



# Презентация для инвесторов

за 1 квартал 2026 года



# Заявление об ограничении ответственности

Информация, содержащаяся в данной презентации, была подготовлена МКПАО «Лента» (далее – Компания). Представленные здесь заключения основаны на общей информации, собранной на момент подготовки материала, и могут быть изменены без дополнительного извещения. Компания полагается на информацию, полученную из источников, которые она считает надежными; тем не менее, Компания не гарантирует ее точность или полноту. Содержание данной презентации не было верифицировано Компанией или кем-либо от ее лица будь то консультантами или другой независимой третьей стороной. Информация, содержащаяся в настоящей презентации, не должна ни в каких целях считаться полной, точной или беспристрастной. Компания не давала и не дает от своего имени, от имени акционеров, директоров, должностных лиц или служащих, или любых иных лиц, никаких заверений или гарантий, как ясно выраженных, так и подразумеваемых, в отношении точности, полноты или объективности содержащейся в презентации информации или мнений. Соответственно, ни один из директоров Компании, ее акционеров, должностных лиц или служащих, или любых иных лиц, не принимает на себя никакой ответственности за любые потери любого рода, которые могут быть понесены в результате любого использования данной презентации или ее содержания, или же иным образом в связи с этой презентацией.

Информация и мнения, содержащиеся в настоящей презентации (включая и не ограничиваясь заявлениями относительно будущих событий, указанных ниже), действительны на дату выпуска настоящей презентации и могут быть изменены без уведомления. Темы, поднятые в настоящей презентации, могут включать заявления в отношении будущих событий.

Определенные утверждения в данной Презентации Компании могут представлять заявления прогнозного характера. Любые утверждения, отражающие ожидания или прогнозы на будущее, включая утверждения об операционной деятельности, положении на рынке, тенденциях в секторе, общем экономическом положении, предстоящих затратах и финансовых результатах, являются заявлениями прогнозного характера. Заявления прогнозного характера могут быть

идентифицированы, по таким словам, как "ожидает", "предвидит", "планирует", "намеревается", "прогнозирует", "заявляет" и подобным. Любые утверждения в данных материалах, не являющиеся констатацией исторических фактов, включая (но не ограничиваясь) заявления в отношении финансового положения; бизнес стратегии; планов и задач, касающихся будущих операций; перспектив роста и развития; планов и потенциала будущего роста; роста спроса на товары; экономических прогнозов; рыночных трендов; развития рынков и любые прочие заявления в отношении будущего Компании сопряжены с известными и неизвестными рисками, неопределенностями и прочими факторами, в связи с которыми фактические результаты деятельности Компании, итоги и достижения могут существенно отличаться от любых будущих результатов, итогов или достижений, отраженных в или предполагаемых такими прогнозными заявлениями. Такие прогнозные заявления основаны на ряде предположений относительно текущих и будущих бизнес-планов, а также текущей и будущей среды компании или ее Группы. Эти предположения в значительной степени подвержены неопределенности и непредвиденным обстоятельствам, которые трудно или невозможно предсказать и которые находятся за рамками контроля Компании, поэтому она может не реализовать озвученные планы, ожидания, убеждения или прогнозы. Прошлые результаты не должны рассматриваться в качестве индикатора или гарантии будущих результатов. Компания не дает никаких гарантий, явных или подразумеваемых, в отношении будущих результатов. Данные заявления относительно будущих событий действительны только на дату, когда они были сделаны; Компания, совет директоров, сотрудники, директора, должностные лица, агенты или консультанты не принимают на себя никаких обязательств по дополнению, изменению, обновлению или пересмотру каких-либо прогнозных заявлений, содержащихся в настоящей презентации, чтобы они отражали фактические результаты, изменения в допущениях или изменения в факторах, повлиявших на данные заявления, изменения в ожиданиях Компании или любые изменения в событиях, условиях или обстоятельствах, на которых были основаны данные заявления. Вышеуказанные лица не обязаны обновлять или поддерживать актуальность совершенно любой информации, отраженной в данной презентации.

Определенная финансовая информация, включенная в данную презентацию, в том числе финансовые показатели не по МСФО могли быть не проаудированы, проверены или подтверждены независимой аудиторской компанией. Включение такой финансовой информации в эту или иную презентацию не следует рассматривать как заверение или гарантию со стороны Компании, консультантов, аффилированных лиц, их директоров, должностных лиц или сотрудников относительно точности или полноты представления такой информации о финансовом состоянии или результатах деятельности Компании.

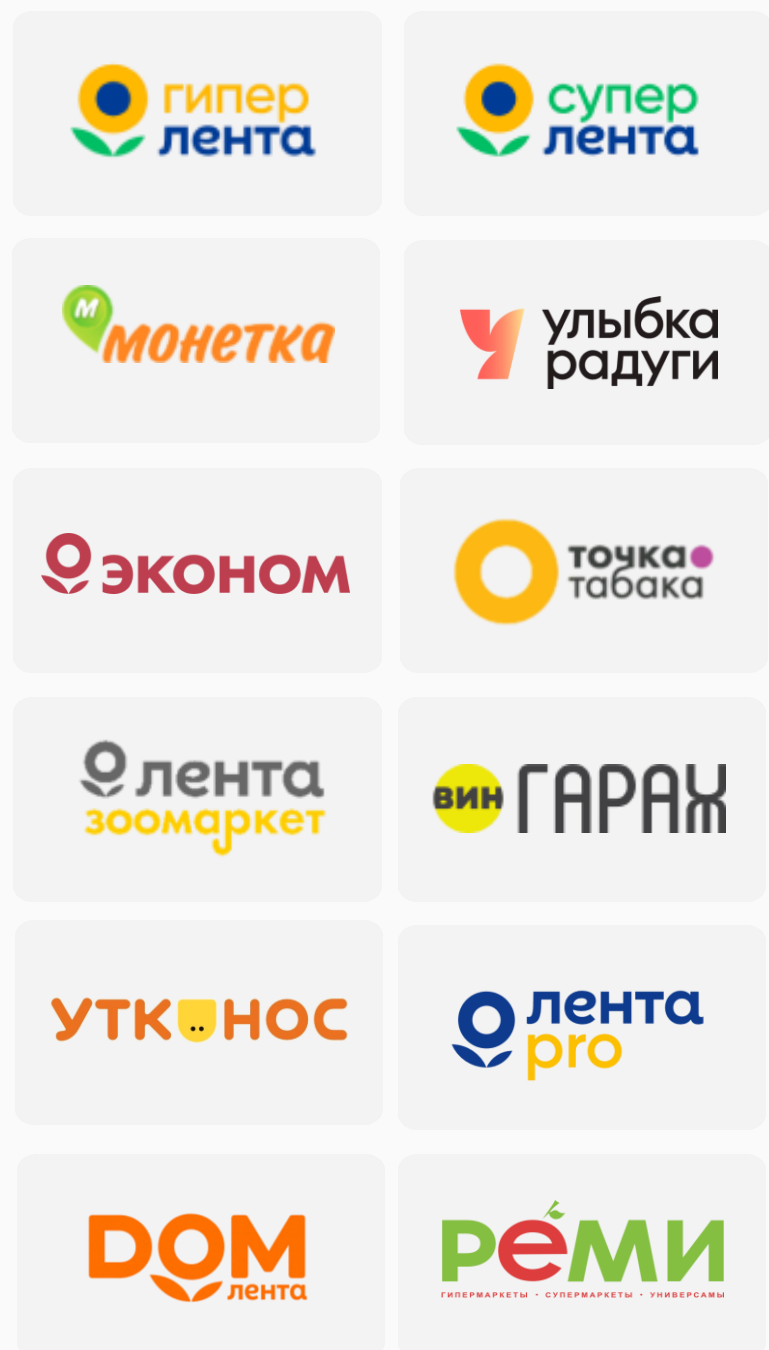
Некоторые цифровые данные, включенные в настоящую презентацию, были округлены. Соответственно, итоговые значения в ряде таблиц или графиков могут не совпадать с арифметической суммой цифр, к которым они относятся.

Настоящая презентация не представляет собой предложение продажи, или же побуждения любого предложения подписки на, или покупки любых ценных бумаг. Понимается, что ни одно положение данного отчета/презентации не создает основу какого-либо контракта либо обязательства любого характера.

Настоящая презентация не предназначена для распространения или использования физическими или юридическими лицами, которые являются гражданами или резидентами или находятся на территории, в штате, стране или другой юрисдикции, в которой публикация, доступность или использование данных материалов будет противозаконным или потребует какой-либо регистрации, лицензирования или другого разрешения в рамках данной юрисдикции.

Настоящая презентация не является публичной офертой или рекламой ценных бумаг, или иными видом рекламы в Российской Федерации, а также не является приглашением к проведению деловых переговоров, заключению сделок купли, продажи, передачи ценных бумаг на территории Российской Федерации. Никакая часть настоящей презентации или факт ее распространения не должны составлять основу или быть связаны с каким-либо договором, обязательством или инвестиционным решением.

