



**ГРУППА КОМПАНИЙ «ОБУВЬ РОССИИ» ОБЪЯВЛЯЕТ
ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА II КВАРТАЛ И I ПОЛУГОДИЕ 2020 ГОДА**

30 июля 2020 г., Россия, Новосибирск: Компания «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 входят 851¹ магазин в 341 городе России и две производственные площадки, объявляет операционные результаты за второй квартал и первое полугодие, завершившееся 30 июня 2020 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 6 МЕСЯЦЕВ 2020 ГОДА:

- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы в 1-м полугодии 2020 года снизился на 27,4% до 3,892 млрд руб. по сравнению с 5,358 млрд руб. в 1-м полугодии 2019 года.
- Общая сопоставимая выручка (like-for-like)² группы компаний «Обувь России» увеличилась на 0,2%.
- Портфель по услуге рассрочки платежа в 1-м полугодии 2020 снизился на 7,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — до 2,196 млрд руб., рост портфеля по денежным займам в 1-м полугодии 2020 года составил 23,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — до 2,529 млрд руб.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 2-ГО КВАРТАЛА 2020 ГОДА:

- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы во 2-м квартале 2020 года снизился на 56% в связи с карантинными мерами — до 1,238 млрд руб. по сравнению с 2,814 млрд руб. во 2-м квартале 2019 года.
- Общая сопоставимая выручка (like-for-like)² группы компаний «Обувь России» увеличилась на 0,1%.
- Число участников программы лояльности, которая действует во всех розничных сетях, входящих в Группу, за 12 месяцев увеличилось на 13,3% — до 2,684 млн участников по сравнению с 2,369 млн участников в 2-м квартале 2019 года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ВТОРОГО КВАРТАЛА 2020 ГОДА:

- В апреле «Обувь России» и маркетплейс «Беру» подписали договор о сотрудничестве. В рамках пилотного проекта ритейлер поставляет на маркетплейс сопутствующие товары 50 разновидностей, среди которых сумки, палантины, кошельки и ремни. В дальнейшем Группа планирует увеличить количество товаров и товарных категорий, представленных на площадке.
- В апреле Минпромторг России опубликовал первый вариант перечня системообразующих предприятий, в который вошли 246 компаний из 15 отраслей. Группа компаний «Обувь России» вошла в список системообразующих организаций в сфере производства одежды и обуви.
- Почта России стала основным логистическим оператором онлайн-маркетплейса «Обуви России», который в тестовом режиме заработал с марта 2020 года. В рамках пилотного проекта 30 магазинов, которые располагаются в Сибирском регионе, были оборудованы специальными рабочими зонами с компьютером и выходом в интернет, что позволяет оформлять онлайн-заказы сразу на месте. Почта России доставляет онлайн-заказы в торговые точки с регионального склада ритейлера.

¹ По состоянию на 30.07.2020

² Рост общей сопоставимой выручки, рост рассчитанный на основе результатов магазинов ГК «Обувь России», которые работали в течение двух полных сравниваемых периодов. При расчете показателя за 2-й кв. 6 м. 2020 были исключены данные по торговой выручке за апрель 2020 / апрель 2019, так как в апреле 2020 года в связи с карантинными мерами магазины ГК Обувь России не функционировали.

- На конец июня большая часть магазинов компании, которые преимущественно развиваются в стрит-формате, уже функционировала в нормальном режиме, а это более 800 торговых точек в более 300 городах. Не работали только 20 магазинов, расположенных в торговых центрах, которые все еще закрыты в ряде регионов.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатель	30/06/2020	30/06/2019	Δ, %
Кол-во магазинов ГК "Обувь России"	859	837	2,6%
DOS ³	684	671	1,9%
Франшиза	175	166	5,4%
Торговая площадь DOS, (тыс. кв.м.)	57,9	58,6	(1,2%)
Число участников программы лояльности, млн чел.	2,684	2,369	13,3%

Показатель	2-й кв. 2020	2-й кв. 2019	Δ, п.п.	6 м. 2020	6 м. 2019	Δ, п.п.
Рост общей сопоставимой выручки⁴	0,1%	9,3%	(9,2п.п.)	0,2%	7,7%	(7,5п.п.)

Показатель	2-й кв. 2020	2-й кв. 2019	Δ, п.п.	6 м. 2020	6 м. 2019	Δ, п.п.
Доля продаж сопутствующих товаров в розничной выручке	36,6%	31,9%	4,7п.п.	40,1%	35,3%	4,8п.п.
Интернет - продажи, млрд руб.	0,078	0,186	(57,7%)	0,301	0,382	(21,2%)
Доля в розничной выручке, %	13,1%	14,3%	(1,2п.п.)	16,0%	14,1%	1,8п.п.

