



# *Perekrestok x5 Capital Markets Day*

Vladimir Sorokin, Perekrestok General Director

29 October 2014

Moscow, Russian Federation

---

# INTRODUCTION

---

# PEREKRESTOK AT A GLANCE



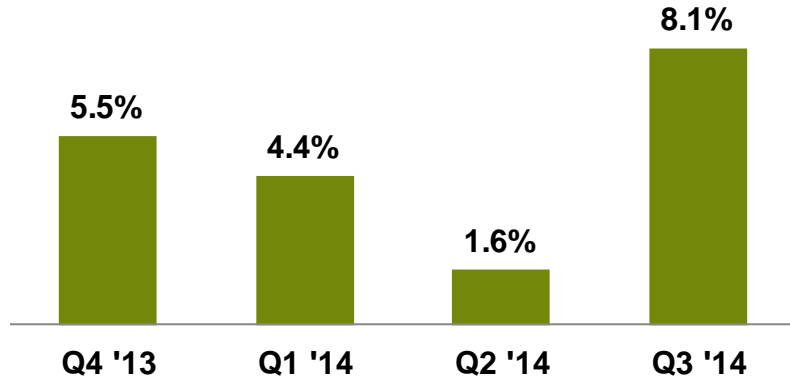
## RUSSIA'S FAVORITE, HIGH QUALITY FRESH SUPERMARKET

TOTAL NUMBER OF STORES, 30.09.2014	⇒	<b>389</b>
TOTAL SELLING SPACE (TH SQ. M.), 30.09.2014	⇒	<b>400</b>
TOTAL NET SALES FOR 9M 2014, RUB BLN	⇒	<b>83</b>
SHARE IN X5 TOTAL NET SALES	⇒	<b>18%</b>
AVERAGE ASSORTMENT SIZE, # OF SKU'S	⇒	<b>13,500</b>
# OF EMPLOYEES, 30.09.2014	⇒	<b>20,465</b>

