

Пресс-релиз
30 марта 2017 года

«О'КЕЙ» объявляет финансовые результаты за 2016 год

O'KEY Group S.A. (LSE: OKEY, "Группа"), одна из крупнейших российских розничных сетей по торговле продуктами питания, сегодня объявляет аудированные консолидированные финансовые результаты за полный год, завершившийся 31 декабря 2016 года. Все материалы, публикуемые Компанией, доступны на ее веб-сайте по адресу www.okeyinvestors.ru.

Основные показатели 2016 года:

- Общая выручка выросла на 8,0% год к году с 162 510 млн рублей до 175 471 млн рублей
- Выручка бизнес-сегмента гипермаркетов и супермаркетов выросла на 4,9% год к году до 169 696 млн рублей
- Выручка бизнес-сегмента дискаунтеров составила 5 775 млн рублей
- Валовая прибыль увеличилась на 4,8% год к году с 38 367 млн рублей до 40 209 млн рублей, при этом валовая маржа снизилась на 0.7 п.п. до 22,9%
- Показатель EBITDA Группы снизился на 8,5% год к году с 10 109 млн рублей до 9 253 млн рублей
- Показатель EBITDA бизнес-сегмента гипермаркетов и супермаркетов вырос на 1,5% год к году с 11 672 млн рублей до 11 845 млн рублей, при этом маржа EBITDA снизилась с 7,2% до 7,0%
- Показатель EBITDA сегмента дискаунтеров был негативным и составил 2 592 млн рублей (по сравнению с негативным показателем в 1 563 млн рублей в 2015 году)
- Поток денежных средств от операционной деятельности вырос на 27,7% до 11 673 млн рублей

Ключевые события 2016 года:

- В 2016 году были открыты четыре гипермаркета (один закрыт), один супермаркет (закрыто пять) и 19 дискаунтеров
- В октябре 2016 года Группа выкупила на 4,4 млрд рублей облигаций 04 серии (общий размер выпуска 5,0 млрд рублей)
- Группа оптимизировала долговой портфель и снизила средневзвешенную ставку с 12,5% до 11,0% в 2016 году

Генеральный директор ГК «О'КЕЙ» и Председатель Совета Директоров Хейго Кера отметил:

«Прошедший год стал насыщенным и сложным для Группы «О'КЕЙ». Тем не менее, нам удалось четко следовать программе реорганизации бизнеса и выполнить задачи, поставленные перед нами Советом директоров.

Мы работали над повышением эффективности нашего бизнеса в сегменте гипермаркетов и супермаркетов и продолжали дальнейшее развитие формата дискаунтеров.

Решая задачу сохранения трафика и размера среднего чека, мы уделяли особое внимание потребностям наших покупателей: в основе нашего ценностного клиентского предложения –

конкурентоспособные цены, продуманный ассортимент качественных продуктов и товаров, в том числе произведенных в регионах нашего присутствия, развитие наших частных марок и проведение промоакций, востребованных нашими клиентами.

В целом наша стратегия позволила добиться хороших операционных результатов в 2016 году. Общая выручка Группы увеличилась на 8,0%, а трафик – на 9,3%. Общая выручка в сегменте гипермаркетов и супермаркетов выросла по итогам года на 4,9%, трафик – на 2,6%, а размер среднего чека увеличился на 1,7% за тот же период. Основные показатели LFL за 2016 год в данном сегменте также были положительными, розничная выручка всех магазинов LFL Группы выросла на 2,2% в 2016 году.

Что касается финансовых результатов, показатель EBITDA снизился на 8,5%, что было обусловлено развитием формата дискаунтеров. Мы считаем, что влияние нового формата на показатель EBITDA Группы достигло своего максимума, и ожидаем существенного улучшения по итогам 2017 и следующих годов. EBITDA без учета дискаунтеров повысилась на 1,5% вследствие непрерывной работы по повышению эффективности бизнеса. Мы сохраняем консервативный подход к заимствованиям – уровень долговой нагрузки Компании остается стабильным, показатель чистый долг/EBITDA на 31 декабря 2016 года составил 2,7.

В 2017 году мы сосредоточимся на укреплении нашей позиции на рынке как мультиформатного ритейлера, повышении эффективности нашего бизнеса и роста доверия со стороны инвесторов. Качество нашего ассортимента и товаров собственных торговых марок будет оставаться одним из ключевых приоритетов в 2017 году в рамках наших усилий по постоянному улучшению покупательского опыта наших клиентов».