# «Группа Лента» сегодня – одна из крупнейших розничных сетей России с потенциалом роста



## Широкая география

1 000+ населенных пунктов

## Близость к покупателям

7 000+ магазинов

270 гипермаркетов 383 супермаркета 2 073 дрогери

4 173 магазина у дома 118 магазинов «Реми»

25 магазинов «Дом Лента»

105 ультраконвиниенс

## Клиентская аудитория

~4 млн чеков в день<sup>2</sup>

50+ млн держателей карт лояльности

150 тыс. юридических лиц<sup>3</sup>

## Онлайн-платформа

55 тыс. заказов в день<sup>4</sup>

7,3 млн MAU<sup>5</sup> онлайн-витрин

## Логистическая инфраструктура

28 РЦ и более 1 200 собственных грузовиков

## Централизованные сервисы

36 бизнес-сервисов

## Широкий портфель СТМ<sup>6</sup>

20+ тыс. эксклюзивных позиций

## Вовлеченная команда

100 тыс. сотрудников

45% eNPS<sup>7</sup>

~33% текучесть<sup>8</sup>

1. Результаты представлены по итогам 1 кв. 2026 года | 2. Рассчитано на основании среднего количества чеков и онлайн-заказов в 1 кв. 2026 года | 3. Активных B2B-клиентов с хотя бы 1 покупкой за год | 4. Среднее количество оплаченных заказов | 5. Monthly Active Users — количество уникальных пользователей, посетивших онлайн витрину в течении месяца | 6. СТМ — собственные торговые марки | 7. Employee Net Promoter Score — готовность рекомендовать компанию друзьям и родным | 8. Нежелательная текучесть, ниже отраслевой

# Ключевые этапы развития Группы

## Мультиформатная и монобрендовая сеть

Фокус на развитии новых форматов («Мини» и онлайн), с учетом обеспечения синергий в ассортиментном предложении и единой программе лояльности



## Платформа по развитию бизнесов

Организация системы управления мультиформатными и мультибрендовыми бизнесами, основанной на балансе между самостоятельностью торговых сетей и централизацией сервисов для обеспечения групповых синергий

2020

Лидирующая сеть гипермаркетов в России  
Небольшой сегмент Супермаркетов  
Запуск онлайн-сервиса «Ленточка»

2021

Запуск «у дома»



Приобретение



2022

Интеграция Billa и «Семья» в «Супер Ленту» и «Мини Ленту»

Приобретение



Выделение B2B-направления



2023

Приобретение



Запуск новых форматов



Этап 1 организационной трансформации - разделение команд гипермаркетов, супермаркетов и корпоративного центра

2024

Приобретение



Запуск ультраконвиниенс



Этап 2 организационной трансформации – развитие самоуправления

2025

Приобретения



Новый бренд



Этап 3 организационной трансформации – запуск различных бизнес-сервисов




Магазинов	393	>	757	>	820	>	2 819	>	5 149	>	6 760	
Выручка, млрд руб.	446	+6.7%	484	+8.6%	537	+11.1%	616	+14.6%	888	+44.2%	1 104	+24.2%
LFL продажи	+5,4%	>	+2,4%	>	+2,3%	>	+4,6%	>	+12,7%	>	+10,4%	
EBITDA margin	8,8%	>	8,1%	>	6,1%	>	5,5%	>	7,7%	>	7,6%	
Net Debt / EBITDA	1,5x	>	1,4x	>	1,6x	>	2,8x	>	0,9x	>	0,6x	

● рост г-к-г


Финансовые показатели до применения IFRS-16 | 1. Сделка от 13 января 2026 года

# Стратегия «Группы Лента» — стать чемпионом российского ретейла

## Устойчиво растущий ретейлер, развивающий диверсифицированный портфель бизнесов




-  Активное развитие текущих форматов через расширение клиентской базы
-  Быстрое пилотирование и масштабирование комплементарных бизнесов
-  Расширение портфеля за счет выхода в новые сегменты рынка

## Платформа для эффективного развития бизнесов




-  Развитие самоуправления — бизнес-сервисы как внутренние подрядчики Группы
-  Быстрое пилотирование и внедрение окупаемых технологических решений
-  Эффективная интеграция M&A активов в контур текущих бизнесов или групповую платформу

## Чемпион Российского ретейла

## Лучшее клиентское предложение каждого бизнеса в географии присутствия

-  Позитивная динамика клиентских метрик: NPS<sup>1</sup>, CSAT<sup>2</sup> и др.
-  Развитие омниканального предложения и обеспечение позитивного офлайн LFL-трафика
-  Лидерство по плотности продаж<sup>3</sup> среди форматных конкурентов за счет адаптации CVP

## Эффективность и проактивность — основа культурного кода

-  Позитивная динамика вовлеченности<sup>4</sup> и eNPS для роста производительности и снижения текучести
-  Развитие культуры CI как подхода к постоянному поиску точек роста и областей улучшения процессов
-  Лидерство по эффективности SG&A<sup>3</sup> и фокус на окупаемости инвестиций

# Стратегические приоритеты до 2028 года

## 2,2 ТРЛН ₽ ВЫРУЧКИ

за счет реализации стратегии  
форматов с фокусом на

↗ **Операционную эффективность**

▮ **Развитие культуры CI**

👥 **Вовлеченность персонала**



**Нарастить долю в канале  
гипермаркетов, сохраняя  
лидерство по эффективности**

- Создавать привлекательное ценовое предложение
- Нарастивать продажи в прибыльном онлайн-канале
- Развивать концепцию «центра притяжения»



**Ускорить экспансию,  
эффективно открывая  
1 000+ магазинов в год**

- Выходить в новые регионы, адаптируя CVP
- Оставаться лидером по LFL-росту и EBITDA маржинальности на домашних территориях



**Расти в 2 раза быстрее  
рынка, увеличивая  
рентабельность бизнеса**

- Ускорить развитие, ежегодно запуская 50+ магазинов
- Увеличивать количество и качество сервисов в магазине
- Развивать безубыточный онлайн-канал



**Обеспечить омниканальный  
рост выручки бизнеса  
с CAGR >20%**

- Развивать CVP с фокусом на категории красоты и эмоциональный опыт покупки
- Сохранить темпы развития, запуская 350+ магазинов в год



**Быстро запускать  
и развивать новые бизнесы  
в самостоятельные форматы**

- Ежегодно удваивать количество Ультракониенинс
- Увеличивать число табакошопов и онлайн-канал зоомагазинов
- Продолжать тестирование новых перспективных ниш



**Поддерживать развитие  
и повышать эффективность  
бизнесов Группы**

- Реализовывать синергии за счет развития бизнес-сервисов
- Внедрять окупаемые технологические решения
- Обеспечивать эффективную интеграцию M&A-активов

# Ключевые финансовые приоритеты до 2028 года

## Рост выручки

**с CAGR >20% до 2,2 трлн руб.**

за счет органического роста преимущественно малых форматов и сделок M&A

## Поддержание комфортного уровня Net Debt/EBITDA

**в пределах 1,0-1,5x**

при условии сделок M&A целевой коэффициент не более 2,0x

## Лидерство по рентабельности

**EBITDA 8% в 2028**

не ниже 7% в 2025-2027 годах

благодаря высокой вовлеченности сотрудников, росту производительности и развитию культуры CI

## CapEx от выручки Группы

**не более 5,5%**

без учета потенциальных M&A сделок при строгом контроле доходности всех проектов развития

# Рост акционерной стоимости за счет эффективного распределения капитала

1

## Инвестиции в органическое развитие

1. Органический рост с фокусом на малые форматы
2. Развитие логистической инфраструктуры
3. Улучшение и редизайн текущего портфеля магазинов

2

## Поддержание комфортного уровня долговой нагрузки

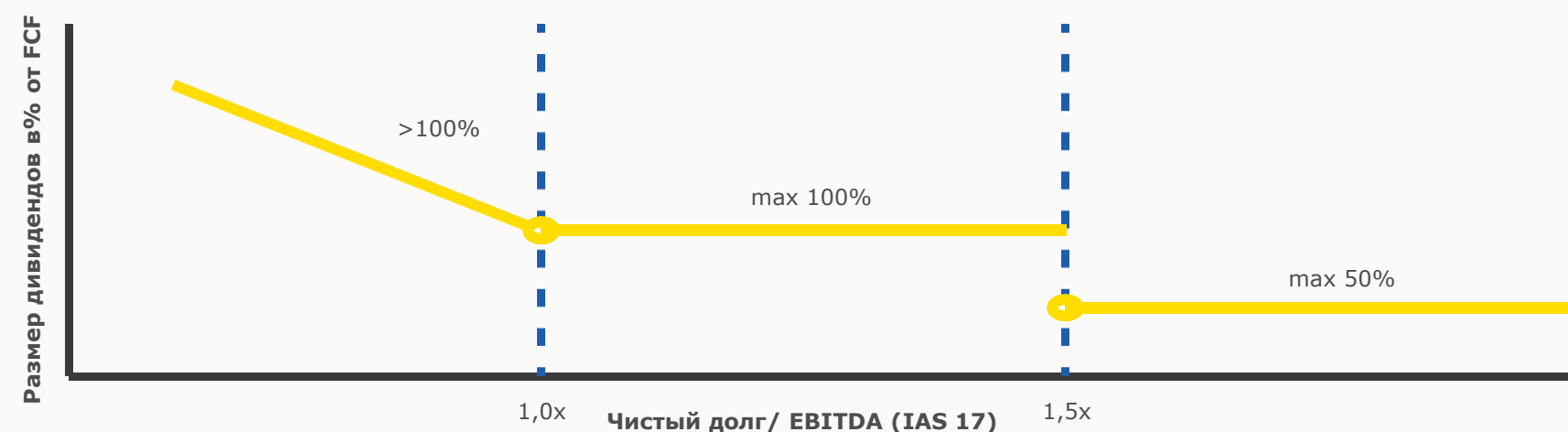
1. Оптимизация кредитного портфеля с учетом рыночной ситуации
2. Использование новых источников финансирования, в том числе потенциальный выход «Группы Лента» на рынок корпоративных облигаций

3

## Инвестиции в новые бизнесы, в т.ч. сделки M&A, если

1. Проект имеет значение IRR выше минимальной принятой в компании нормы доходности
2. Сделка поддерживает реализацию стратегии Группы до 2028
3. Возможны синергетические эффекты для Группы

## Потенциальная выплата дивидендов



гипер  лента

**ГИПЕРМАРКЕТЫ**



# «Гипер Лента» — лидер рынка среди гипермаркетов

**270**  
гипермаркетов<sup>1</sup>

**583**  
млрд руб. выручка<sup>2</sup>

**100+**  
населенных пунктов

**47+**  
тыс. сотрудников<sup>3</sup>

«Гипер Лента» — гипермаркет с востребованным ассортиментом по выгодным ценам, становящийся ближе к покупателям

**1** Классический гипермаркет:  
«Центр притяжения» с широким выбором товаров и услуг по выгодным ценам

**5,0** тыс. кв. м

**25** тыс. SKU<sup>4</sup>

**75%** EDPP<sup>5</sup> цен

**2** Компактный городской гипермаркет «XS»  
Широкое покрытие ключевых потребностей по выгодным ценам близко к покупателю

