



ГРУППА КОМПАНИЙ «ОБУВЬ РОССИИ» ОБЪЯВЛЯЕТ ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА IV КВАРТАЛ И ПОЛНЫЙ 2018 ГОД

30 января 2019 г., Россия, Новосибирск: Группа компаний «Обувь России» (МОЕХ: OBUV/ далее «Компания» или ПАО «ОР», или совместно с дочерними и зависимыми компаниями — «Обувь России» или «Группа»), первая публичная компания российского fashion-ритейла, в состав которой входит 727 магазинов в 234 городах России и две производственные площадки, объявляет операционные результаты за четвертый квартал и полный год, завершившийся 31 декабря 2018 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 4-ГО КВАРТАЛА 2018 ГОДА:

- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы в 4-м квартале увеличился на 4,5% и составил 3,720 млрд рублей, по сравнению с 3,561 млрд руб. в 4-м квартале 2017 года.
- Сопоставимые продажи группы компаний «Обувь России» снизились на 12,3%:
 - сопоставимое число чеков снизилось на 11,3%;
 - сопоставимый размер среднего чека снизился на 1,1%.
- Прирост розничной сети составил 22 собственных магазина сети Westfalika — основного бренда группы компаний «Обувь России». Общее количество торговых точек на 31.12.2018 г. составило 727 магазинов, из них 161 — франчайзинговый.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 2018 ГОД:

- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы за 2018 год увеличился на 9% — до 11,526 млрд руб. по сравнению с 10,595¹ млрд руб. в 2017 году.
- Сопоставимые продажи группы компаний «Обувь России» снизились на 8,8%:
 - сопоставимое число чеков снизилось на 9,4%;
 - сопоставимый размер среднего чека увеличился на 0,7%.
- За 12 месяцев «Обувь России» приросла 192 новыми магазинами, 144 собственных и 48 франчайзинговых.
- Портфель по услуге рассрочки платежа в 2018 году снизился на 9,8% — до 2,919 млрд руб., а рост портфеля по денежным займам в 2018 году составил 20,7% — до 1,751 млрд руб.
- Общая торговая площадь собственных магазинов увеличилась на 34,2% с 40,1 тыс. кв.м в 2017 году до 53,8 тыс. кв.м в 2018 году.
- Число участников программы лояльности, которая действует во всех розничных сетях, входящих в Группу, за 12 месяцев увеличилось на 15,1% — до 2,239 млн участников по сравнению с 1,946 млн участников 2017 году. 63% покупок в течение отчетного периода совершалось с использованием карт лояльности.

¹ Отражена нормализованная выручка по единой методике налогообложения

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ЧЕТВЕРТОГО КВАРТАЛА 2018 ГОДА:

- В 2018 году «Обувь России» открыла 144 собственных и 48 франчайзинговых магазинов в 129 городах. Таким образом, розничная сеть приросла на 36% и на 31.12.2018 г. насчитывала 727 магазинов (включая 161 франчайзинговый) в 232 городах России. Структура открытий по регионам: Сибирь — 42%, Центральная часть России — 27%, Урал — 24%, Дальний Восток — 7%.
- В магазинах «Обуви России» начали открываться пункты выдачи онлайн-заказов PickPoint. Реализация проекта является частью стратегии компании по интеграции в логистическую инфраструктуру российского рынка интернет-торговли.
- Совет директоров одобрил Программу обратного выкупа акций ПАО «ОР». В рамках нее разрешено приобретать акции на открытом (биржевом) рынке, а также в рамках внебиржевых и (или) заключаемых в частном порядке сделок на общую сумму, не превышающую 900 млн рублей. Программа будет осуществляться до конца 2019 года.
- За период с мая по октябрь включительно «Обувь России» оформила более 300 тыс. договоров рассрочки и денежного займа с использованием блокчейна. За этот период не было зафиксировано ни одной попытки несанкционированного изменения, ни один из бизнес-процессов не замедляется, таким образом технология показала свою эффективность. Компания рассматривает возможности для тиражирования блокчейна на другие бизнес-процессы.
- В ноябре 2018 года продажи основного интернет-магазина ГК «Обувь России» — westfalika.ru — увеличились на рекордные 30% по сравнению с аналогичным периодом 2017 года. Основные факторы роста: запуск проекта «Совместные продажи» (синергия офлайн и онлайн-каналов); оптимизация бизнес-процессов обработки заказов и внедрение комплексного подхода в продвижении.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатель	31/12/2018	31/12/2017	Δ, %
Кол-во магазинов ГК «Обувь России»	727	535	35,9%
DOS ²	566	422	34,1%
Франшиза	161	113	42,5%
Торговая площадь DOS, (тыс. кв.м.)	53,8	40,1	34,2%
Число участников программы лояльности, млн чел.	2,239	1,946	15,1%

Like-for-Like ³	4-й кв. 2018	4-й кв. 2017	Δ, %	2018	2017	Δ, %
Рост сопоставимых продаж	-12,3%	10,9%	-23,2%	-8,8%	2,8%	-11,7%
рост кол-ва чеков	-11,3%	4,7%	-16,0%	-9,4%	-3,7%	-5,7%
рост среднего чека	-1,1%	6,0%	-7,1%	0,7%	6,8%	-6,1%

