«Конкуренция не дает нам почивать на лаврах»

Ян ДЮННИНГ,
генеральный директор
компании «Лента»

В феврале 2014 года «Лента» вышла на IPO. Компания занимает второе место среди крупнейших ритейлеров России по размеру выручки за 2013 год, управляет 77 гипермаркетами в 45 российских городах и 10 супермаркетами в Москве и Московской области. В интервью Cbonds Review генеральный директор компании «Лента» Ян Дюннинг рассказал, что он вкладывает в понятие «цивилизованная розница», почему конкуренция должна быть неудобной и какой стратегии будет придерживаться компания в 2014 году.

– Если подводить итоги 2013 года, значимым ли был год для компании? Какую позицию занимает «Лента» на рынке?

– 2013 год был для «Ленты» годом ускоренного роста. В течение года мы пришли в 13 новых городов и увеличили торговую площадь сети на 35%, открыв 21 гипермаркет. Кроме того, «Лента» открыла свои первые 10 супермаркетов в Москве и Московской области. В 2014 году мы планируем открыть не менее 24 новых гипермаркетов и 15 супермаркетов, тем самым продолжив долгосрочный и прибыльный рост нашей компании.

Если говорить в целом о рынке продуктового ритейла, то современная розничная торговля продолжает свое наступление на традиционный для России формат «советских» магазинов, ларьки и продуктовые рынки. Последние три-четыре года темпы роста магазинов новых форматов колеблются в диапазоне 15–18%. Мы ожидаем, что эта тенденция будет продолжаться, поскольку проникновение гипермаркетов, супермаркетов и «магазинов у дома» в России пока не превышает 40%, в то время как в США доля цивилизованной торговли едва не дотягивает до 100%. Основными драйверами этого роста являются федеральные игроки, в том числе «Лента», вторая по выручке в России сеть гипермаркетов и шестая по объему выручки компания среди ритейлеров в целом.

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА 2013 ГОД

Выручка выросла на 31.3%, до 144.3 млрд руб. (109.9 млрд руб. по сравнению с 2012 г.)

Валовая маржа составила 21.8% (+1,2 п.п. по сравнению с 2012 г.)

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы составили 13.2% от выручки (+0.9 п.п. по сравнению с 2012 г.)

Скорректированная EBITDA составила 16.4 млрд руб., что на 28.9% выше показателя 2012 г. (12.7 млрд руб.), рентабельность по скорректированной EBITDA — 11.4% (11.6% по сравнению с 2012 г.)

Объем инвестиций составил 23.5 млрд руб., что почти на 60% превышает показатель 2012 г. (15 млрд руб.)

Чистые денежные средства от операционной деятельности до выплаты процентов составили 14.8 млрд руб. по сравнению с 12.3 млрд руб. в 2012 г., что обусловлено ростом EBITDA

Чистая прибыль составила 7.1 млрд руб., что на 38.1% выше показателя 2012 г.

– Заметили ли вы снижение активности покупателей в последнее время?

– Сейчас много говорят о снижении потребительского спроса. Я не скажу за весь рынок, тем более за непродовольственный сегмент, но мы пока не ощущаем какого-либо заметного снижения активности покупателей. В первом квартале текущего года мы планировали такой же уровень продаж, как и в последние три месяца 2013 года. Пока рано подводить итоги, но наши наблюдения полностью соответствуют ожиданиям. Поэтому паники нет, мы продолжаем активно работать и развиваться.

– Согласны ли вы с тем, что ритейл можно назвать защитной отраслью, которая лучше всего переживает кризисные времена?

– С этим утверждением трудно не согласиться. В 2009 году, в самый разгар кризиса, когда ВВП России снизился на 7.8%, объем продуктовой розницы сократился только на 1.9%, в то время как в непродуктовом сегменте падение составило 8%. Поэтому розничная торговля продовольственными товарами действительно более устойчива к макроэкономическим и финансовым шокам.

– В чем состоит суть бизнес-модели «Ленты»?