**2,5** тыс. кв. м

**13** тыс. SKU

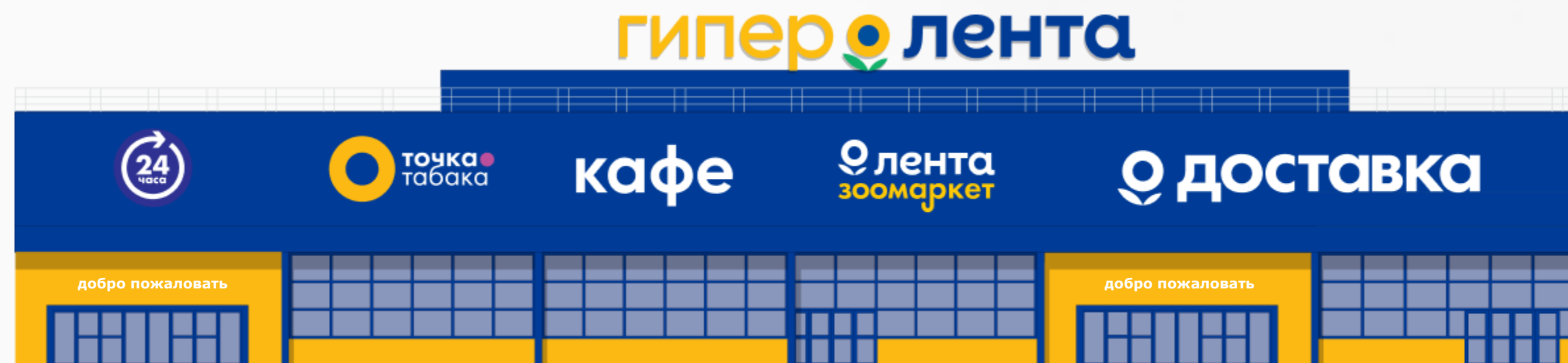
**75%** EDPP цен

**3** Гипермаркеты «Эконом» и «Семья»:  
Предложение стабильно низких цен на наиболее востребованный ассортимент

**2,5** тыс. кв. м

**10** тыс. SKU

**100%** EDPP цен



1. По данным на 31.03.2026 | 2. Розничная выручка LTM на 31.03.2026 | 3. Включая 13 тыс. сотрудников онлайн-команды и курьеров | 4. SKU – единица складского учета товаров | 5. EDPP – модель ценообразования с постоянной акционной ценой

# Ключевые приоритеты развития гипермаркетов



## Улучшение клиентского предложения

- Фокус на обеспечении стабильно выгодных цен
- Усиление уникальности ассортимента в категориях дифференциаторах за счет вкусняшек
- Развитие предложения в зоне субаренды и на парковках как собственными сервисами, так и в партнерствах, в т.ч. открытие собственных кафе



## Развитие омнипредложения

- Увеличение доли онлайн-продаж при росте EBITDA
- Фокус на развитии собственных сервисов доставки и самовывоза
- Повышение эффективности операций сборки и доставки, сокращение среднего времени доставки



## Экспансия через органическое развитие форматов «XS», «Эконом» и «Семья» и эффективная интеграция M&A-таргетов



## Фокус на оптимизации SG&A

- Дальнейший рост производительности труда за счет изменения принципов пополнения и сокращения запасов на складах магазинов
- Универсализация сотрудников торгового зала для эффективных омниопераций по выкладке товара и сборке заказов
- Внедрение окупаемых технологий роботизации, видеоаналитики и ИИ



## Обеспечение формата квалифицированными, вовлеченными, мотивированными на результат сотрудниками, разделяющими культуру «Гипер Ленты»



**МАГАЗИНЫ  
У ДОМА**



# «Монетка» — самая быстрорастущая сеть магазинов у дома<sup>1</sup>

4 173

магазина<sup>2</sup>

371

млрд руб. выручка<sup>3</sup>

950+

населенных пунктов

30+

тыс. сотрудников

«Монетка» — магазин, создающий повседневную стабильность для покупателей, в котором можно быстро найти любимые товары по доступным ценам



260

КВ. М

средняя торговая площадь магазина



4 000

SKU

средняя ассортиментная матрица магазина



>60%

ассортимента

продается по EDPP ценам



до 30

минут

время доставки 50% онлайн-заказов

## Структура ассортиментного предложения

10% Всегда свежие овощи и фрукты

10% Молочные продукты

5% Свежее мясо

5% Хлеб и выпечка

FRESH  
30%

>17%

Ассортимент локальных производителей



# Ключевые приоритеты развития магазинов у дома



## Поддержание высоких темпов экспансии: ежегодное открытие 1 000+ магазинов

- Нарастивание федеральной узнаваемости бренда
- Выход в новые регионы и адаптация CVP под локальную специфику
- Запуск новых РЦ для обеспечения эффективной логистики



## Развитие предложения уникального ассортимента и дополнительных сервисов

- Быстрая адаптация ассортиментного и ценового предложения под изменение клиентских предпочтений
- Фокус на усилении дифференциаторов и трендовых потребностях
- Развитие дополнительных сервисов с фокусом на пекарне и готовой еде



## Обеспечение магазинов квалифицированными, вовлеченными, мотивированными на результат сотрудниками

- Обновление ценностного предложения и культуры заботы
- Поддержание эффективности HR-процессов при существенном росте сети
- Развитие системы наставничества и преемственности знаний



## Эффективный рост онлайн-канала с фокусом на быструю доставку

- Интеграция «Монетки» онлайн на партнерские витрины доставки
- Коллаборации с сервисами доставки «Ленты»
- Развитие собственного сервиса доставки от 15 минут



## Сохранение культурного кода «Монетки» и развитие культуры СИ при активном росте сети

супер  лента

**СУПЕРМАРКЕТЫ**



# «Супер Лента» — самая быстрорастущая сеть супермаркетов<sup>1</sup>

**383**  
супермаркета<sup>2</sup>

**124**  
млрд руб. выручка<sup>3</sup>

**100+**  
населенных пунктов

**7+**  
тыс. сотрудников

«Супер Лента» — комфортный современный супермаркет с широким ассортиментом и доступными ценами



**750**

КВ. М

средняя торговая  
площадь магазина



**8 000**

SKU

ассортиментная матрица  
стандартного магазина



**70%**

ассортимента

продается по EDPP ценам



**от 30**

минут

доставка даже объемных  
онлайн-заказов

## Основы формата



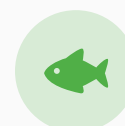
Свежие овощи  
и фрукты



Мясная лавка



Готовая  
кулинария



Рыбная лавка



Собственная  
пекарня



# Ключевые приоритеты развития супермаркетов



## Повышение удовлетворенности клиентов

- Адаптация ассортимента под потребности различных клиентских сегментов
- Усиление категории готовой еды, развитие сервисов кулинарии, кофе-поинтов, кафе
- Повышение удобства магазинов за счет обновления дизайна и эргономики



## Применение цифровых технологий и автоматизация

- Применение технологий ИИ в аналитике и совершенствовании бизнес-процессов
- Переход на цифровую платформу управления магазинами
- Автоматизация рутинных задач



## Расширение сети

- Органическое развитие в городах присутствия
- Выход в новые регионы, в том числе Поволжье и Юг России
- Фокус на M&A и быстрой интеграции сильных региональных игроков



## Улучшение эффективности и контроль SG&A

- Совершенствование системы контроля затрат
- Дальнейшая оптимизация товарных запасов
- Повышение производительности персонала



## Пилотирование «Утконоса» для расширения потенциала экспансии бизнеса

Создание модели рационального супермаркета со стабильно низкими ценами на наиболее востребованный ассортимент с упрощенным сервисом и оптимизированными операциями для открытия в локациях, менее подходящих для «Супер Ленты»

# УТКОНОС

 улыбка радуги

**ДРОГЕРИ**



# «Улыбка радуги» — самая быстрорастущая сеть дрогери магазинов у дома<sup>1</sup>

# 2 073

магазинов<sup>2</sup>

# 50

млрд руб. выручка<sup>3</sup>

# 350+

населенных пунктов

# 10+

тыс. сотрудников

«Улыбка радуги» — удобный магазин товаров для красоты и ухода за домом в шаговой доступности, где покупатель получает удовольствие от покупки и не переплачивает



# 130

КВ. М

средняя торговая площадь  
магазина



# 9 500

SKU

средняя ассортиментная матрица  
магазина



# до 15

минут

готовность онлайн-заказа  
к выдаче в магазине<sup>4</sup>

## Структура ассортимента магазина

30%



Декоративная косметика  
и парфюмерия

20%



Товары персонального  
ухода и гигиены

30%



Уходовая косметика

10%

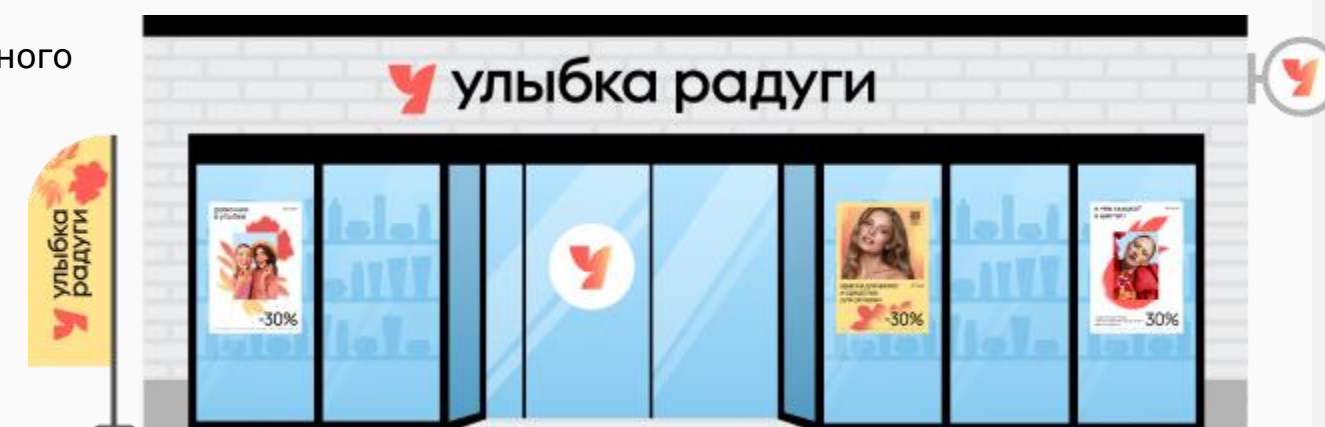


Товары для ухода  
за домом

10%



Аксессуары



# Ключевые приоритеты развития дрогери магазинов



## Поддержание высоких темпов органической экспансии 350+ магазинов в год

- Усиление позиций в текущих регионах присутствия и выход в новые
- Запуск новых РЦ для обеспечения эффективной логистики