Генеральный директор формата «дискаунтер» Армин Бургер добавил:

«В 2016 году мы продолжили развитие формата дискаунтеров в соответствии с нашими стратегическими планами. Мы уделяем особое внимание улучшению ассортимента наших товаров, постоянно адаптируя его под потребности клиентов. В результате этих изменений мы наблюдаем рост популярности наших частных торговых марок, что способствует общему успеху наших дискаунтеров. Мы рады отметить, что в четвертом квартале 2016 года выручка сопоставимых магазинов в сегменте дискаунтеров выросла на 64,1%, при этом трафик и средний чек увеличились на 36,4% и 20,4% соответственно. Мы наблюдаем дальнейшее укрепление этой тенденции в первом квартале 2017 года и крайне довольны нашими текущими результатами в целом. Кроме того, мы ожидаем улучшения показателя EBITDA в 2017 году и выход на безубыточность к концу 2018 года».

Финансовые результаты

млн руб.	2016	2015	Изменение год к году
Общая выручка Группы	175 471	162 510	8,0%
Выручка сегмента гипермаркетов и супермаркетов	169 696	161 822	4,9%
Выручка сегмента дискаунтеров	5 775	688	>100%
Валовая прибыль	40 209	38 367	4,8%
<i>Валовая маржа</i>	22,9%	23,6%	-0,7 п.п.
Коммерческие, общие и административные расходы	-35 764	-32 371	10,5%
<i>Коммерческие, общие и админ. расходы как % от выручки</i>	20,4%	19,9%	0,5 п.п.
ЕБИТДА Группы	9 253	10 109	-8,5%
<i>Рентабельность EBITDA</i>	5,3%	6,2%	-0,9 п.п.
ЕБИТДА сегмента гипермаркетов и супермаркетов	11 845	11 672	1,5%
<i>Рентабельность EBITDA сегмента гипермаркетов и супермаркетов</i>	7,0%	7,2%	-0,2 п.п.
ЕБИТДА сегмента дискаунтеров	-2 592	-1 563	65,8%
Чистая прибыль/убыток	-138	1 918	-107,2%

Выручка

В 2016 году выручка Группы увеличилась на 8,0% в годовом исчислении при росте выручки сопоставимых магазинов на 2,2%. Рост выручки LFL объясняется главным образом увеличением среднего чека на 0,9% под воздействием инфляции и ростом LFL-трафика на 1,2%, несмотря на значительные изменения в поведении клиентов, вызванные ухудшением макроэкономических условий, снижением уровня располагаемых доходов и усилением конкуренции.

Для решения проблем, связанных с ухудшением макроэкономических условий и усилением конкуренции, летом 2015 года мы приступили к реализации стратегии трансформации бизнеса, направленной на удовлетворение меняющихся потребностей наших клиентов. Таким образом, в 2016 году мы добились значительных успехов с точки зрения изменения структуры нашего ассортимента, а также усовершенствования маркетинговых инициатив для привлечения трафика в наши магазины. В течение года Группа продолжала укреплять свое присутствие, уделяя особое внимание регионам с наибольшим потенциалом развития. В результате открытия четырех гипермаркетов, одного супермаркета и 19 дискаунтеров торговая площадь в 2016 году увеличилась на 5,1% до 623 тыс. м².

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 LFL без учета дискаунтеров	0,6%	-0,7%	1,3%	2,0%	0,9%	1,0%
Дискаунтеры LFL	-	-	-	64,1%	36,4%	20,4%

Себестоимость реализованной продукции и валовая прибыль

В 2016 году себестоимость реализованной продукции увеличилась на 9,0% до 135 261 млн рублей. Ниже в таблице приведена более подробная информация о показателе себестоимости реализованной продукции за 2016 и 2015 годы:

млн руб.	2016	% от выручки	2015	% от выручки	Изменение, п.п.
Общая выручка	175 471	100,0%	162 510	100,0%	-
Себестоимость реализованной продукции, включая	-135 261	77,1%	-124 143	76,4%	0,7
Стоимость товарных запасов (за вычетом бонусов поставщиков)	-128 800	73,4%	-117 724	72,4%	1,0
Потери товара	-2 867	1,6%	-3 391	2,1%	-0,5
Логистические затраты	-2 771	1,6%	-2 214	1,4%	0,2
Затраты на упаковку и маркировку товара	-824	0,5%	-814	0,5%	0,0
Валовая прибыль	40 209	22,9%	38 367	23,6%	-0,7