– «Лента» является сетью гипермаркетов с низкими ценами. Компания с нуля и специально для России создала новый формат магазина, который совмещает в себе лучшие черты классического гипермаркета с широкой ассортиментной линейкой и дискаунтера с низкими ценами. Наша бизнес-модель строится по принципу «цена-качество» — мы обеспечиваем постоянное присутствие товаров на полках по доступной цене в хорошо обустроенном и удобном магазине. Особый акцент мы делаем на товарах для всей семьи, свежих продуктах, собственных торговых марках, а также продукции местных производителей. В 2013 году в Москве мы успешно запустили пилотный проект открытия супермаркетов. За год мы открыли 10 магазинов. Пока у нас нет планов развития подобного формата за пределами Москвы, но не исключено, что мы соберемся выйти с ним и в другие города, если рыночная ситуация будет благоприятной.

– Такие факторы, как ослабление курса рубля и ускорение инфляции, каким-то образом повлияли на цены товаров в магазине?

– С одной стороны, эти факторы влияют на потребительский спрос, могут негативно отразиться на уровне реальных доходов и покупательской способности. С другой стороны, это, конечно, отражается на стоимости импорта отдельных категорий товаров для самих ритейлеров. Но не все так однозначно. Ослабление рубля приводит к росту экспортной выручки, что может поддержать экономический рост в стране. Поэтому сейчас сложно что-то прогнозировать. Мы пока не чувствуем заметного воздействия этих факторов на наш бизнес.

– Могут ли экономические санкции затронуть компании вашего сектора?

– Все зависит от их содержания. Те санкции, которые ввели ЕС и США против России, не оказывают никакого влияния на продуктовую розницу. Мы надеемся, что жестких решений удастся избежать.

– Каковы ваши прогнозы по инфляции?

– Мы ориентируемся на целевой для правительства уровень инфляции — 5%, плюс допустимое отклонение в 1.5 п.п. в ту или другую сторону.

– Комфортно ли вам конкурировать на рынке?

– Конкуренция не может быть комфортной, иначе это не конкуренция. Она должна быть неудобной, стимулировать искать новые точки роста, повышать эффективность, улучшать бизнес во всем. За исключением крупных городов, таких как Москва и Санкт-Петербург, рынок современного продуктового ритейла очень далек от насыщения. Пять крупных федеральных сетей занимали на конец

МЫ НАМЕТИЛИ 134 ГОРОДА С НАСЕЛЕНИЕМ БОЛЕЕ 100 ТЫС. ЧЕЛОВЕК, В КОТОРЫХ НАМ БЫЛО БЫ ИНТЕРЕСНО ПРИСУТСТВОВАТЬ

2013 года лишь 21% всей розницы. Простор для консолидации рынка огромный — регионы России испытывают большой дефицит в современных гипермаркетах и супермаркетах. Для себя мы наметили 134 города с населением более 100 тыс. человек, в которых нам было бы интересно присутствовать. Из этого списка мы сегодня работаем только в 45 городах. У рынка огромный потенциал, и конкуренция не дает нам почивать на лаврах.

– В феврале компания «Лента» вышла на IPO. Каков был объем размещения? Сколько составил спрос?

– В ходе IPO акционеры продали 22.1% уставного капитала «Ленты», не учитывая опцион доразмещения. Спрос на акции был высоким, несмотря на то что на рынке царила негативная атмосфера. Книга заявок была переподписана, и нам удалось собрать качественный пул новых акционеров, инвестирующих в долгосрочный рост стоимости «Ленты».

В ХОДЕ IPO АКЦИОНЕРЫ ПРОДАЛИ 22.1% УСТАВНОГО КАПИТАЛА «ЛЕНТЫ», НЕ УЧИТЫВАЯ ОПЦИОН ДОРАЗМЕЩЕНИЯ

– Каким был обозначен ценовой коридор в ходе сбора заявок и по какой цене были предложены бумаги?

– Ценовой диапазон изначально был установлен в $9.5–11.5 за GDR. Впоследствии он сужался. Эта оценка давала инвесторам скидку к лидеру рынка – «Магниту», но была выше всех наших других конкурентов на публичном рынке. Итоговая цена составила $10, и это, я считаю, большой успех, принимая во внимание эскалацию событий в Украине и Крыму. Потенциально мы могли закрыть книгу и по более высокой цене, но нам были важны качественные инвесторы. Кроме того, мы хотели дать возможность нашим новым акционерам заработать на будущем росте бумаг «Ленты».