## Повышение эффективности бизнеса и развитие культуры СІ

- Повышение продуктивности персонала в магазинах (в т.ч. за счет масштабирования модели «магазин без кассиров»)
- Внедрение окупаемых технологий роботизации на РЦ



## Развитие ассортимента и магазинов с фокусом на эмоциональный опыт покупки

- Рост доли категорий красоты с фокусом на новинки, уникальные и трендовые товары
- Обеспечение магазинов вовлеченными, дружелюбными сотрудниками



## Эффективное развитие онлайн-канала на собственных и партнерских витринах

- Переход на онлайн-платформу «Группы Лента»
- Вовлечение покупателей магазинов в омниканальный опыт покупки
- Развитие прямых продаж СТМ на маркетплейсах для повышения узнаваемости брендов



## Пилотирование магазинов в новых концепциях

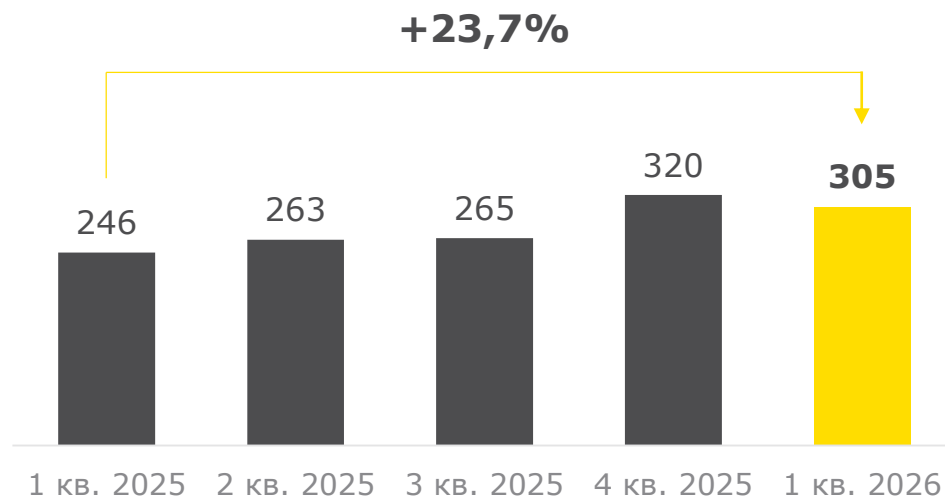
Создание моделей флагманских и beauty-магазинов с расширенным ассортиментом, дополнительными сервисами и особенным клиентским опытом

# **РЕЗУЛЬТАТЫ: 1 КВ. 2026 ГОДА**

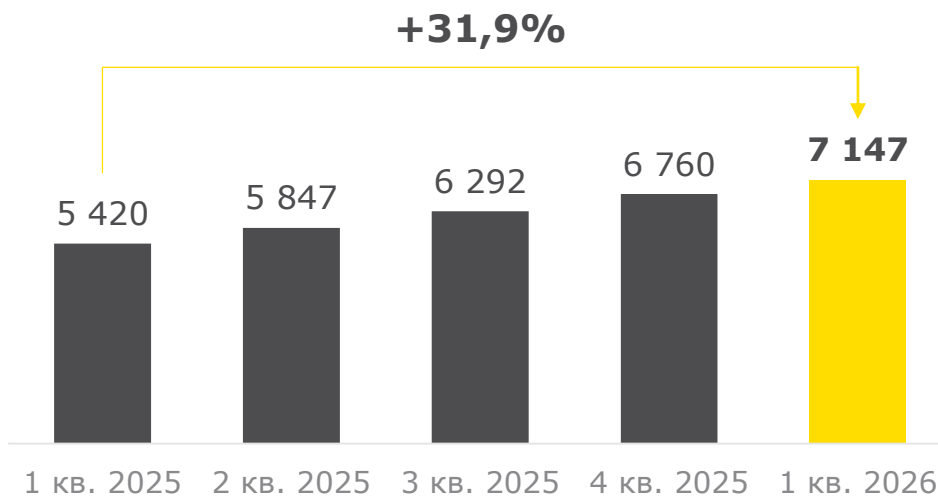


# Ключевые операционные результаты

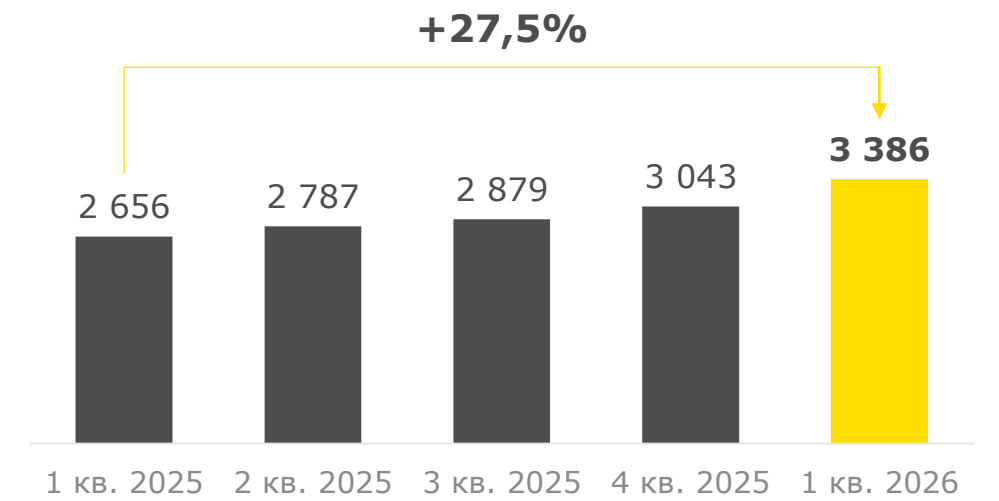
## Чистая розничная выручка млрд руб.



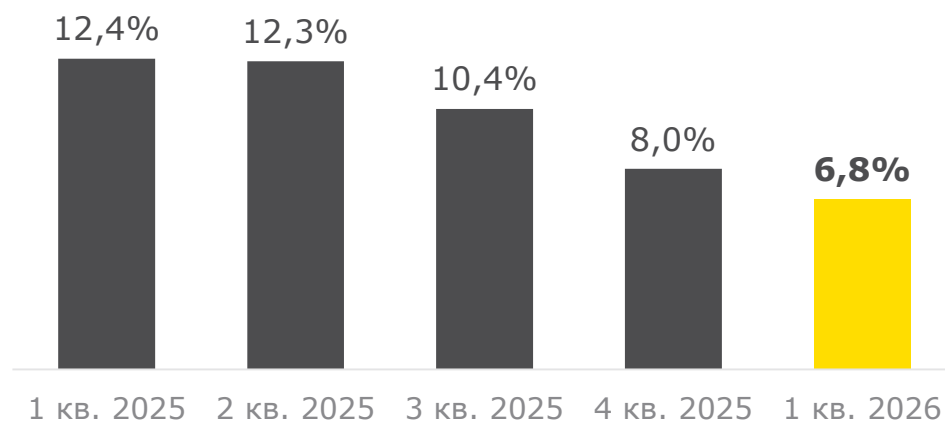
## Количество магазинов на конец периода



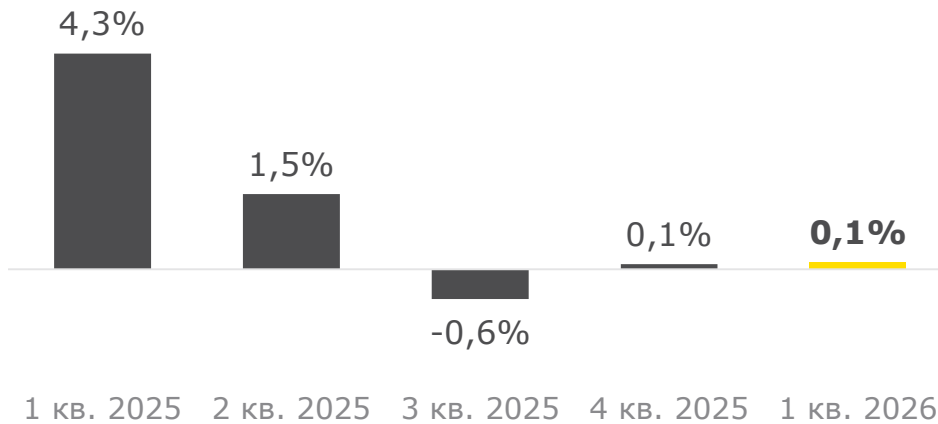
## Торговая площадь тыс. кв. м. на конец периода