В 2016 году валовая прибыль выросла на 4,8% до 40 209 млн рублей по сравнению с 38 367 млн рублей в 2015 году. При этом общая валовая маржа в 2016 году снизилась на 0,7 п.п. до 22,9% за счет улучшения клиентского предложения и более низкого уровня валовой маржи в развивающемся формате дискаунтеров (по сравнению с сегментом гипер- и супермаркетов). Общие затраты на логистику в 2016 году выросли на 25,2% и составили 2 771 млн рублей по сравнению с 2015 годом в результате продолжающейся централизации логистики и дальнейшего расширения формата дискаунтеров, при этом чистые затраты на логистику (включая скидки от поставщиков, включенные в стоимость товарных запасов) остались на уровне прошлого года. Уровень потерь товара в 2016 году снизился на 15,5% до 2 867 млн рублей по сравнению с 2015 годом в связи с усилением контроля за закупкой и списанием товара.

Коммерческие, общие и административные расходы

млн руб.	2016	% от выручки	2015	% от выручки	Изменение, п.п.
Затраты на персонал	-16 185	9,2%	-14 989	9,2%	0,0
Операционная аренда	-5 344	3,0%	-4 728	2,9%	0,1
Износ и амортизация	-4 550	2,6%	-3 838	2,4%	0,2
Связь и коммунальные расходы	-3 486	2,0%	-3 047	1,9%	0,1
Реклама и маркетинг	-1 795	1,0%	-1 651	1,0%	0,0
Ремонт и обслуживание	-1 183	0,7%	-940	0,6%	0,1
Расходы на безопасность	-825	0,5%	-740	0,5%	0,0
Страхование и банковские комиссии	-737	0,4%	-687	0,4%	0,0
Операционные налоги	-713	0,4%	-759	0,5%	-0,1
Юридические и профессиональные услуги	-603	0,3%	-660	0,4%	-0,1
Расходные материалы	-302	0,2%	-300	0,2%	0,0
Прочие расходы	-41	0,0%	-33	0,0%	0,0
Итого: коммерческие, общие и административные расходы	-35 764	20,4%	-32 371	19,9%	0,5

Коммерческие, общие и административные расходы Группы выросли на 10,5% по сравнению с прошлым годом и составили 35 764 млн рублей в 2016 году, что было обусловлено главным образом более высоким показателем износа и амортизации в связи с развитием дискаунтеров, открытием новых гипер- и супермаркетов, а также более высокими расходами на аренду в формате дискаунтеров. Еще одной причиной является рост расходов на связь и коммунальные услуги, в основном за счет открытия новых магазинов и повышения тарифов ЖКХ. В процентах от выручки коммерческие, общие и административные расходы Группы увеличились на 0,5 п.п. до 20,4% в 2016 году.

Персонал

Несмотря на увеличение расходов на персонал на 8,0% до 16 185 млн рублей по сравнению с прошлым годом, данный показатель как процент от выручки остался стабильным по сравнению с 2015 годом. Это стало результатом целенаправленной работы над повышением производительности труда в гипермаркетах и супермаркетах, что во втором полугодии привело к снижению расходов на персонал в процентах от выручки в этом сегменте на 0,5 п.п. В целом рост расходов объясняется в первую очередь расширением сегмента дискаунтеров, увеличением среднесписочной численности сотрудников на 5,2% и индексацией зарплат в соответствии с отраслевыми тенденциями.

Операционная аренда

Увеличение расходов на аренду в 2016 году на 13,0% в годовом исчислении связано в основном с арендными платежами в формате дискаунтеров, запущенном в сентябре 2015 года и,

следовательно, работавшего на рынке только часть года, а также объясняется ростом стоимости аренды некоторых магазинов, привязанной к курсу доллара и евро, из-за ослабления рубля.

Реклама и маркетинг

Расходы на рекламу и маркетинг увеличились на 8,8% в 2016 году, однако остались стабильны по сравнению с 2015 годом, несмотря на то, что Группа обновила концепцию своих гипермаркетов и внедрила такие новые промоинициативы как персональные коммуникации. Кроме того, увеличение расходов связано с промоактивностями новых магазинов-дискаунтеров.

ЕВITDA по сегментам

В 2016 году ЕВITDA без учета дискаунтеров выросла на 1,5% в годовом исчислении до 11 845 млн рублей, при этом рентабельность ЕВITDA без дискаунтеров достигла 7,0% от выручки.

Отрицательный показатель ЕВITDA магазинов-дискаунтеров в 2016 году увеличился на 65,8%, однако, по мнению Группы, это максимальный негативный эффект от проекта и это будет компенсировано значительным улучшением ЕВITDA, которое ожидается в этом и последующих годах.

