



## **ГРУППА КОМПАНИЙ «ОБУВЬ РОССИИ» ОБЪЯВЛЯЕТ ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА IV КВАРТАЛ И ПОЛНЫЙ 2019 ГОД**

**30 января 2020 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 907<sup>1</sup> магазинов в 371 городе России и две производственные площадки, объявляет операционные результаты за четвертый квартал и полный год, завершившийся 31 декабря 2019 года.

### **КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 4-ГО КВАРТАЛА 2019 ГОДА:**

- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы в 4-м квартале увеличился на 22% и составил 4,551 млрд рублей, по сравнению с 3,732 млрд руб. в 4-м квартале 2018 года.
- Общая сопоставимая выручка группы компаний «Обувь России» увеличилась на 0,8%.
- Прирост розничной сети в 4-м квартале составил 10 собственных магазинов сети Westfalika — основного бренда группы компаний «Обувь России».

### **КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 2019 ГОД:**

- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы за 2019 год увеличился на 17,9% — до 13,622 млрд руб. по сравнению с 11,554 млрд руб. в 2018 году.
- Общая сопоставимая выручка группы компаний «Обувь России» увеличилась на 5,2%.
- За 12 месяцев «Обувь России» открыла более 200 магазинов, чистый прирост составил 181 магазин (с учетом релокации и закрытия некоторых торговых точек). В результате на 31.12.2019 года розничная сеть Группы насчитывала 908 магазинов (из них 172 франчайзинговые) в 370 городах России.
- Портфель по услуге рассрочки платежа в 2019 году увеличился на 8,2% по сравнению с 2018 годом — до 3,158 млрд руб., а рост портфеля по денежным займам в 2019 году составил 42,9% по сравнению с 2018 годом — до 2,502 млрд руб.
- Общая торговая площадь собственных магазинов увеличилась на 15% с 53,8 тыс. кв.м в 2018 году до 61,9 тыс. кв.м в 2019 году.
- Число участников программы лояльности, которая действует во всех розничных сетях, входящих в Группу, за 12 месяцев увеличилось на 13,9% — до 2,550 млн, по сравнению с 2,239 млн в 2018 году. 57% покупок в течение отчетного периода совершалось с использованием карт лояльности.

## КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ЧЕТВЕРТОГО КВАРТАЛА 2019 ГОДА:

- АО «Почта России» и ГК «Обувь России» заключили партнерское соглашение, в рамках которого на базе магазинов Группы в ноябре начали открываться пункты выдачи онлайн-заказов логистического оператора. На первом этапе ПВЗ заработают в более 180 торговых точках «Обуви России» по всей стране. Планируемый объем посылок, который будет перенаправлен в ПВЗ Почты России на базе магазинов «Обувь России», составит более 5 тыс. в месяц.
- «Обувь России» анонсировала новую бизнес-модель и формат работы с поставщиками. Группа будет выстраивать работу с партнерами по принципу маркетплейса и предоставит 30-50% торговых площадей более 700 собственных магазинов для товаров сторонних поставщиков. Все взаимодействие с партнерами будет строиться через онлайн-платформу «Продаем». Ассортимент розницы расширится в два раза за счет новых категорий. «Обувь России» благодаря новой бизнес-модели планирует повысить коэффициент конверсии и увеличить выручку действующих торговых точек. Также это позволит компании сгладить сезонность за счет введения дополнительных товарных групп.
- «Обувь России» вышла на площадку Tmall (входит в «AliExpress Россия») с товарами основного бренда Группы — Westfalika. Компания тестирует новый канал сбыта, пока на Tmall представлена преимущественно женская обувь, а также небольшой ассортимент одежды и сопутствующих товаров. С учетом результатов пилотного проекта Группа планирует реализовывать через площадку максимально широкий ассортимент.
- В декабре 2019 года рейтинговое агентство «Эксперт РА» присвоило рейтинг кредитоспособности нефинансовой компании «Обувь России» на уровне ruBBB+. Прогноз по рейтингу — стабильный. Среди факторов, которые оказали положительное влияние на рейтинг, — широкая география сети, высокая маржинальность, высокие показатели абсолютной и текущей ликвидности.

## ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатель	31.12.2019	31.12.2018	Δ, %
<b>Кол-во магазинов ГК «Обувь России»</b>	<b>908</b>	<b>727</b>	<b>24,9%</b>
DOS <sup>2</sup>	736	566	30,0%
Франшиза	172	161	6,8%
<b>Торговая площадь DOS, (тыс. кв.м)</b>	<b>61,9</b>	<b>53,8</b>	<b>15,0%</b>
<b>Число участников программы лояльности, млн чел.</b>	<b>2,550</b>	<b>2,239</b>	<b>13,9%</b>

Показатель	4-й кв. 2019	4-й кв. 2018	Δ, п.п.	12 м. 2019	12 м. 2018	Δ, п.п.
<b>Рост общей сопоставимой выручки<sup>3</sup></b>	<b>0,8%</b>	<b>(10,1%)</b>	<b>10,9п.п.</b>	<b>5,2%</b>	<b>(7,4%)</b>	<b>12,7п.п.</b>

Показатель	4-й кв. 2019	4-й кв. 2018	Δ, п.п.	12 м. 2019	12 м. 2018	Δ, п.п.
Доля продаж сопутствующих товаров в розничной выручке	43,7%	37,4%	6,3п.п.	39,2%	34,9%	4,3п.п.
Интернет - продажи, млрд руб.	0,417	0,396	5,3%	1,014	0,857	18,3%

<sup>2</sup> DOS (Directly operated stores) – магазины под собственным управлением

<sup>3</sup> Рост общей сопоставимой выручки, рост рассчитанный на основе результатов магазинов ГК «Обувь России», которые работали в течение двух полных сопоставимых периодов.

Показатель	4-й кв. 2019	4-й кв. 2018	Δ, %	12 м. 2019	12 м. 2018	Δ, %
Средняя сумма покупки в рассрочку, руб.	9 909	10 808	(8,3%)	8 998	9 251	(2,7%)
Средняя сумма денежного займа, руб.	22 374	18 306	22,2%	19 683	15 710	25,3%
Сумма оформленных договоров в рассрочку, млрд руб.	1,928	1,780	8,3%	5,026	4,440	13,2%
Сумма выданных денежных займов, млрд руб.	1,609	1,024	57,1%	5,377	3,400	58,1%

  

Показатель	31.12.2019	31.12.2018	Δ, %
Размер портфеля по рассрочке, млрд руб.	3,158	2,919	8,2%
Размер портфеля по денежным займам, млрд руб.	2,502	1,751	42,9%

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

В 2019 году мы ускорили темпы роста и увеличили выручку на 17,9% до 13,6 млрд руб. Мы перевыполнили планы по расширению розничной сети и открыли более 200 магазинов, при этом чистый прирост сети составил 181 магазин (с учетом релокации и закрытия некоторых торговых точек). Мы существенно увеличили географию сбыта, вышли в 125 новых городов и значительно усилили позиции в Поволжье, на Урале, в Сибири и на Дальнем Востоке. Таким образом, розничная сеть компании на 31.12.2019 г. насчитывала 908 магазинов (включая 172 франчайзинговых) в 370 городах России.

В прошлом году мы продолжали работать с ассортиментом и расширять новые товарные категории, что позволяет нам поддерживать и наращивать продажи даже в условиях невысокой покупательской активности. Выручка по направлению одежды среднего слоя выросла на 69,5%, ее доля в розничных продажах достигла 4,1%. В 2019 году мы начали продавать мужскую линейку и ассортимент одежды среднего слоя увеличили до 1 000 товарных наименований. Стратегия диверсификации подтверждает свою эффективность: в целом продажи сопутствующих товаров выросли на 15,9%, их доля в розничной выручке составила 39,2% по итогам года.

Сервисное направление является одним из ключевых для компании. Портфель по денежным займам увеличился на 43%, поскольку расширилась клиентская база за счет трафика магазинов, запущенных в 2017-2018 гг. Услуга рассрочки платежа остается популярной у наших покупателей — в 2019 году размер портфеля по рассрочке вырос на 8,2%. При этом мы наблюдали небольшое снижение средней суммы покупки в рассрочку, что связано с действием ограниченного лимита на размер рассрочки в новых магазинах, открытых в 2019 году.

