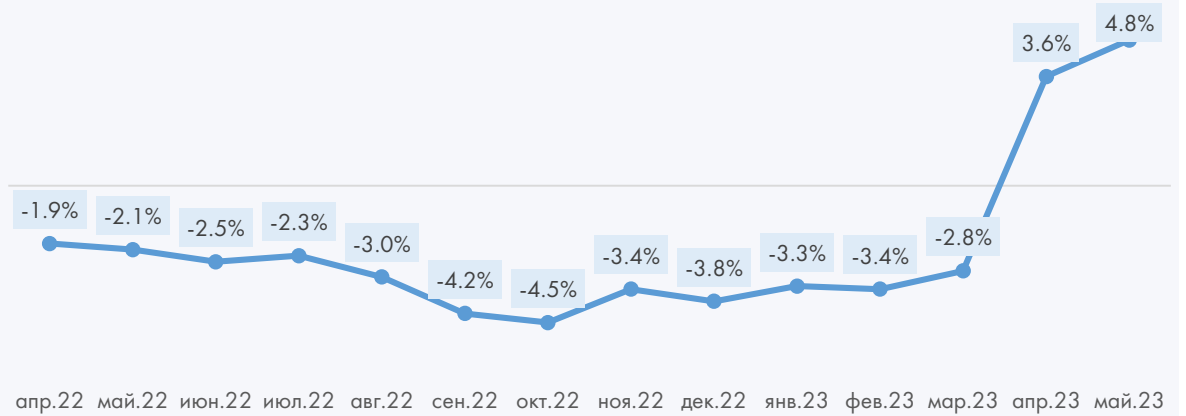
РЕАЛЬНЫЕ РАСПОЛАГАЕМЫЕ РАСХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ

Квартальная динамика, г-к-г, %



ИНДЕКС ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (FOOD)

Месячная динамика, г-к-г, %



* Индексы физического объема валового внутреннего продукта



Татьяна Власова

Директор по взаимодействию с инвесторами

tatyana.vlasova@lenta.com

Санкт-Петербург,
ул. Савушкина,
д. 112, лит. Б