Показатель	4-й кв. 2018	4-й кв. 2017	Δ, %	2018	2017	Δ, %
Доля продаж сопутствующих товаров в розничной выручке	37,4%	32,7%	4,7%	34,9%	31,5%	3,5%

² DOS (Directly operated stores) – магазины под собственным управлением

³ Рост сопоставимых продаж (like-for-like), рост сопоставимого кол-ва чеков и среднего чека рассчитаны на основе результатов магазинов ГК «Обувь России», которые работали в течение одного полного предшествующего календарного года. Например, показатель роста like-for-like продаж для 2017-2016 гг. будет включать в себя доходы всех магазинов ГК «Обувь России», которые были открыты до 31 декабря 2015 года и находились в эксплуатации в течение всего 2016 г. и 2017г.

Показатель	2018	2017	Δ, %
Размер портфеля по рассрочке (млн руб.)	2,919	3,237	-9,8%
Размер портфеля по денежным займам (млн руб.)	1,751	1,450	20,7%

Показатель	4-й кв. 2018	4-й кв. 2017	Δ, %	2018	2017	Δ, %
Средняя сумма покупки в рассрочку, (руб.)	10 808	10 465	3,3%	9 251	8 938	3,5%
Средняя сумма денежного займа, (руб.)	18 306	14 165	29,2%	15 710	13 540	16,0%

Антон Титов, директор группы компаний «Обувь России», прокомментировал:

В 2018 году «Обувь России» продемонстрировала достаточно хорошие темпы роста: консолидированная неаудированная выручка увеличилась на 9% до 11,526 млрд руб. Мы перевыполнили программу по развитию розничной сети и по итогам года открыли 192 новых магазина, из них 144 — собственные. Мы существенно расширили географию сбыта и вышли в более чем 80 новых городов по всей России.

В 2018 году мы начали активно открывать магазины в малых городах с числом жителей от 50 тыс. человек. В таких населенных пунктах пока слабо представлены глобальные и федеральные игроки, затраты на запуск торговых точек ниже, при этом они быстрее выходят на планируемые показатели продаж. Мы считаем малые города перспективными, будем дальше открывать в них магазины, укрепляя наши лидерские позиции в разных регионах России.

Сопоставимые продажи Группы показали отрицательную динамику. Это связано прежде всего с тем, что «Обувь России» в 2018 году не проводила промоакции и глубокие распродажи в отличие от конкурентов. Это позволило Группе сохранить высокую торговую наценку, что положительно повлияло на показатели рентабельности.

Мы сейчас наблюдаем структурные изменения на российском обувном рынке, которые связаны с развитием новых технологий и каналов сбыта. Меняется распределение покупательского трафика между разными форматами продаж, что также повлияло на наши показатели LFL. Так, в последний год усилились тенденции к снижению трафика больших торговых центров, который перераспределяется в пользу онлайн-каналов продаж. Растет популярность районных ТЦ и сохраняется актуальность стрит-формата, особенно в небольших городах.

Учитывая данные тенденции, мы подробно проанализировали работу всех наших торговых точек в ТЦ в четвертом квартале 2018 года и приняли решение о релокации части наших магазинов: в декабре 2018 года перенесли 50 магазинов из крупных торговых центров в более проходимые места и перспективные форматы — это районные ТЦ и стрит. Таким образом, фактическое число новых магазинов в 2018 году составило 242 — открытые собственные и франчайзинговые, а также релоцированные. В 1 квартале 2019 года Группа планирует перенести еще 15 магазинов, что позволит повысить эффективность работы нашей розницы в 2019 году.

Что касается нашего онлайн-направления, мы совершенствуем работу интернет-магазинов, усиливаем взаимодействие наших офлайн торговых точек и онлайн-площадки — в 2018 году запустили проект «Совместные продажи». Также мы оптимизировали бизнес-процессы обработки заказов (внедрили единые стандарты и усовершенствовали систему мотивации операторов кол-центра, сократили сроки доставки), в результате мы увеличили конверсию поступающих заказов в выполненные на 10% за



последние полгода. Стали использовать комплексный подход в продвижении, основанный на ключевых метриках ROI и CPL. Все эти меры позволили нам увеличить онлайн-продажи в 4-м квартале 2018 года на 14%, их доля в розничной выручке достигла 15.5%.

Одна из важных задач на ближайшее будущее — это развитие омниканальных продаж и интеграция в логистическую инфраструктуру российского рынка e-commerce. В четвертом квартале мы начали сотрудничать с компаниями PickPoint и DPD по открытию пунктов выдачи онлайн-заказов на базе наших розничных магазинов. Сейчас к проекту подключено уже более 250 торговых точек и мы выдаем более 1500 посылок в неделю. Новый проект позволит привлечь дополнительный трафик в магазины «Обуви России», а также будет способствовать росту качества сервиса и онлайн-продаж.