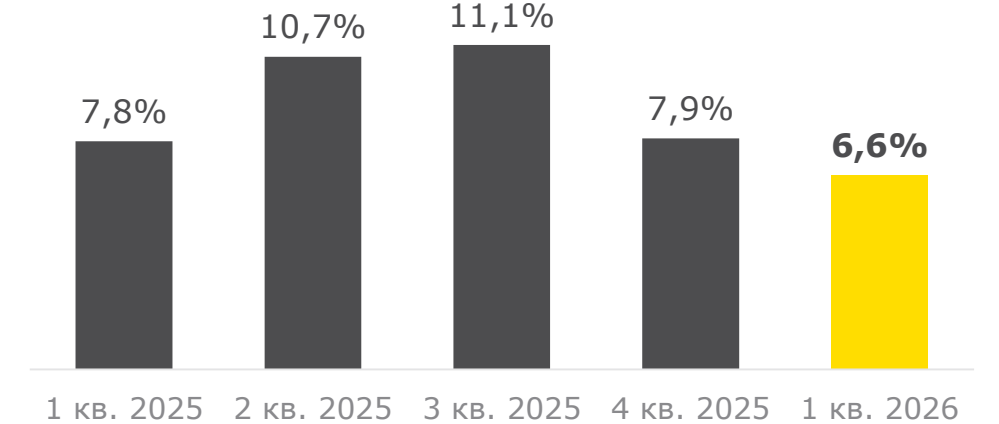
## Рост LFL-продаж % Г-К-Г



## Рост LFL-трафика % Г-К-Г

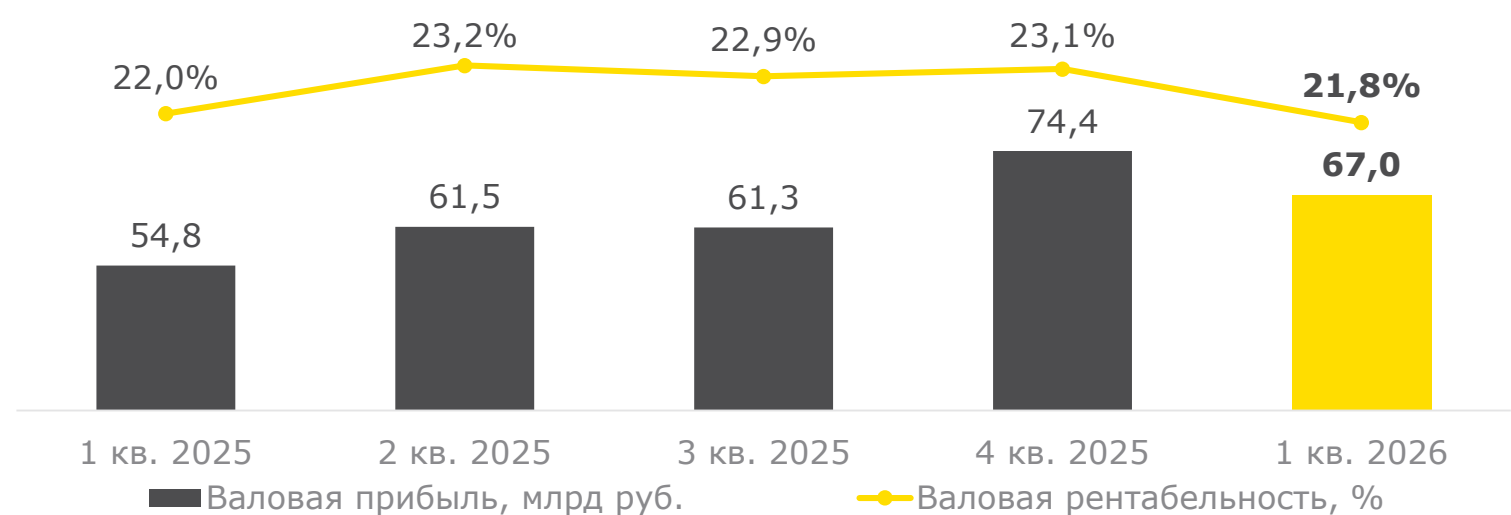


## Рост LFL-среднего чека % Г-К-Г

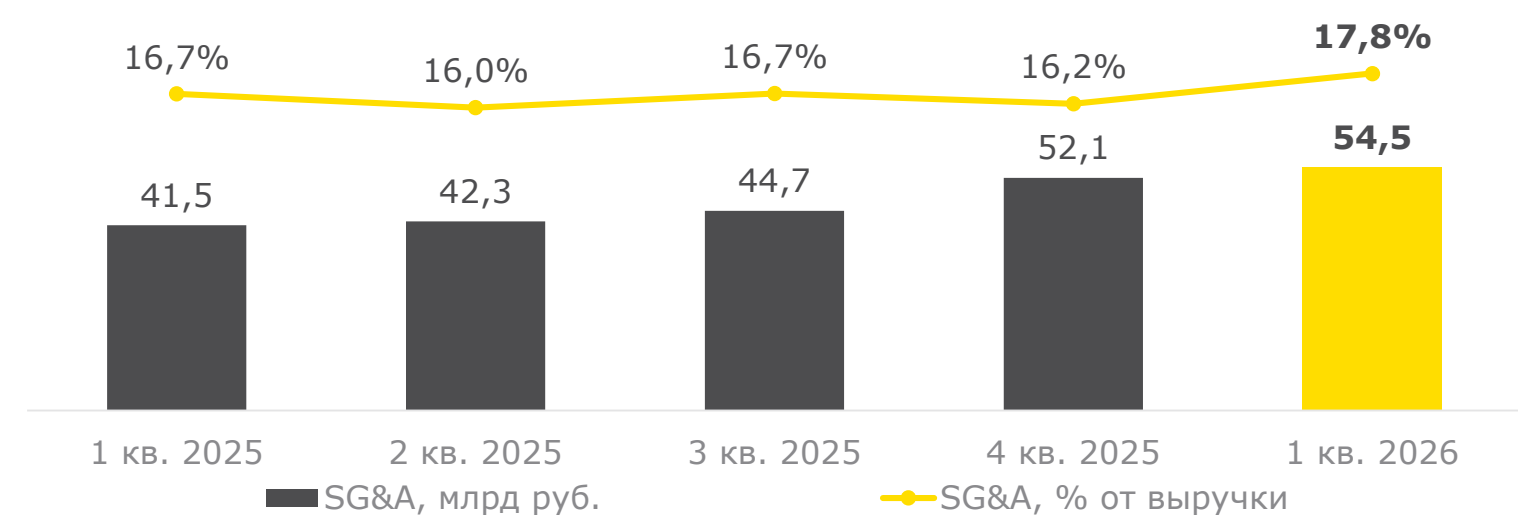


# Ключевые финансовые результаты

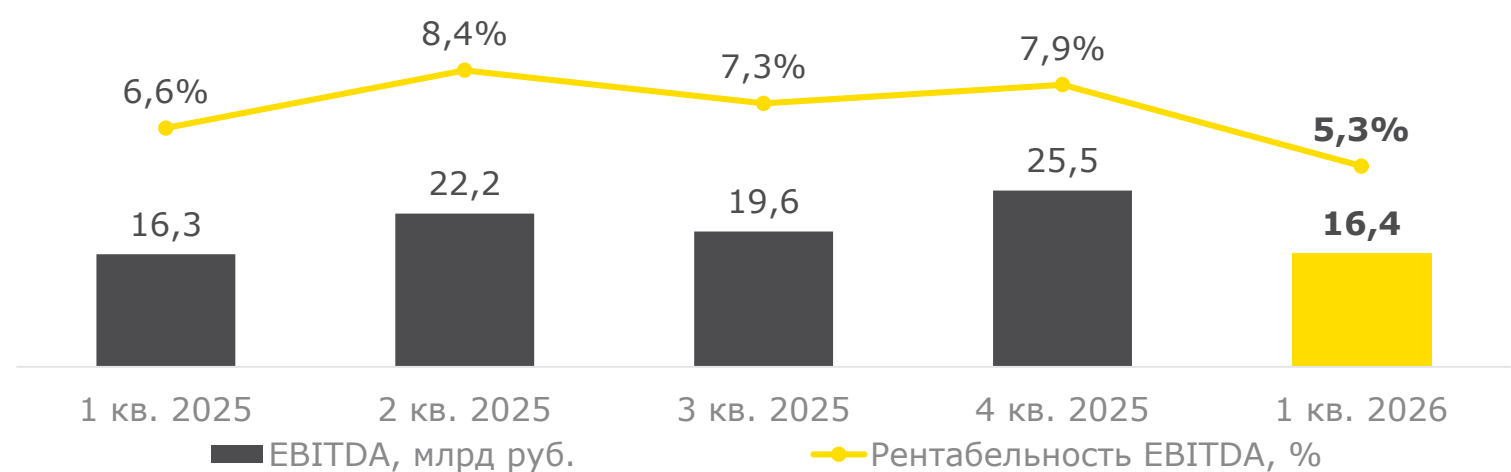
## Валовая прибыль



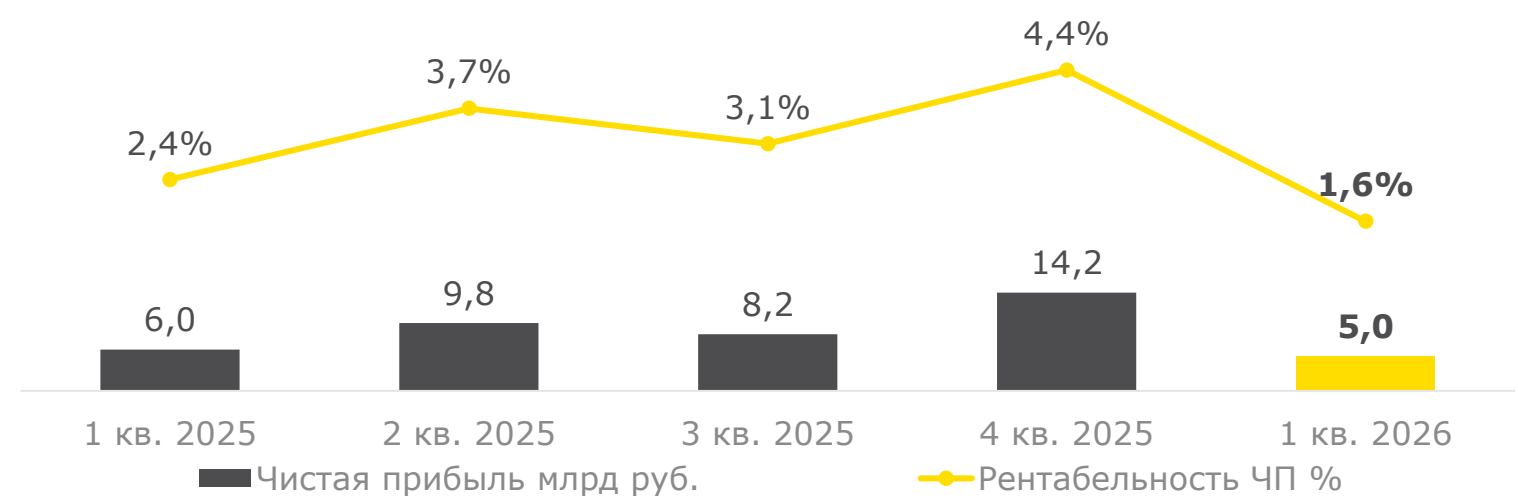
## SG&A (без учета амортизации)