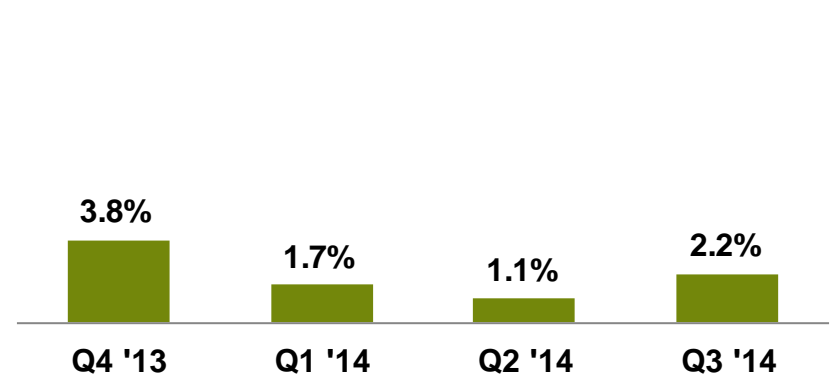
# PEREKRESTOK OPERATING STATISTICS



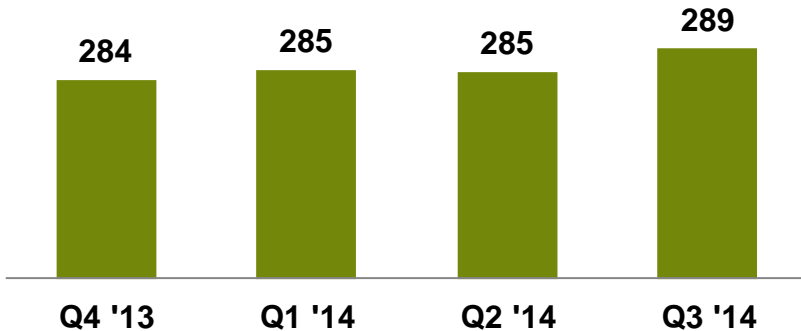
## Net Sales Growth, % y-o-y



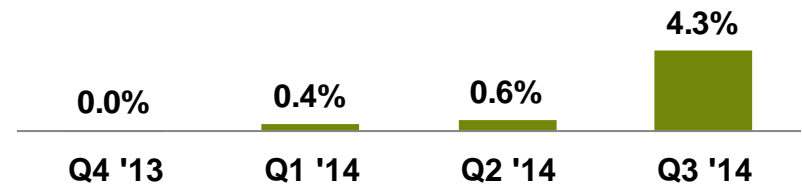
## Net Selling Space Growth, % y-o-y



## Sales Densities, th.RUB/sq.m.<sup>(1)</sup>



## Total LFL Sales Growth, % y-o-y



**4 Quarters of Improving LFL Results**

Note 1: Total net sales from trailing four quarters divided by average selling space of trailing four quarters

# 2013 INITIATIVES SCORE CARD



INITIATIVE	STATUS	COMMENTS
ORGANIZATIONAL STRUCTURE →	✓	Team/Model in Place
FINALIZE POSITIONING →	✓	Brand book, assortment, service, price
ASSORTMENT STRATEGY →	In progress	New assortment on shelves in Moscow
PRICE STRATEGY →	✓	Cultivating attractive price Image
STORE CONCEPT →	✓	Flagship Store Launched

✓ = completed over the last twelve months

---

# ASSORTMENT

---

# CATEGORY ROLES



The key driver for: Assortment/ Pricing/ Promo Strategy

	OPPORTUNISTIC <i>(selective focus)</i>	KEY <i>(basis)</i>	TRAFFIC <i>(competitiveness)</i>	POWER/ HEROES <i>(victory)</i>
ASSORTMENT	Impulse	Basket filling	Footfall	Differentiation
ASSORTMENT CHANGE 2014	5% increase in assortment to 13,500 SKU's and 25% assortment rotation			
MERCHANDIZING	Visibility & special offers	Visibility and convenience	Availability, price, mass merchandizing	Expertise and signature
PRICING	Margin optimization	Profit source	Price leadership among supermarkets	Price leadership among supermarkets
PROMOTIONS	Boost ticket	Boost ticket and margin	Boost traffic	Build image, support USP
OPERATIONS / SUPPLY CHAIN	Minimal cost	Permanent availability & customer orientation	Permanent availability & maximum traffic	Permanent availability & advising

---

# MARKETING AND PROMO STRATEGY

---



# NEW ADVERTISING CAMPAIGN



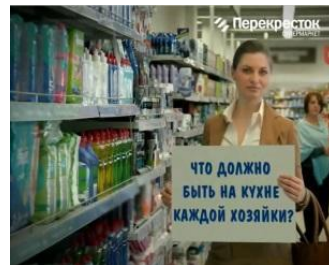
- ❖ “Fresh food is good for you. It energizes you. It’s positive. Shopping at Perekrestok is a positive event — an upbeat experience.”
- ❖ Tone of campaign is welcoming, fun and upbeat.
- ❖ Presents a dreamlike world that you don’t see everyday — something new and exciting and a little out of the ordinary.
- ❖ Something “fresh” on many fronts.