Мы добились значительных результатов по направлению почтовых сервисов в наших магазинах. Мы начали сотрудничать с новыми партнерами, среди которых — лидеры отрасли: в октябре мы подписали соглашение с Почтой России. Всего в 2019 году мы выдали более 400 тыс. посылок, рекордным стал декабрь, когда мы доставили более 100 тыс. онлайн-заказов. Сейчас «Обувь России» сотрудничает с 8 партнерами, на базе наших магазинов открыто более 1 700 пунктов выдачи заказов.

Мы видим, что на fashion-рынке растет популярность онлайн-покупок, поэтому мы также активно развиваем наши интернет-магазины и тестируем новые каналы сбыта. В 2019 году выручка по направлению e-commerce увеличилась на 18,3%. Мы расширяем сотрудничество с маркетплейсами, такими как Wildberries и Lamoda, в конце 2019 года мы вышли на площадку Tmall (входит в «Aliexpress Россия») и представили небольшой ассортимент женской обуви, одежды и аксессуаров. По результатам пилотных продаж будем принимать решение о расширении объемов сотрудничества с новой площадкой.



В 2019 году мы завершили реализацию трехлетней инвестиционной программы, которую мы анонсировали в 2017 году. За два года мы удвоили собственную розничную сеть и вышли в более 220 новых городов. Основной задачей на 2020 год станет повышение эффективности тех торговых точек, которые были открыты в течение двух лет, и рост таких качественных показателей, как выручка с метра квадратного, коэффициент конверсии, сопоставимые продажи, что позволит увеличить выручку и прибыль действующей розничной сети.

Одним из ключевых направлений в 2020 году станет развитие новой бизнес-модели, которую мы анонсировали в ноябре 2019 года. Мы реформатируем наши магазины в омниканальные маркетплейсы (интегрирующие несколько направлений в рамках единой концепции) и значительно расширяем ассортимент за счет новых товарных категорий. На текущий момент мы уже подписали договоры с более 100 поставщиками из таких сегментов, как производство посуды, товаров для дома, косметики и т.д. Пилотные партии новых товаров начали поступать в наши магазины в декабре. Мы видим большой спрос со стороны покупателей и интерес к новому формату, поэтому намерены в 2020 году дальше расширять пул поставщиков и ассортимент наших магазинов.

Модель магазина как маркетплейса — один из важных элементов развития компании. Другие изменения, которые планирует реализовать «Обувь России», будут описаны в новой стратегии на ближайшие 3-5 лет.

#### 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 907<sup>4</sup> магазинами (173 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 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 2018 году выручка составила 11,55 млрд руб., чистая прибыль — 1,33 млрд руб., EBITDA — 2,86 млрд руб.

В декабре 2019 года Рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) присвоило рейтинг кредитоспособности группы компаний «Обувь России» на уровне ruBBB+. Прогноз по рейтингу — стабильный.

Сайт Группы: [www.obuvrus.ru](http://www.obuvrus.ru); интернет-магазины: [www.westfalika.ru](http://www.westfalika.ru), [www.westfalika-home.ru](http://www.westfalika-home.ru), [www.emilia-estra.ru](http://www.emilia-estra.ru), [www.rossita.com](http://www.rossita.com), [www.lisette.me](http://www.lisette.me).



Дополнительная информация:

Контакты для СМИ:

Наталья Паули,

PR-директор.

+7 913 750 81 37

[n.pauli@obuvrus.ru](mailto:n.pauli@obuvrus.ru)

Контакты для инвесторов:

Кирилл Стреблянский,

Директор по рынкам капитала ГК «Обувь России»

+7 383 280 80 21

[k.streblyanskiy@obuvrus.ru](mailto:k.streblyanskiy@obuvrus.ru)

Оговорка:

Данный пресс-релиз может содержать заявления, которые являются или могут считаться «прогноznыми 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.