## ЕБИТДА

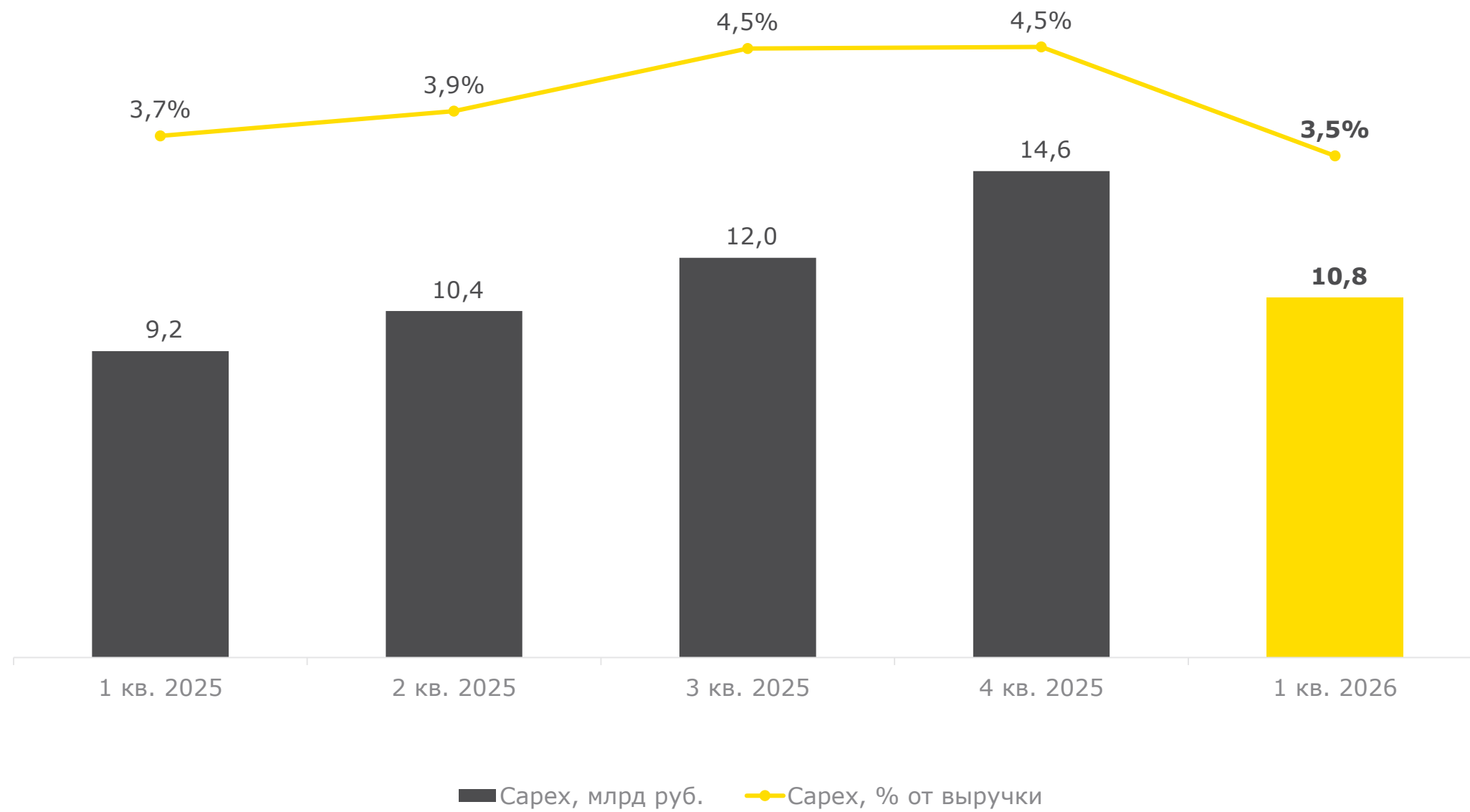


## Чистая прибыль



# Капитальные затраты

## Динамика капитальных затрат

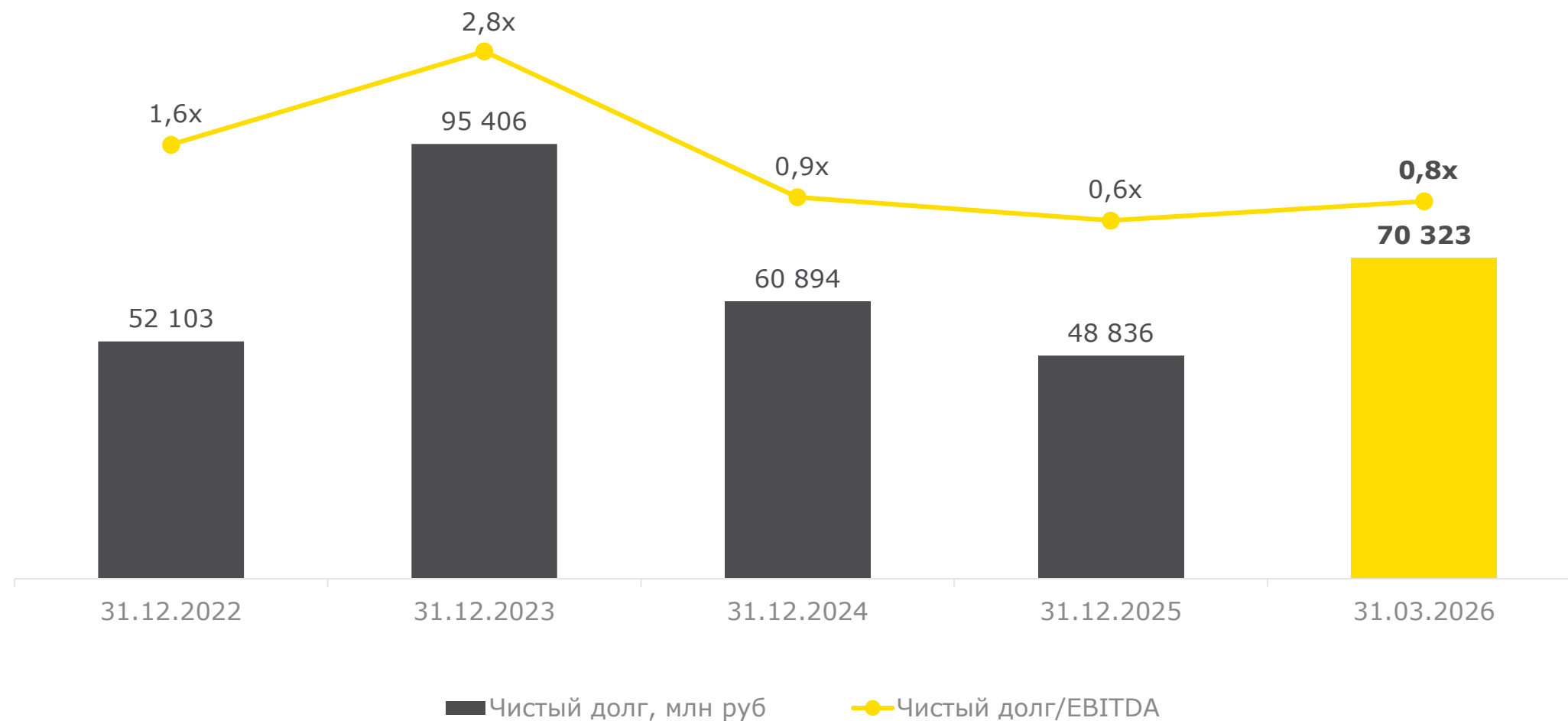


## Структура капитальных затрат за 2025 год

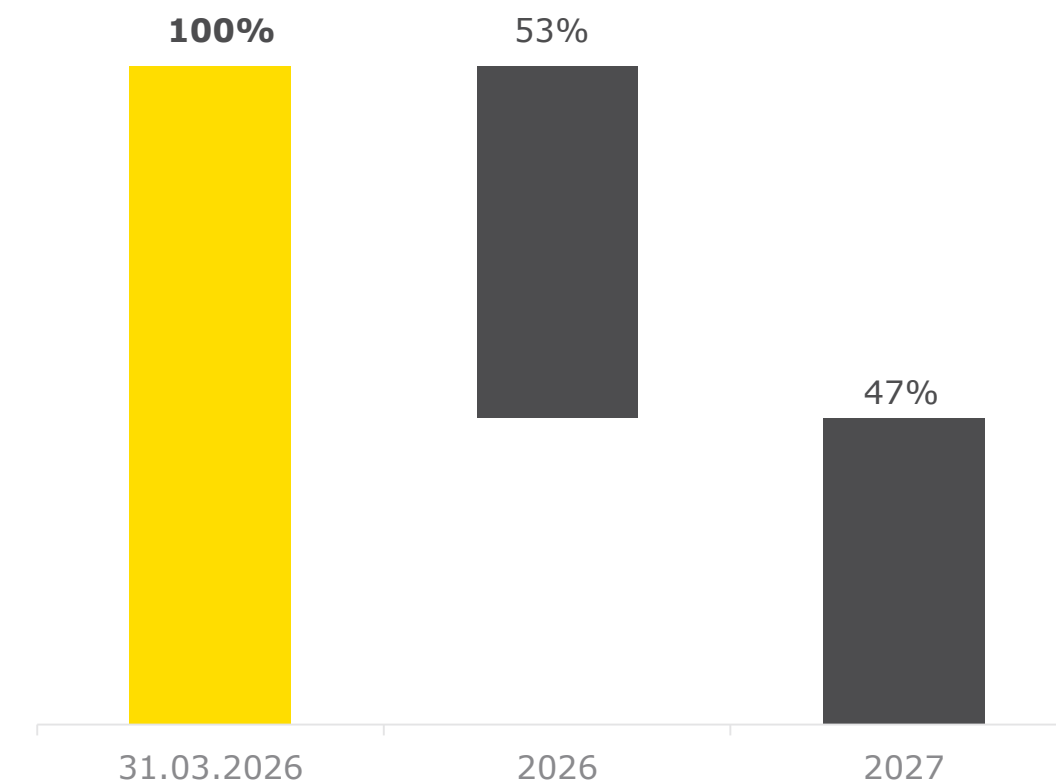


# Структура кредитного портфеля

## Динамика уровня долга



## Долговой портфель по срокам погашения



**ruAA+**  
Эксперт РА

**AA+(RU)**  
АКРА

**AA+.ru**  
НКР

**13,6%**  
Средневзвешенная ставка

**> 200 млрд**  
Доступно к выборке

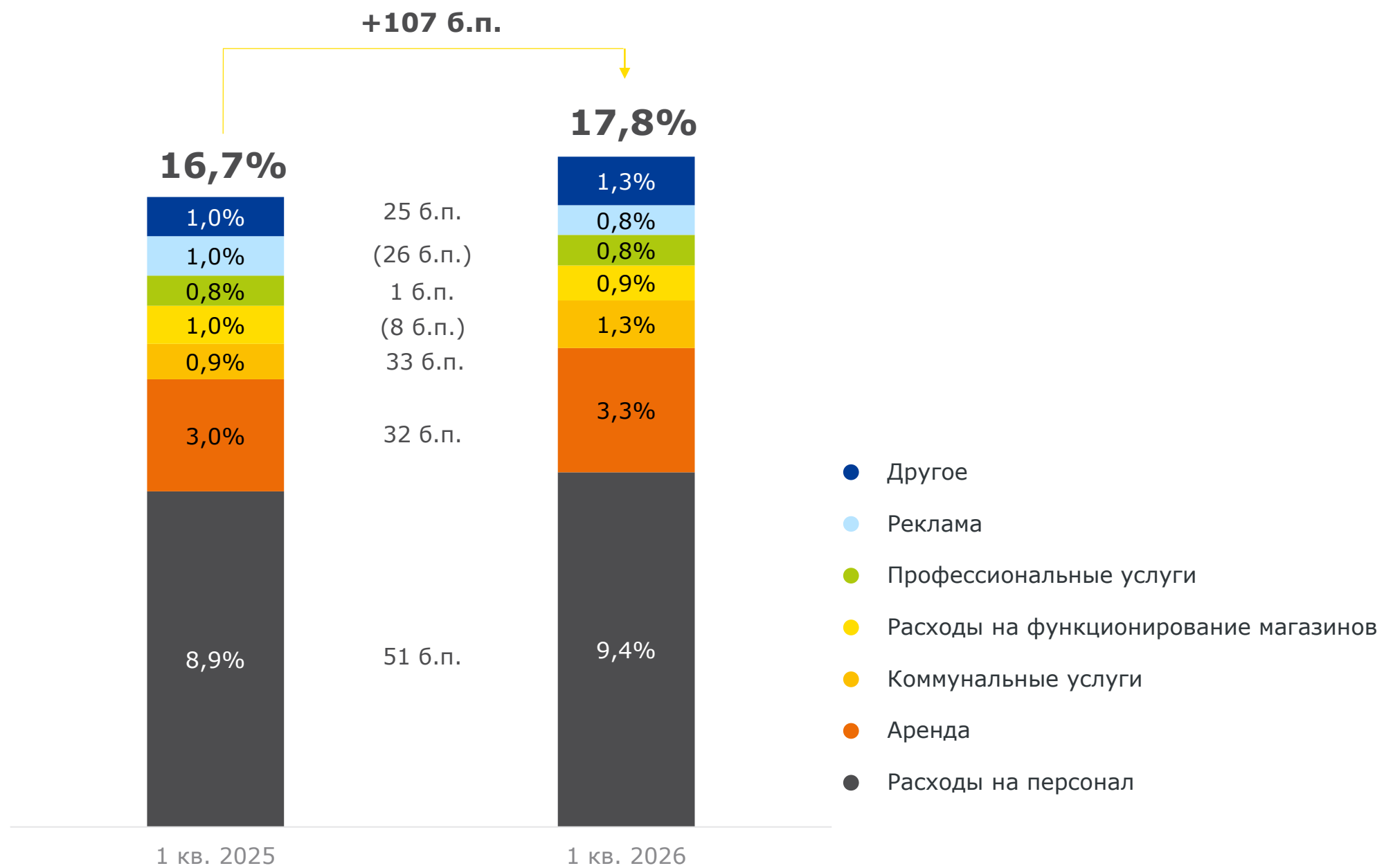


**ПРИЛОЖЕНИЯ**



# Структура коммерческих и административных расходов

## SG&A (без учёта амортизации) % от выручки



## Ключевые изменения по статьям

- ▲ SG&A в % от выручки: ↑ 107 б.п. в основном за счёт роста расходов на персонал, аренду, рекламу, а также присоединения сети «Улыбка радуги», в бизнесе которой расходы в процентах от выручки выше, чем в других форматах Группы.
- ▲ Расходы на персонал и соответствующие налоги: ↑ 51 б.п. преимущественно на фоне сохраняющегося роста заработных плат и конкуренции на рынке труда.
- ▲ Расходы на аренду: ↑ 32 б.п. на фоне активной экспансии форматов магазинов у дома и дрогери, которые открываются на арендованных площадях.
- ▼ Расходы на функционирование магазинов: ↓ 8 б.п. в основном за счёт снижения расходов на уборку и расходов на ремонт и обслуживание.
- ▲ Прочие расходы: ↑ 25 б.п. в основном в связи с увеличением расходов на доставку в онлайн-каналах.

# Операционные результаты<sup>1</sup>

	1 кв. 2024	2 кв. 2024	3 кв. 2024	4 кв. 2024	2024	1 кв. 2025	2 кв. 2025	3 кв. 2025	4 кв. 2025	2025	1 кв. 2026
<b>Выручка, млрд руб.</b>	<b>202,0</b>	<b>211,6</b>	<b>210,9</b>	<b>263,8</b>	<b>888,3</b>	<b>248,8</b>	<b>265,2</b>	<b>267,5</b>	<b>322,2</b>	<b>1 103,7</b>	<b>306,9</b>
<b>Розничная выручка</b>	<b>199,7</b>	<b>209,9</b>	<b>209,3</b>	<b>261,4</b>	<b>880,2</b>	<b>246,3</b>	<b>262,7</b>	<b>264,8</b>	<b>319,8</b>	<b>1 093,6</b>	<b>304,7</b>