## 2013 – WE DO OUR BEST FOR YOU!

## 2014 – CHOOSE THE BEST!

МЫ | СТАРАЕМСЯ ДЛЯ | ВАС

**Перекресток**  
СУПЕРМАРКЕТ

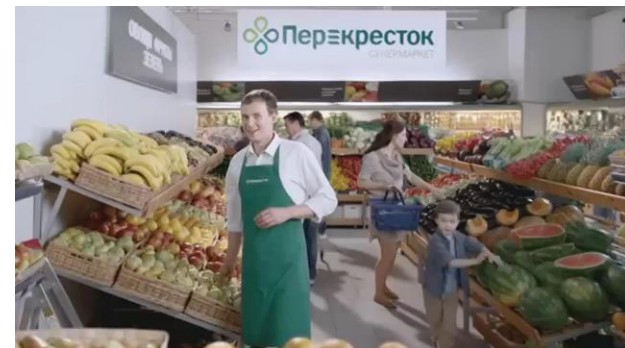


Чай черный ГРИНФИЛД, Эрл Грей Фантези, 100 x 2 г

**Перекресток**  
СУПЕРМАРКЕТ



Перед действием с 23 по 28 апреля 2014 года. Цена указана в рублях. В течение проведения акции цена может быть дополнительно снижена по усмотрению администрации в рамках «Качество товара» программы. Подробности об организации и условиях акции в магазине «Перекресток» или сайте www.perekrestok.ru.



# BRAND COMMUNICATION - BILLBOARDS

2013

2014



Цыпленок охлажденный, 1 кг\*

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

**Выгодно!**



**76<sup>90</sup> руб.**

Предложение действительно с 05 по 11 февраля 2014 года. Цены указаны в рублях. В течение проведения промоакции цена может быть дополнительно снижена относительно заявленной в рекламе. Количество товара ограничено. Подробности об организаторе и условиях акции в магазинах "Перекресток" и на сайте www.perекресток.ru. \*Товар представлен не во всех супермаркетах "Перекресток".

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

**КОФЕ НЕСКАФЕ Голд растворимый, 190 г**

**179<sup>00</sup> ~~349<sup>00</sup>~~**



**Старое Дмитровское ш., 2 с 23 по 28 июля 2014г.**

Предложение действительно с 23 по 28 июля 2014 г. Количество товара ограничено. Цена указана в рублях с учетом всех скидок. В течение проведения промоакции цена может быть снижена относительно заявленной в рекламе. Изображение товара может отличаться от представленного в магазине.

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

**Выгодно!**

**119<sup>00</sup>**

Чай черный Гринфилд Кенян Санрайз, 100 x 2 г



**100 ПАКЕТИКОВ**

**2 по цене 1**

Предложение действительно с 30 октября по 05 ноября 2013 г. Не более 4 шт. в одну руку. \*Цена указана за единицу товара при покупке 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. - 293,00. Количество товара ограничено. Цена указана в рублях с учетом всех скидок. В течение проведения промоакции цена может быть снижена относительно заявленной в рекламе. Изображение товаров может отличаться от представленного в магазине.

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

**СВЕЖЕРЫБА**

Лосось охлажденный, 1 кг

**233<sup>00</sup> ~~309<sup>00</sup>~~**



**Шереметьевская ул., 6 ТРЦ «Райкин Плаза» с 18 по 23 июня 2014г.**

Предложение действительно с 18 по 23 июня 2014 года. Количество товара ограничено. Цена указана в рублях с учетом всех скидок. В течение проведения промоакции цена может быть снижена относительно заявленной в рекламе. Изображение товара может отличаться от представленного в магазине.

# BRAND COMMUNICATION – WEEKLY CATALOGUES



2013

2014

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

**Свежие предложения!**  
с 18 по 20 августа 2013 г.

Товары в упаковке УВЕ в продаже с 24 июля! Рыбные консервы категории!

Икра красная лососевая рыб. ДАК КАРАМБОЛ, 1кг. **43%** **189<sup>00</sup>** руб.

Дорада лососевая, 1кг. **42%** **199<sup>00</sup>** руб.

Сардельки «ПЕРЕКРЕСТОК» варено-копченые, 1кг. **46%** **299<sup>00</sup>** руб.

Перекресток ПЕРСИЛ, 1кг. **45%** **299<sup>00</sup>** руб.

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

Ваше питание становится вкуснее!

Яйца куриные, 10 шт. **36<sup>00</sup>** руб.

Молоко ультрапастеризованное, 1л. **19<sup>00</sup>** руб.

Сыр твердый, 200г. **399<sup>00</sup>** руб.

Сосиски, 1кг. **61%** **199<sup>00</sup>** руб.

Мясные полуфабрикаты, 1кг. **24%** **185<sup>00</sup>** руб.