Концепция total look, согласно которой формируются коллекции наших магазинов, является нашим конкурентным преимуществом и открывает дополнительные возможности по совершенствованию ассортимента. Мы дальше развивали направление одежды среднего слоя: продажи по этому направлению по итогам 2018 года выросли в 3,8 раза. Доля в розничной выручке составила 2.5%. Если говорить про сопутствующие товары в целом, то их доля достигла 35%. Таким образом, мы уже не являемся классическим обувным магазином, а представляем собой брендовый магазин, который предлагает широкую линейку товаров к сезону для формирования целостного модного образа.

В 2018 году мы добились значительных результатов в автоматизации работы магазинов: перевели нашу розничную сеть на новую платформу «Рассрочка 2.0.» для сопровождения проектов финансовых сервисов. Это более гибкая система, которая позволяет индивидуально настраивать акции для наших клиентов и внедрить персонализированный подход. Также мы запустили блокчейн для защиты персональных данных наших покупателей.

В планах на 2019 год дальше наращивать объемы бизнеса и укреплять лидерские позиции на рынке: мы сохраним высокие темпы роста розничной сети, будем дальше работать над ассортиментом как обуви, так и сопутствующих товаров, продолжим работу по интеграции в логистическую инфраструктуру российского рынка интернет-торговли, будем внедрять новые сервисы и улучшать покупательский опыт во всех каналах продаж — в нашей офлайн-рознице и онлайн-магазинах, планируем запустить обновлённые мобильные приложения с расширенным функционалом.

Группа движется в рамках объявленной программы развития и в 2019 году планирует запустить 100-150 магазинов. Уточненный план по открытиям «Обувь России» представит в марте после публикации финансовой отчетности.

Справка о компании:

ГК «Обувь России» (тикер на Московской фондовой бирже — OBUV) — головная компания ПАО «ОР», первая публичная компания российского fashion-ритейла. «Обувь России» основана в 2003 году, имеет штаб-квартиру в Новосибирске и офис в Москве. Основное бизнес-направление Группы — производство и торговля обувью и сопутствующими товарами. Компания управляет 727 магазинами (161 работает по франшизе) под брендами Westfalika (монобрендовый магазин классической обуви), «Пешеход» (мультибрендовый обувной супермаркет), Rossita (магазин для всей семьи), Emilia Estra и Lisette (салоны модной обуви), а также развивает бренды обуви и одежды для активного образа жизни S-ter, all.go и Snow Guard и владеет двумя обувными фабриками в Новосибирской области.



В сентябре 2018 года Рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) подтвердило рейтинг кредитоспособности группы компаний «Обувь России» на уровне ruBBB+. Прогноз по рейтингу — стабильный. В октябре 2017 года «Обувь России» привлекла 5,9 млрд рублей в ходе IPO на Московской Бирже, эмитентом является ПАО «ОР», став первой публичной компанией на российском обувном и fashion-рынке.

В соответствии с аудированными финансовыми результатами Группы по МСФО, в 2017 году выручка составила 10,8 млрд руб., чистая прибыль — 1,31 млрд руб., EBITDA — 2,74 млрд руб.

Сайт Группы: www.obuvrus.ru; интернет-магазины: www.westfalika.ru, www.westfalika-home.ru, www.emilia-estra.ru, www.rossita.com, www.lisette.me.

Дополнительная информация:

Контакты для СМИ:

Наталья Паули,
PR-директор.

+7 913 750 81 37

n.pauli@obuvrus.ru

Контакты для инвесторов:

Кирилл Стреблянский,
Заместитель финансового директора по
рынкам капитала ГК «Обувь России»

+7 383 280 80 21

k.streblyanskiy@obuvrus.ru

Оговорка:

Данный пресс-релиз может содержать заявления, которые являются или могут считаться «прогнозными заявлениями» в отношении будущих событий и будущей финансовой и операционной деятельности Группы Компаний «Обувь России». Вы можете определить, носит ли заявление прогнозный характер на основании использования таких слов и выражений, как «ожидают», «полагают», «планируют», «оценивают», «намереваются», «будут», «могли бы», «могут», включая отрицательные формы данных глаголов, а также на основании иных аналогичных выражений. По своему характеру заявления о будущем являются рискованными и неопределенными, поскольку они относятся к событиям и обстоятельствам будущего, часть которых не контролируется Группой Компаний. Таким образом, фактические будущие результаты могут существенно отличаться от планов, целей и ожиданий, содержащихся в утверждениях о будущем. Группа Компаний «Обувь России» не намерена обновлять данные заявления с целью отражения событий и обстоятельств, которые наступят после публикации настоящего документа, или с целью отражения факта наступления неожиданных событий. Многие факторы могут повлиять на то, что фактические результаты деятельности «Обуви России» будут существенно отличаться от предполагаемых результатов, содержащихся в заявлениях прогнозного характера, включая такие факторы, как общие условия экономической деятельности, конкурентную среду, риски, связанные с осуществлением деятельности в Российской Федерации, быстрыми технологическими изменениями и изменениями рыночной конъюнктуры в отраслях, в которых «Обувь России» осуществляет свою деятельность, а также другие риски, связанные в особенности с «Обувью России» и ее деятельностью.