

Пресс-релиз
30 января 2017 года

«О'КЕЙ» объявляет операционные результаты за 4 квартал и 12 месяцев 2016 г.

O'KEY Group S.A. (LSE: OKEY, "Группа"), одна из крупнейших российских розничных сетей по торговле продуктами питания, сегодня объявляет неаудированные операционные результаты за четвертый квартал и двенадцать месяцев 2016 года. Все материалы, публикуемые Компанией, доступны на ее веб-сайте по адресу www.okeyinvestors.ru.

Основные показатели 4 квартала 2016 года:

- Чистая розничная выручка Группы выросла на 4,8% год к году - с 47 241 млн рублей до 49 503 млн рублей
- Трафик вырос на 2,4% при росте среднего чека на 2,2% год к году
- Чистая розничная выручка без учета продаж в магазинах-дискаунтерах выросла на 1,9% год к году до 47 527 млн рублей
- Средний чек без учета дискаунтеров вырос на 5,2% год к году, а трафик без учета дискаунтеров упал на 3,2%
- Выручка сопоставимых магазинов (LFL)¹ Группы снизилась на 1,0%, при этом средний чек LFL вырос на 3,3% год к году, а трафик LFL снизился на 4,2%
- Выручка сопоставимых магазинов (LFL) без дискаунтеров снизилась на 1,7%, при этом средний чек LFL вырос на 3,8% год к году, а трафик LFL снизился на 5,3%
- Выручка сопоставимых магазинов (LFL) дискаунтеров выросла на 64,1%, при этом трафик LFL вырос на 36,4%, а средний чек LFL вырос на 20,4% год к году
- В 4 квартале 2016 года были открыты один гипермаркет и шесть дискаунтеров.

Основные показатели 12 месяцев 2016 года:

- Чистая розничная выручка Группы выросла на 7,6% год к году - с 160 285 млн рублей до 172 480 млн рублей
- Трафик вырос на 9,3% год к году при снижении среднего чека на 1,7% год к году
- Чистая розничная выручка без учета продаж в магазинах-дискаунтерах выросла на 4,5% год к году до 166 814 млн рублей
- Трафик без учета дискаунтеров вырос на 2,6%, а средний чек без учета дискаунтеров увеличился на 1,7% год к году
- Выручка сопоставимых магазинов (LFL) Группы выросла на 2,2%, при этом трафик LFL увеличился на 1,2%, а средний чек LFL вырос на 0,9% год к году
- Выручка сопоставимых магазинов (LFL) без дискаунтеров выросла на 2,0%, при этом трафик LFL увеличился на 0,9%, а средний чек LFL вырос на 1,0% год к году
- За 12 месяцев 2016 года были открыты четыре гипермаркета (один закрыт), один супермаркет (закрыто пять) и девятнадцать дискаунтеров.
- Общая торговая площадь год к году увеличилась на 5,1% до 622 891 м², при этом торговая площадь гипермаркетов выросла на 4,1% до 539 784 м², торговая площадь супермаркетов снизилась до 46 217 м², а торговая площадь дискаунтеров выросла до 36 890 м².

¹ Магазины включаются в расчет показателя LFL на 14 месяц работы после открытия.

Генеральный директор ГК «О'КЕЙ» Хейго Кера отметил:

«В 2016 году мы продолжали работу над улучшением эффективности нашего бизнеса в сегменте гипермаркетов и супермаркетов и дальнейшим развитием сегмента дискаунтеров.

Крупные торговые форматы столкнулись с возрастающей конкуренцией со стороны «магазинов у дома», число которых продолжало активно расти. При этом снижалась покупательская способность, особенно в регионах.

Решая задачу сохранения трафика и среднего чека, мы уделяли особое внимание ценностному клиентскому предложению, основанному на конкурентоспособных ценах и востребованном ассортименте качественных продуктов и товаров, в том числе и под нашими частными марками.

В целом стратегия позволила обеспечить хорошие операционные результаты в 4 квартале и по году в целом. Чистая розничная выручка Группы за год выросла на 7,6% при росте трафика на 9,3%. Показатели 4 квартала также в зоне роста: выручка увеличилась на 4,8%, трафик на 2,4%.

Торговая выручка гипермаркетов и супермаркетов (без учёта дискаунтеров) по итогам года увеличилась на 4,5%, их трафик вырос на 2,6%, а средний чек на 1,7%. Основные годовые показатели магазинов LFL в этом бизнес сегменте также в положительных значениях. Розничная выручка всех магазинов LFL Группы по году отмечена ростом в 2,2%.

В прошлом году была продолжена трансформация основных бизнес-процессов и ИТ-системы, направленная на улучшение работы компании. С открытием новых распределительных центров (РЦ) в Москве и Санкт-Петербурге уровень централизации логистики увеличился с 15% в 2015 году до 40%.

Важным направлением стало усиление программы лояльности, в рамках которой мы запустили новый для рынка платёжный продукт - кобрендинговую карту с одним из крупных российских банков: она дает возможность дополнительной экономии для покупателей. Мы сохраняем первенство в развитии канала онлайн-продаж продуктов питания в рамках полномасштабного ассортимента гипермаркета, покрыв услугой доставки территории Москвы и Санкт-Петербурга.

Наш подход к экспансии в части традиционных торговых форматов оставался консервативным: мы, как и планировали, открыли 4 новых гипермаркета и 1 супермаркет. В магазинах реализованы элементы новой концепции торгового пространства, основанной на современных стандартах навигации, зонирования и дизайна. Число дискаунтеров «ДА!» к концу 2016 года возросло до 54.