Хлеб, 1кг. **499<sup>00</sup>** руб.

Масло подсолнечное, 1л. **28%** **109<sup>00</sup>** руб.

Масло сливочное, 200г. **22%** **119<sup>00</sup>** руб.

Рис, 1кг. **23%** **89<sup>00</sup>** руб.

Макаронные изделия, 1кг. **37%** **39<sup>00</sup>** руб.

Соевый соус, 1л. **55<sup>00</sup>** руб.

Уксус, 1л. **89<sup>00</sup>** руб.

Детские смеси, 1кг. **24%** **189<sup>00</sup>** руб.

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

**ТРАДИЦИИ ИТАЛЬЯНСКОЙ И ИСПАНСКОЙ КУХНИ**

от ведущих производителей с 1 по 31 августа 2014 года

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

**Платите меньше!**

до 500 руб. 2 по цене 1 3 по цене 2 со скидкой -33%

**3=2 2=1**

Фруктовый чай, 2л. **27<sup>00</sup>** руб.

Молоко, 2.5%, 1л. **27<sup>00</sup>** руб.

Молочные продукты, 1кг. **119<sup>00</sup>** руб.

Сыры, 1кг. **59<sup>00</sup>** руб.

Салат, 1кг. **169<sup>00</sup>** руб.

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

**Свежие предложения!**  
с 20 по 21 августа 2013 г.

Сельдь, 1кг. **33%** **199<sup>00</sup>** руб.

Фарш куриный, 1кг. **26%** **169<sup>00</sup>** руб.

Салат, 1кг. **34%** **34<sup>00</sup>** руб.

Масло подсолнечное, 1л. **69<sup>00</sup>** руб.

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

еще 300 000 товаров на сайте [mex.ru](http://mex.ru)

Сельдь, 1кг. **42%** **199<sup>00</sup>** руб.

Сосиски, 1кг. **35%** **149<sup>00</sup>** руб.

Сыр, 200г. **41%** **199<sup>00</sup>** руб.

Салат, 1кг. **43%** **189<sup>00</sup>** руб.

Мясные полуфабрикаты, 1кг. **28%** **119<sup>00</sup>** руб.

Сосиски, 1кг. **26%** **259<sup>00</sup>** руб.

Сосиски, 1кг. **46%** **299<sup>00</sup>** руб.

Сосиски, 1кг. **38%** **229<sup>00</sup>** руб.

**Нравсяливые Снасы!**

Сладости, 1кг. **79<sup>00</sup>** руб.

Сладости, 1кг. **79<sup>00</sup>** руб.

Сладости, 1кг. **99<sup>00</sup>** руб.

**Хлеб величье сокола!**

Продукция хлебобулочная в упаковке с 31 июля по 20 августа 2013 г.

Хлеб, 1кг. **9<sup>00</sup>** руб.

Хлеб, 1кг. **59<sup>00</sup>** руб.

Хлеб, 1кг. **16<sup>00</sup>** руб.

Хлеб, 1кг. **19<sup>00</sup>** руб.

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

**Перекресток СУПЕРМАРКЕТ**

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

еще 300 000 товаров на сайте [mex.ru](http://mex.ru)

Томаты, 1кг. **39<sup>00</sup>** руб.

Огурцы, 1кг. **89<sup>00</sup>** руб.

Салат, 1кг. **32<sup>00</sup>** руб.

Сельдерей, 1кг. **99<sup>00</sup>** руб.

Брокколи, 1кг. **69<sup>00</sup>** руб.

Спаржа, 1кг. **19<sup>00</sup>** руб.

Кукуруза, 1кг. **59<sup>00</sup>** руб.

Порей, 1кг. **99<sup>00</sup>** руб.

Свекла, 1кг. **49<sup>00</sup>** руб.

Морковь, 1кг. **89<sup>00</sup>** руб.

Лук, 1кг. **19<sup>00</sup>** руб.

Чеснок, 1кг. **19<sup>00</sup>** руб.