Гипермаркеты	118,6	122,2	120,9	152,7	514,4	130,2	137,3	136,4	166,7	570,7	142,8
Супермаркеты	21,1	21,3	21,1	25,9	89,4	26,2	27,4	28,4	34,5	116,5	34,0
Магазины у дома	60,1	66,3	67,2	78,1	271,6	78,2	86,0	87,3	99,3	350,8	98,6
Дрогери	-	-	-	4,5	4,5	11,6	11,8	12,3	13,4	49,0	12,7
Реми	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	5,2	13,4
Дом Лента	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,1
Прочие форматы	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	1,5	1,1
Оптовые продажи	2,2	1,8	1,7	2,4	8,0	2,4	2,5	2,7	2,5	10,1	2,2
<b>Количество магазинов</b>	<b>2 957</b>	<b>3 155</b>	<b>3 295</b>	<b>5 149</b>	<b>5 149</b>	<b>5 420</b>	<b>5 847</b>	<b>6 292</b>	<b>6 760</b>	<b>6 760</b>	<b>7 147</b>
Гипермаркеты	261	262	263	264	264	263	268	269	270	270	270
Супермаркеты	316	319	323	320	320	319	353	362	373	373	383
Магазины у дома	2 380	2 574	2 701	2 894	2 894	3 106	3 400	3 701	3 928	3 928	4 173
Дрогери	-	-	-	1 663	1 663	1 720	1 798	1 908	1 985	1 985	2 073
Реми	-	-	-	-	-	-	-	-	118	118	118
Дом Лента	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25
Прочие форматы	-	-	8	8	8	12	28	52	86	86	105
<b>Торговая площадь, тыс. кв. м</b>	<b>2 311,8</b>	<b>2 357,9</b>	<b>2 379,1</b>	<b>2 610,2</b>	<b>2 610,2</b>	<b>2 656,1</b>	<b>2 787,0</b>	<b>2 878,6</b>	<b>3 043,3</b>	<b>3 043,3</b>	<b>3 385,7</b>
Гипермаркеты	1 395,4	1 400,0	1 393,0	1 366,9	1 366,9	1 359,4	1 372,8	1 375,4	1 365,1	1 365,1	1 363,8
Супермаркеты	239,9	240,0	239,8	235,0	235,0	234,7	271,2	277,1	283,0	283,0	289,5
Магазины у дома	676,5	717,9	745,6	786,2	786,2	832,2	900,7	967,4	1 016,5	1 016,5	1 071,7
Дрогери	-	-	-	221,3	221,3	228,6	239,7	254,0	263,7	263,7	274,3
Реми	-	-	-	-	-	-	-	-	107,2	107,2	107,2
Дом Лента	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	269,6
Прочие форматы	-	-	-	0,8	0,8	1,2	2,7	4,7	7,9	7,9	9,8

1. Общие результаты Группы также включают в себя результаты магазинов «Вингараж» и «Дом Лента», результаты которых были консолидированы по мере поэтапного приобретения магазинов с января по март 2026 года.