Подводя итоги года в целом, могу сказать, что нам удалось чётко следовать программе реорганизации бизнеса и своевременно отвечать на вызовы рынка и потребности наших покупателей».

Генеральный директор формата «дискаунтер» Армин Бургер добавил:

«По состоянию на конец четвертого квартала 2016 года мы открыли 54 дискаунтера в Москве и Московской области. Мы ведем непрерывную работу по улучшению ассортиментного микса (товары собственных торговых марок (СТМ), брендированные продукты, поставки по схеме In/Out), обеспечивая его соответствие потребностям наших клиентов. В результате этих успешных изменений, а также растущей популярности наших СТМ и концепции в целом в четвертом квартале мы отмечаем рост выручки LFL на 64,1% при увеличении трафика и среднего чека на 36,4% и 20,4% соответственно. Аналогичные тенденции наблюдаются и в начале этого года. В 2017 году мы продолжим работу над усовершенствованием продуктового микса, качества товаров СТМ

и условий совершения покупок в наших магазинах. В 2017 году мы планируем открыть более 20 магазинов».

Число магазинов на конец периода	4 кв. 2015	4 кв. 2016	Изменение год к году
Гипермаркеты	71	74	3
Супермаркеты	40	36	-4
Дискаунтеры	35	54	19
Итого	146	164	18

Торговая площадь на конец периода, кв. м.	4 кв. 2015	4 кв. 2016	Изменение год к году
Гипермаркеты	518 330	539 784	4,1%
Супермаркеты	51 009	46 217	-9,4%
Дискаунтеры	23 586	36 890	56,4%
Итого	592 925	622 891	5,1%

Изменение год к году	4 кв. 2015			4 кв. 2016		
	Розничная выручка	Трафик	Средний чек	Розничная выручка	Трафик	Средний чек
Группа	10,2%	13,5%	-3,1%	4,8%	2,4%	2,2%
Группа LFL	3,8%	4,3%	-0,5%	-1,0%	-4,2%	3,3%
Группа без учета дискаунтеров	8,7%	10,0%	-1,3%	1,9%	-3,2%	5,2%
Группа без учета дискаунтеров LFL	3,8%	4,3%	-0,5%	-1,7%	-5,3%	3,8%
Дискаунтеры LFL	-	-	-	64,1%	36,4%	20,4%

Изменение год к году	12 месяцев 2015 года			12 месяцев 2016 года		
	Розничная выручка	Трафик	Средний чек	Розничная выручка	Трафик	Средний чек
Группа	6,9%	7,2%	-0,4%	7,6%	9,3%	-1,7%
Группа LFL	0,6%	-0,7%	1,3%	2,2%	1,2%	0,9%
Группа без учета дискаунтеров	6,4%	6,2%	0,2%	4,5%	2,6%	1,7%
Группа без учета дискаунтеров LFL	0,6%	-0,7%	1,3%	2,0%	0,9%	1,0%
Дискаунтеры LFL	-	-	-	64,1%	36,4%	20,4%

О Компании

«О'КЕЙ» – одна из крупнейших розничных сетей в России по торговле продуктами питания. Основным торговым форматом Группы является гипермаркет под брендом «О'КЕЙ»,

соответствующий европейским стандартам. Супермаркеты под брендом «О'КЕЙ» дополняют основной формат гипермаркетов. Группа развивает инновационный формат дискаунтеров под брендом «ДА!». «О'КЕЙ» первой из российских розничных сетей запустила онлайн-канал продаж с ассортиментом на базе гипермаркетов в Москве и Санкт-Петербурге.

Группа открыла свой первый гипермаркет в Санкт-Петербурге в 2002 году и с тех пор демонстрирует уверенный рост. На 30 января 2017 года сеть «О'КЕЙ» насчитывает 164 магазина: 74 гипермаркета, 36 супермаркетов и 54 магазинов формата «дискаунтер».

Заявления прогнозного характера

Настоящие материалы содержат ряд заявлений в отношении будущих событий и ожидаемых результатов, которые представляют собой заявления прогнозного характера. Эти заявления, как правило, содержат такие слова, как «ожидается» и «предполагается», а также слова аналогичного значения. Любое заявление, содержащееся в данных материалах и не являющееся констатацией исторического факта, является заявлением прогнозного характера, сопряженным с известными и неизвестными рисками, неопределенностями и прочими факторами, которые могут привести к тому, что наши фактические результаты, показатели или достижения будут существенно отличаться от любых будущих результатов, показателей или достижений, заявленных или подразумеваемых в рамках таких прогнозных заявлений. Ни один из прогнозов, ожидаемых результатов, оценок или перспективных расчетов, содержащихся в данном материале, не следует воспринимать как прогноз или обещание, равно как указание, обеспечение или гарантию того, что предпосылки, на основании которых такие прогнозы, ожидаемые результаты, оценки или перспективные расчеты были подготовлены, являются корректными, исчерпывающими или, в случае предпосылок, полностью изложенными в данном материале. Мы не берем на себя обязательств по корректировке заявлений прогнозного характера, содержащихся в настоящем документе, для отражения фактических результатов либо изменений в предпосылках или факторах, влияющих на данные заявления.

За дополнительной информацией просьба обращаться:

Департамент по связям с инвесторами

ir@okmarket.ru
www.okeyinvestors.ru

**Директор по связям с общественностью и
взаимодействию с государственными органами**

Кирилл Масленцин
+ 7 495 663 66 77, доб. 152
+7 909 995-17-00
Kirill.Maslentsin@okmarket.ru
www.okmarket.ru