Горошек, 1кг. **139<sup>00</sup>** руб.

Яблоки, 1кг. **69<sup>00</sup>** руб.

Груши, 1кг. **79<sup>00</sup>** руб.

Киви, 1кг. **49<sup>00</sup>** руб.

Мандарины, 1кг. **49<sup>00</sup>** руб.

Апельсины, 1кг. **49<sup>00</sup>** руб.

Вода, 1л. **49<sup>00</sup>** руб.

МОСКВА · РЯЗАНЬ · ЯРОСЛАВЛЬ · ТВЕРЬ · ИВАНОВО · КАЛУГА

# PRIVATE LABEL STRATEGY



- ❖ Value for money
- ❖ Own brand supports innovation, high quality, right price
- ❖ Effective category management and profitability growth
- ❖ Strengthen customer loyalty
- ❖ Develop and support local producers

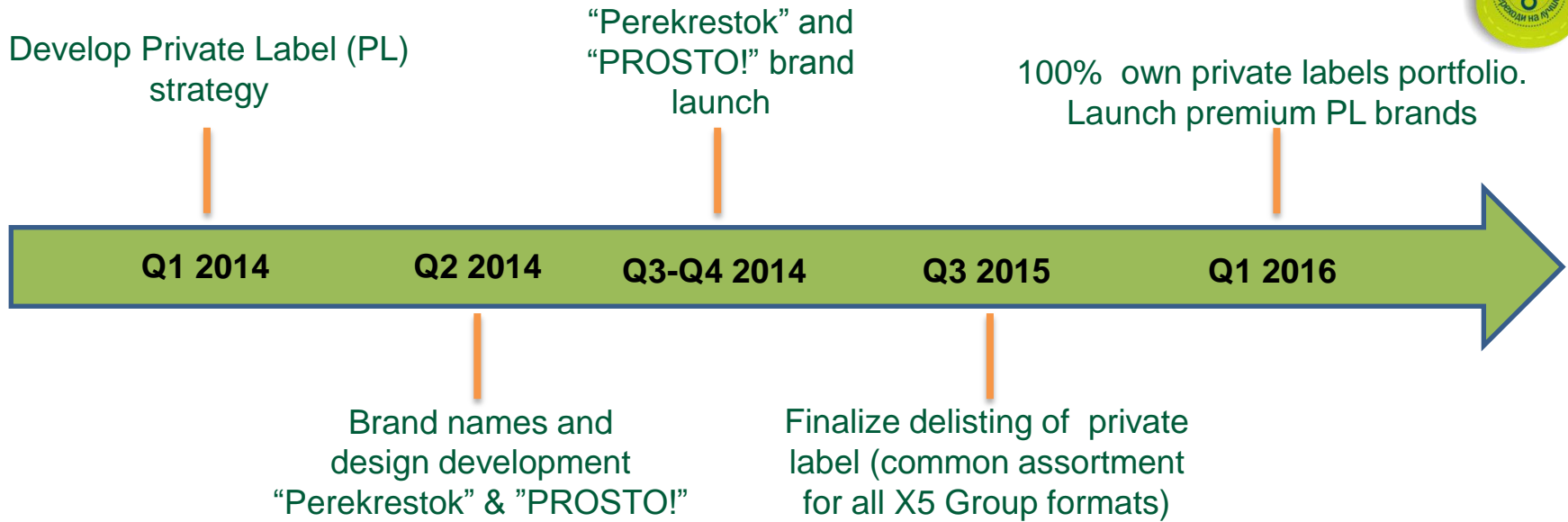
## Mainstream Segment PEREKRESTOK



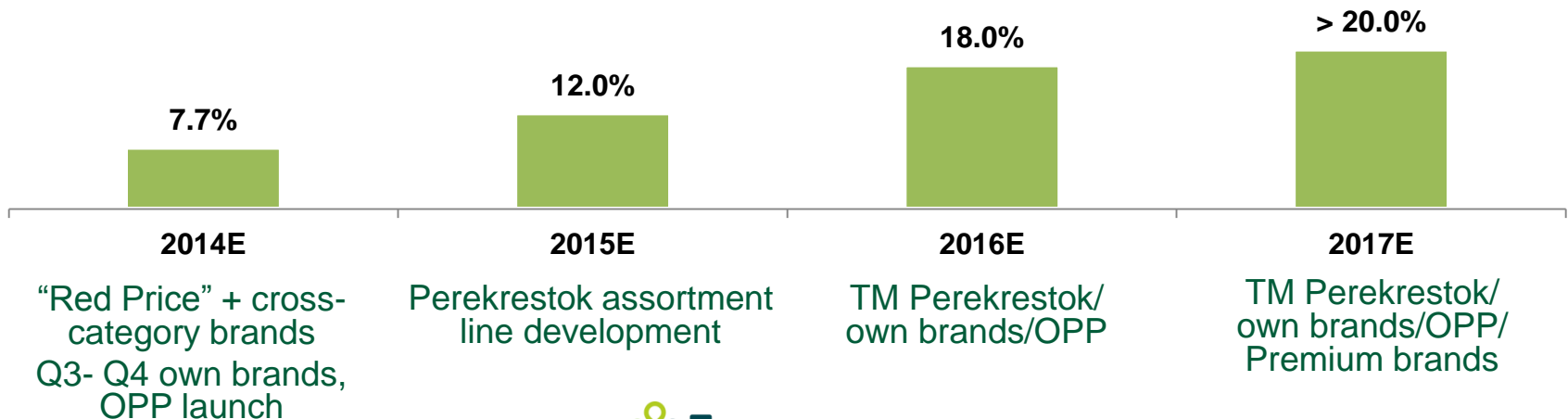
## Economy Segment PROSTO!



# PRIVATE LABEL DEVELOPMENT



## Private Label, % of sales



---

# NEW STORE CONCEPT & EXPANSION

---

# NEW STORE CONCEPT



- **Well visible clear price signs**
- **Mass-In-limits (MIL)**
- **Smart price offers (buy 3 pay2)**
- **The law of scarcity (only today)**

- **Trained and socially competent staff**
- **Convenience** (ready-to-eat, cross merchandising, express cash, pick-up-points, self-service, ATM)
- **Perfect mixture between service and self service**
- **Being a helping hand** (ideas for cooking, recipes, tips, don't forget)
- **Less is more**
- Local farmers products/**focus on freshness**