# Операционные результаты

	1 кв. 2024	2 кв. 2024	3 кв. 2024	4 кв. 2024	2024	1 кв. 2025	2 кв. 2025	3 кв. 2025	4 кв. 2025	2025	1 кв. 2026
<b>LFL продажи</b>	<b>18,2%</b>	<b>14,6%</b>	<b>9,4%</b>	<b>11,3%</b>	<b>12,7%</b>	<b>12,4%</b>	<b>12,3%</b>	<b>10,4%</b>	<b>8,0%</b>	<b>10,4%</b>	<b>6,8%</b>
Гипермаркеты	16,8%	12,8%	7,5%	9,5%	11,4%	10,3%	11,3%	10,5%	7,9%	9,6%	6,7%
Супермаркеты	26,8%	27,1%	21,1%	22,4%	24,2%	24,8%	24,9%	18,3%	16,4	20,5%	14,1%
Магазины у дома	14,0%	11,2%	9,8%	11,9%	11,7%	12,5%	10,3%	7,8%	5,8%	8,7%	5,3%
Дрогери	-	-	-	-	-	9,1%	7,1%	7,8%	3,4%	6,7%	0,9%
<b>LFL трафик</b>	<b>6,9%</b>	<b>5,1%</b>	<b>(0,4%)</b>	<b>2,6%</b>	<b>1,8%</b>	<b>4,3%</b>	<b>1,5%</b>	<b>(0,6%)</b>	<b>0,1%</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,1%</b>
Гипермаркеты	4,4%	1,7%	(0,9%)	1,8%	1,7%	2,5%	1,9%	1,1%	1,2%	1,6%	0,8%
Супермаркеты	13,2%	13,3%	9,1%	9,2%	11,1%	11,0%	7,0%	2,2%	6,0%	6,4%	5,6%
Магазины у дома	1,4%	(1,4%)	(2,4%)	1,4%	(0,3%)	2,4%	(0,1%)	(2,1%)	(2,0%)	(0,6%)	(1,1%)
Дрогери	-	-	-	-	-	2,6%	(0,1%)	(2,2%)	0,4%	0,1%	(2,4%)
<b>LFL средний чек</b>	<b>10,6%</b>	<b>9,1%</b>	<b>9,9%</b>	<b>8,5%</b>	<b>10,6%</b>	<b>7,8%</b>	<b>10,7%</b>	<b>11,1%</b>	<b>7,9%</b>	<b>9,3%</b>	<b>6,6%</b>
Гипермаркеты	12,0%	10,8%	8,4%	7,5%	9,5%	7,6%	9,2%	9,3%	6,7%	7,8%	5,9%
Супермаркеты	11,9%	12,2%	11,0%	12,1%	11,8%	12,4%	16,8%	15,7%	9,8%	13,2%	8,1%
Магазины у дома	12,4%	12,8%	12,5%	10,3%	12,0%	9,9%	10,5%	10,2%	7,9%	9,3%	6,4%
Дрогери	-	-	-	-	-	6,3%	7,2%	10,2%	3,0%	6,5%	3,3%

# Финансовые результаты (IAS 17)

## Ключевые финансовые показатели (за период)

млрд руб.	1 кв. 2024	2 кв. 2024	3 кв. 2024	4 кв. 2024	2024	1 кв. 2025	2 кв. 2025	3 кв. 2025	4 кв. 2025	2025	1 кв. 2026
<b>Выручка</b>	<b>202,0</b>	<b>211,6</b>	<b>210,9</b>	<b>263,8</b>	<b>888,3</b>	<b>248,8</b>	<b>265,2</b>	<b>267,5</b>	<b>322,2</b>	<b>1 103,7</b>	<b>306,9</b>
<b>Валовая прибыль</b>	<b>42,9</b>	<b>46,5</b>	<b>46,2</b>	<b>56,6</b>	<b>192,2</b>	<b>54,8</b>	<b>61,5</b>	<b>61,3</b>	<b>74,4</b>	<b>252,1</b>	<b>67,0</b>
Валовая рентабельность, %	21,2%	22,0%	21,9%	21,5%	21,6%	22,0%	23,2%	22,9%	23,1%	22,8%	21,8%
<b>SG&amp;A</b>	<b>(38,1)</b>	<b>(37,6)</b>	<b>(37,8)</b>	<b>(45,3)</b>	<b>(158,8)</b>	<b>(47,7)</b>	<b>(48,8)</b>	<b>(51,3)</b>	<b>(59,2)</b>	<b>(207,0)</b>	<b>(62,0)</b>
SG&A, %	18,9%	17,8%	17,9%	17,2%	17,9%	19,2%	18,4%	19,2%	18,4%	18,8%	20,2%
<b>ЕБИТДА</b>	<b>13,0</b>	<b>16,7</b>	<b>17,0</b>	<b>21,4</b>	<b>68,1</b>	<b>16,3</b>	<b>22,2</b>	<b>19,6</b>	<b>25,5</b>	<b>83,7</b>	<b>16,4</b>
Рентабельность ЕБИТДА, %	6,4%	7,9%	8,1%	8,1%	7,7%	6,6%	8,4%	7,3%	7,9%	7,6%	5,3%
<b>Чистая прибыль</b>	<b>3,5</b>	<b>7,4</b>	<b>4,4</b>	<b>9,2</b>	<b>24,5</b>	<b>6,0</b>	<b>9,9</b>	<b>8,2</b>	<b>14,2</b>	<b>38,2</b>	<b>5,0</b>
Рентабельность чистой прибыли, %	1,8%	3,5%	2,1%	3,5%	2,8%	2,4%	3,7%	3,1%	4,4%	3,5%	1,6%

## Показатели ликвидности (на конец периода)

Долгосрочный долг	87,5	77,5	55,6	49,6	49,6	55,1	43,1	25,0	44,5	44,5	44,5
Краткосрочный долг	46,4	56,4	63,3	58,3	58,3	52,8	57,0	61,8	55,4	55,4	51,5
Денежные средства и эквиваленты	33,4	41,5	26,6	47,0	47,0	34,7	30,9	15,3	51,1	51,1	25,6
<b>Чистый долг</b>	<b>100,5</b>	<b>92,5</b>	<b>92,3</b>	<b>60,9</b>	<b>60,9</b>	<b>73,2</b>	<b>69,2</b>	<b>71,5</b>	<b>48,8</b>	<b>48,8</b>	<b>70,3</b>
<b>Чистый долг / ЕБИТДА LTM</b>	<b>2,3x</b>	<b>1,7x</b>	<b>1,4x</b>	<b>0,9x</b>	<b>0,9x</b>	<b>1,0x</b>	<b>0,9x</b>	<b>0,9x</b>	<b>0,6x</b>	<b>0,6x</b>	<b>0,8x</b>

# Финансовые результаты (IFRS 16)

## Ключевые финансовые показатели (за период)

млрд руб.	1 кв. 2024	2 кв. 2024	3 кв. 2024	4 кв. 2024	2024	1 кв. 2025	2 кв. 2025	3 кв. 2025	4 кв. 2025	2025	1 кв. 2026
<b>Выручка</b>	<b>202,0</b>	<b>211,6</b>	<b>210,9</b>	<b>263,7</b>	<b>888,3</b>	<b>248,8</b>	<b>265,2</b>	<b>267,5</b>	<b>322,2</b>	<b>1 103,7</b>	<b>306,9</b>
<b>Валовая прибыль</b>	<b>43,0</b>	<b>46,5</b>	<b>46,3</b>	<b>56,7</b>	<b>192,6</b>	<b>54,9</b>	<b>61,6</b>	<b>61,4</b>	<b>74,6</b>	<b>252,5</b>	<b>67,1</b>
Валовая рентабельность, %	21,3%	22,0%	22,0%	21,5%	21,7%	22,1%	23,2%	23,0%	23,1%	22,9%	21,9%
<b>SG&amp;A</b>	<b>(36,5)</b>	<b>(35,9)</b>	<b>(35,7)</b>	<b>(43,2)</b>	<b>(151,3)</b>	<b>(44,8)</b>	<b>(46,0)</b>	<b>(48,3)</b>	<b>(55,8)</b>	<b>(194,8)</b>	<b>(58,5)</b>
SG&A, %	18,1%	17,0%	16,9%	16,4%	17,0%	18,0%	17,3%	18,1%	17,3%	17,7%	19,0%
<b>ЕБИТДА</b>	<b>18,2</b>	<b>21,3</b>	<b>21,7</b>	<b>26,8</b>	<b>88,1</b>	<b>22,8</b>	<b>29,3</b>	<b>27,0</b>	<b>33,9</b>	<b>113,0</b>	<b>25,5</b>
Рентабельность EBITDA, %	9,0%	10,1%	10,3%	10,2%	9,9%	9,2%	11,0%	10,1%	10,5%	10,2%	8,3%
<b>Чистая прибыль</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>	<b>4,1</b>	<b>8,1</b>	<b>22,5</b>	<b>5,3</b>	<b>9,0</b>	<b>7,1</b>	<b>13,5</b>	<b>34,9</b>	<b>4,0</b>
Рентабельность чистой прибыли, %	1,6%	3,3%	1,9%	3,1%	2,5%	2,1%	3,4%	2,6%	4,2%	3,2%	1,3%

## Показатели ликвидности (на конец периода)

Долгосрочный долг	87,5	77,5	55,6	49,6	49,6	55,1	43,1	25,0	44,5	44,5	44,5
Краткосрочный долг	46,4	56,4	63,3	58,3	58,3	52,8	57,0	61,8	55,4	55,4	51,5
Арендные обязательства	77,4	77,0	78,8	91,1	91,1	93,7	99,7	106,3	119,5	119,5	134,8
Денежные средства и эквиваленты	33,4	41,5	26,6	47,0	47,0	34,7	30,9	15,3	51,1	51,1	25,6
<b>Чистый долг</b>	<b>178,0</b>	<b>169,4</b>	<b>171,1</b>	<b>152,0</b>	<b>152,0</b>	<b>166,8</b>	<b>168,8</b>	<b>177,8</b>	<b>168,3</b>	<b>168,3</b>	<b>205,1</b>

# Взаимодействие с инвесторами

группа  лент

 [ir@lenta.com](mailto:ir@lenta.com)



**Корпоративный сайт  
для инвесторов**



**Корпоративный  
телеграм-канал**



**Блог на Смартлаб**