– На что обращали внимание инвесторы в ходе road show? Не спугнули ли их политические риски?

– Инвесторы проявили очень высокий интерес к нашей компании и ритейлу в частности. Им была интересна российская розница в силу привлекательных перспектив роста, наличия на рынке историй успеха и устойчивости сектора к нестабильности в экономике. Думаю, в рознице нет каких-либо значимых факторов, отпугивающих инвесторов. Нам присущи стандартные российские политические и правовые риски, но это не мешает зарубежным инвесторам вкладывать деньги в российский ритейл.

– Можете назвать имена инвесторов, которые приобрели бумаги «Ленты» в ходе IPO?

– Я могу назвать только одно имя – это фонды известной компании Capital Group. В целом в ходе IPO мы получили крупных стратегических инвесторов – инвесторов в Россию, в том числе суверенные фонды некоторых стран. Мы очень рады их участию в капитале и надеемся совместно сделать «Ленту» еще лучше.

– Что скажете по поводу уровня долга компании? Какова доля краткосрочных и долгосрочных заимствований?

– На конец 2013 года у нас была довольно комфортная ситуация с долгом: 6.2 млрд свободных денежных средств, 24.9 млрд руб. – в неиспользованных краткосрочных и долгосрочных кредитных линиях. Показатель Чистый долг/скорректированная EBITDA находился на уровне 2.4X. Долг полностью номинирован в российских рублях, при этом примерно 87% объема составляют долгосрочные обязательства. В январе 2014 года мы получили новый долгосрочный кредит от ЕБРР в размере 4.6 млрд руб. Как видите, у «Ленты» сегодня есть все необходимые ресурсы для финансирования дальнейшего роста.

– В конце июля 2013 года «Лента» зарегистрировала 8 выпусков биржевых облигаций на сумму 33 млрд руб. Когда компания планирует их размещение на рынке?

– Острой потребности в размещении биржевых облигаций сейчас нет – сегодня мы покрываем все свои капиталовложения за счет операционного денежного потока и кредитных линий. У нас комфортный уровень долговой нагрузки, который при необходимости можно увеличить без ущерба для финансовой стабильности.

– Какими вы видите перспективы развития отрасли и ее основные драйверы роста?

– Рост проникновения современных форматов, увеличение потребления и доходов населения будут оказывать позитивное влияние на дальнейший рост цивилизованной розницы в России. Согласно прогнозам Euromonitor, российский сегмент гипермаркетов будет расти на 10.6% в год в период с 2013-го по 2018 год. При этом сама продовольственная розница будет демонстрировать рост на уровне 4.4%. Нельзя забывать и про высокий уровень фрагментации цивилизованного ритейла, что также создает существенные возможности для роста посредством консолидации расширения.

Cbonds congress

НАШИ КОНФЕРЕНЦИИ В 2014 ГОДУ

II Форум венчурных инвесторов	15 мая 2014, Москва
V Investfunds Forum – конференция институциональных инвесторов	29–30 мая 2014, Санкт-Петербург
SmallCap Investment Forum	3 июня 2014, Москва
X Украинский облигационный конгресс	11 июня 2014, Киев
XI Облигационный конгресс стран СНГ и Балтии	19–20 июня 2014, Сочи
III Межбанковская конференция «Денежный и вексельный рынок»	12 сентября 2014, Казань
VI Российский конгресс Private Equity	18 сентября 2014, Москва
Синдицированное кредитование в России – 2014	25 сентября 2014, Москва
Ипотечные ценные бумаги и секьюритизация в России	9 октября 2014, Москва
Russia Risk Conference 2014	13 ноября 2014, Москва
V Российский M&A Конгресс	19 ноября 2014, Москва
XII Российский облигационный конгресс	4–5 декабря 2014, Санкт-Петербург

www.cbonds-congress.com