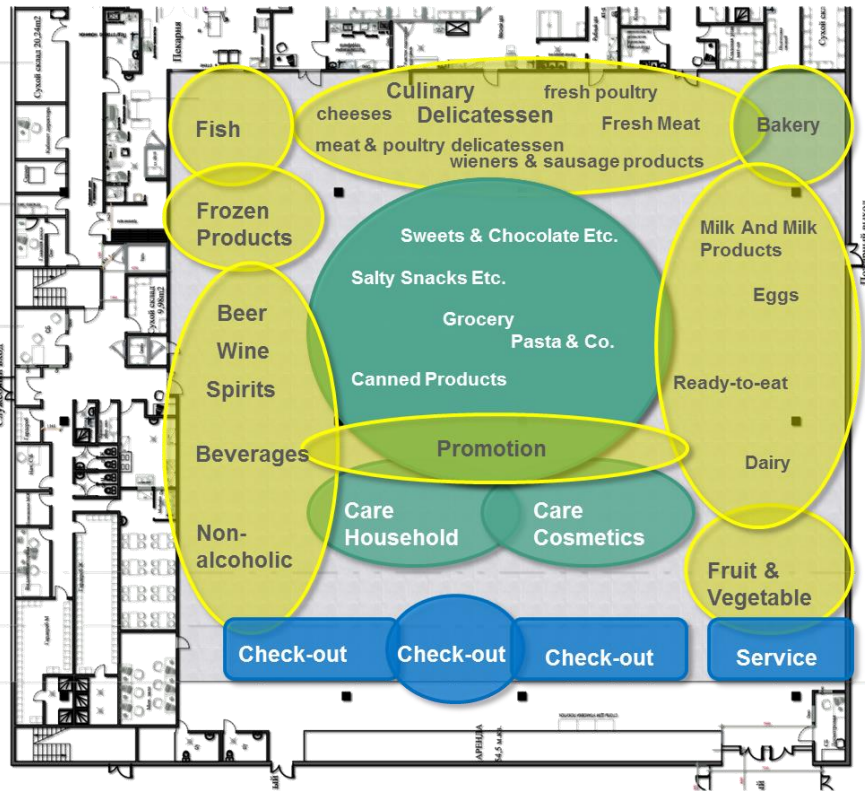


- **Clear navigation** through the whole customer journey (zoning, light, walkway, focus points, info system)
- **Clear view** on the fresh departments (Fruits & Vegetables, meat, bread, fish culinary)
- **Colorful atmosphere** to inspire customers coming out of the grey reality of the city
- **Emotions** (graphics, photos, colors)
- **Attractive visual merchandising**

- **Wide assortment of international brands and local producers**
- **Own production dishes**, unique recipes
- **Bread as a HERO** category, the best offer vs competitors
- **“New Ocean” and Meat counters** - the best fish monger in the city, the widest meat assortment. Expert status in these categories.
- **Perekrestok private-label in Key categories as a brand quality guaranty**
- **Direct import** of exclusive brands

# NEW PEREKRESTOK ZONING & LAYOUT

## Emotional & Rational Combination



- ❖ Layout focused on rational and emotional zoning
- ❖ New communication and accents in promotion and counters

- ❖ New approach to zoning and categories navigation
- ❖ New view of assortment
- ❖ New equipment and visual merchandising



# NEW STORE CONCEPT VS OLD STORE



## Before



## After



# NEW CONCEPT IMPLEMENTATION



## Flagship Store - Moscow

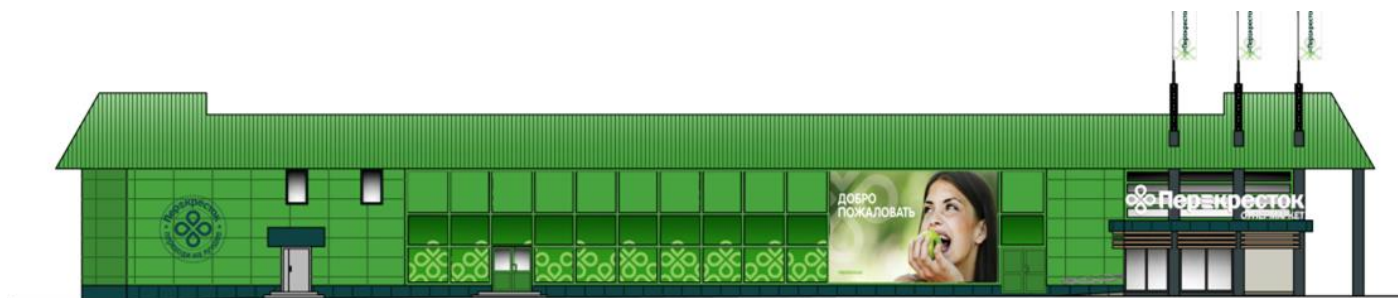


### New Stores

	2013	2014E
# of store openings (gross)	26	34
Avg Cost, RUB mln (incl. VAT, ex real estate)	63.7	63.8
Pay-back period, years	3.7	3.6

### Refurbishments

	2013	2014E
# of refurbished stores	24	27
# of refurbished stores - new concept	n/a	5
Avg Cost, RUB mln (incl. VAT)	59.9	62.0





# EXPANSION PLANS



## Priority Regions

- ❖ Moscow, St. Petersburg & "Millioniki" cities
- ❖ Cities with current Perekrestok supermarkets and adjacent to cities with Perekrestoks (economies of scale)