Показатель	2-й кв. 2020	2-й кв. 2019	Δ, %	6 м. 2020	6 м. 2019	Δ, %
Средняя сумма покупки в рассрочку, руб.	5 823	7 459	(21,9%)	7 095	8 214	(13,6%)
Средняя сумма денежного займа, руб.	23 217	18 448	25,9%	22 459	17 942	25,2%
Сумма оформленных договоров в рассрочку, млрд руб.	0,343	0,865	(60,3%)	1,275	1,894	(32,7%)
Сумма выданных денежных займов, млрд руб.	0,734	1,282	(42,7%)	2,317	2,272	2,0%

Показатель	30.06.2020	30.06.2019	Δ, %
Размер портфеля по рассрочке, млрд руб.	2,196	2,365	(7,1%)
Размер портфеля по денежным займам, млрд руб.	2,529	2,053	23,2%

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

Новая стратегия, которую мы начали реализовывать с конца 2019 года и которая включает в себя работу с поставщиками по модели маркетплейса, диверсификацию ассортимента и переформатирование магазинов в мини-универмаги, подтвердила свою эффективность. Со снятием ограничительных мер наши магазины уже в июне вышли на докризисные показатели по сопоставимым продажам. Трафик восстановился на 80%, однако благодаря новой концепции магазина выросла конверсия в покупку, за счет чего увеличился товарооборот.

³ DOS (Directly operated stores) – магазины под собственным управлением

⁴ Рост общей сопоставимой выручки, рост рассчитанный на основе результатов магазинов ГК «Обувь России», которые работали в течение двух полных сопоставимых периодов. При расчете показателя за 2-й кв. 6 м. 2020 были исключены данные по торговой выручке за апрель 2020/апрель 2019, так как в апреле 2020 года в связи с карантинными мерами магазины ГК Обувь России не функционировали.



Тот факт, что компания широко представлена в малых городах и преимущественно развивает сеть в стрит-формате, также позволил группе с меньшими потерями пережить период действия ограничительных мер. Отдельно стоящие магазины раньше возобновили работу, трафик в них восстанавливается быстрее, чем в торговых центрах, которые в ряде регионов так и не открылись либо работают в неполном объеме. Кроме того, при такой географии продаж у компании существенно ниже затраты на аренду, а условия договоров более гибкие, что сформировало значительный запас финансовой прочности.

Мы продолжаем развивать платформу для поставщиков «Продаем». В первом полугодии привлекли более 500 новых партнеров из таких сегментов, как товары для дома, посуда для приготовления, игрушки, детские товары, декоративная косметика, мелкая бытовая техника, книги и др. В результате доля не обувных товаров в розничной выручке увеличилась до 40,1%. В целом оборот платформы за 6 месяцев 2020 года составил более 2 млрд рублей.

Онлайн-продажи остаются одним из приоритетных направлений для компании: в первом полугодии их доля в розничной выручке составила 16%. Мы продолжаем развивать собственный онлайн-маркетплейс, основным оператором которого стала Почта России. Мы также расширяем сотрудничество с другими онлайн-площадками: в апреле начали работать с маркетплейсом «Беру». Кроме того, компания изучает варианты работы с зарубежными платформами, рассматривает возможность представить на них весь ассортимент собственных торговых марок.

Рассрочка на покупку является для нашей компании основной технологией продаж, которая позволяет поддерживать спрос на наши товары. Мы подключаем к сервису рассрочки и наших партнеров, с которыми сотрудничаем в рамках платформы «Продаем». Доля рассрочки в розничных продажах растет (по итогам первого полугодия составила 57%), что связано со снижением реальных располагаемых доходов населения и изменением потребительского поведения, когда люди начинают экономить на покупках. Следуя последним тенденциям, мы в этом году внедряем цифровые сервисы для улучшения качества дистанционного обслуживания клиентов: во втором полугодии заработает личный кабинет и механизм простой электронной подписи для договоров рассрочки.

Выдача денежных займов также является важным направлением для компании. В период ограниченного функционирования магазинов мы продолжали принимать платежи и оформлять займы дистанционно. Несколько изменилась аудитория клиентов по займам: увеличилась доля женщин-пенсионеров. Сейчас почти треть клиентов по займам — это люди пенсионного возраста, что является положительным моментом, поскольку это надежная аудитория, которую отличает высокая финансовая дисциплина. В первом полугодии увеличилось число обращений повторных клиентов, что привело к росту средней суммы займа на 25% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года.

Экономический кризис, спровоцированный пандемией коронавируса, окажет существенное влияние на развитие большинства секторов бизнеса. Однако стратегия компании, в рамках которой мы уходим от концепции классического fashion-ритейла, двигаясь в сторону формата универсального магазина, делаем ставку на диверсификацию товаров и услуг, рассрочку как основную технологию продаж и развитие онлайн-направления, дает возможность сгладить негативный эффект от экономического спада, быстрее выйти на докризисные показатели и возобновить рост бизнеса.



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 851⁵ магазином (175 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 декабре 2019 года Рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) присвоило рейтинг кредитоспособности группы компаний «Обувь России» на уровне ruBBB+. Прогноз по рейтингу — стабильный.

В соответствии с аудированными финансовыми результатами Группы по МСФО, в 2019 году выручка составила 13,7 млрд руб., чистая прибыль — 1,7 млрд руб., EBITDA — 3,6 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,
Директор 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.