Расходы на финансирование

Расходы на финансирование увеличились на 4,0% и составили 3 550 млн рублей в 2016 году. Кредитный портфель Группы (консолидированный долг на 31 декабря 2016 года составил 36 295 млн рублей по сравнению с 35 558 млн рублей на 31 декабря 2015 года) не претерпел существенных изменений (+2,1% по сравнению с 2015 годом), при этом средневзвешенная процентная ставка Группы снизилась до 11,0% в 2016 году с 12,5% в 2015 году благодаря успешному рефинансированию около 65% кредитного портфеля.

Годовая чистая прибыль/убыток

Чистая прибыль снизилась на 107,2% в годовом исчислении, зафиксировав в 2016 году убыток в размере 138 млн рублей, что было обусловлено в основном расширением формата дискаунтеров и связанными с этим расходами. Снижение чистой прибыли также было вызвано некоторыми разовыми расходами. Группа добилась значительных результатов в повышении эффективности бизнеса – этим объясняется закрытие одного гипермаркета и пяти супермаркетов в 2016 году. Таким образом, убыток от продажи прочих внеоборотных активов, в частности некоторых магазинов и земельных участков в Москве и других регионах, составил 568 млн рублей (по сравнению со 126 млн рублей в 2015 году). Также Группа понесла убыток от снижения стоимости ряда региональных объектов в размере 434 млн рублей.

В 2016 году Группа не получала налоговых возмещений, сумма налоговых расходов составила 409 млн рублей. При этом в 2015 году Группа получила доход по статье "Налог на прибыль" в размере 16 млн рублей в результате получения возмещения налогов, уплаченных в 2013–2014 годах в размере 702 млн рублей.

Денежный поток и оборотный капитал

млн руб	2016	2015
Чистые денежные средства от операционной деятельности/использованные в операционной деятельности	11 673	9 140
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	-5 413	-2 332
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности/от финансовой деятельности	-4 529	-2 884
Чистое уменьшение денежных средств и их эквивалентов	1 730	3 924
Влияние изменений валютных курсов на денежные средства и их эквиваленты	-35	34

Денежные средства от операционной деятельности

В 2016 году на размер денежного потока от операционной деятельности повлияло снижение валовой маржи, в то время как Группа продемонстрировала позитивную динамику оборотного капитала. В результате чистый денежный поток от операционной деятельности увеличился на 27,7% до 11 673 млн рублей в 2016 году. Объем поступлений наличных средств от клиентов в течение года вырос на 7,7% в соответствии с ростом выручки.

Денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности

Объем чистых денежных средств, использованных в инвестиционной деятельности, увеличился с 2 332 млн рублей в 2015 году до 5 413 млн в 2016 году главным образом за счет крупной продажи активов в 2015 году. В 2016 году объем инвестиций без учета поступлений от реализации основных средств и нематериальных активов уменьшился с 8 621 млн рублей до 6 331 млн рублей.

Денежные средства от финансовой деятельности

Эффект от новых займов за минусом выплат по кредитам достиг 1 018 млн рублей в 2016 году, так как Группа осуществила существенные выплаты по кредитам. Кроме того, уровень выплат по дивидендам снизился на 10,4% с 1 644 млн рублей в 2015 году до 1 472 млн рублей в 2016 году.

Оборотный капитал

По состоянию на 31 декабря 2016 года оборотный капитал Группы, который состоит из текущих активов (исключая наличные средства и их эквиваленты) минус текущие обязательства (исключая краткосрочные кредиты), был отрицательным и составлял минус 12 734 млн рублей по сравнению с минус 8 023 млн рублей в конце 2015 года. Данный факт отражает достижения Группы по улучшению уровня запасов и общей эффективности логистики. Оборотный капитал в отрасли розничной торговли обычно является отрицательным, и Группа планирует поддерживать отрицательный уровень оборотного капитала.

Группа считает показатель чистого долга к EBITDA основным способом оценки долговой нагрузки Группы. По состоянию на 31 декабря 2016 года коэффициент чистого долга к EBITDA составил 2,7х.

млн руб	На 31.12.16	На 31.12.15
Общий долг, включая	36 295	35 558
<i>Краткосрочный долг включая проценты по займам</i>	4 622	12 000
<i>Долгосрочный долг</i>	31 673	23 558
За вычетом наличных средств и их эквивалентов	11 463	9 768
Чистый долг	24 832	25 790
Чистый долг/LTM EBITDA	2,7	2,6

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 марта 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