## Locations

- ❖ Stand alone stores, malls, ground floor of residential buildings

## Key challenges

- ❖ High rent expectations by owners of new shopping centers
- ❖ Low inventory of high-quality shopping centers in regional cities
- ❖ Economic environment may result in decrease of new inventory



# STRATEGIC FOCUS



## ❖ Accelerate growth in sales and selling space

- ❖ **Increase # of stores** in current regions – critical mass/economies of scale
- ❖ **“Speed up” decision making process** – simplify investment decision making process to...
- ❖ **“Speed up” & “industrialize”** store openings, up to 65 in 2015, and refurbishments, up to 60, in 2015
- ❖ **Optimize selling space** – increase share of selling space to total space to support sales
- ❖ **Improve sales densities** – the right assortment for Perekrestok value proposition
- ❖ **Improve service** – develop service based corporate culture & training program

**Accelerate  
Growth**



Thank you!

# DISCLAIMER



This presentation does not constitute or form part of and should not be construed as an advertisement of securities, an offer or invitation to sell or issue or the solicitation of an offer to buy or acquire or subscribe for securities of X5 Retail Group N.V. or any of its subsidiaries or any depositary receipts representing such securities in any jurisdiction or an invitation or inducement to engage in investment activity in relation thereto. In particular, this presentation does not constitute an advertisement or an offer of securities in the Russian Federation.

No part of this presentation, nor the fact of its distribution, should form the basis of, or be relied on in connection with, any contract or commitment or investment decision whatsoever.

No representation, warranty or undertaking, express or implied, is given by or on behalf of X5 Retail Group N.V. or any of its directors, officers, employees, shareholders, affiliates, advisers, representatives or any other person as to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or correctness of the information or the opinions contained herein or any other material discussed at the presentation. Neither X5 Retail Group N.V. nor any of its directors, officers, employees, shareholders, affiliates, advisors, representatives or any other person shall have any liability whatsoever (in negligence or otherwise) for any loss howsoever arising from any use of this presentation or any other material discussed at the presentation or their contents or otherwise arising in connection with the presentation.

This presentation includes statements that are, or may be deemed to be, “forward-looking statements”, with respect to the financial condition, results, operations and businesses of X5 Retail Group N.V. These forward-looking statements can be identified by the fact that they do not only relate to historical or current events. Forward-looking statements often use words such as “anticipate”, “target”, “expect”, “estimate”, “intend”, “expected”, “plan”, “goal” believe”, or other words of similar meaning.

By their nature, forward-looking statements involve risk and uncertainty because they relate to future events and circumstances, a number of which are beyond X5 Retail Group N.V.’s control. As a result, X5 Retail Group N.V.’s actual future results may differ materially from the plans, goals and expectations set out in these forward-looking statements. X5 Retail Group N.V. assumes no responsibility to update any of the forward looking statements contained in this presentation.

For Russian law purposes, the securities mentioned in this presentation (the "Securities") represent foreign securities. It is not permitted to place or publicly circulate the Securities on the territory of the Russian Federation at present. No prospectus for the issue of the Securities has been or is intended to be registered with the Federal Service for Financial Markets of the Russian Federation. The information provided in this presentation is not intended to advertise or facilitate the offer of the Securities in the territory of the Russian Federation. This presentation does not represent an offer to acquire the Securities or an invitation to make offers to acquire the Securities.

The information and opinions contained in this document are provided as at the date of this presentation and are subject to change without notice. Some of the information is still in draft form and neither X5 Retail Group N.V. nor any other party is under any duty to update or inform recipients of this presentation of any changes to such information or opinions. In particular, it should be noted that some of the financial information relating to X5 Retail Group N.V. and its subsidiaries contained in this document has not been audited and in some cases is based on management information and estimates.

Neither X5 Retail Group N.V. nor any of its agents, employees or advisors intend or have any duty or obligation to supplement, amend, update or revise any of the statements contained in this presentation.