



**ГРУППА КОМПАНИЙ «ОБУВЬ РОССИИ» ОБЪЯВЛЯЕТ
АУДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2019 ГОД**

30 марта 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 903¹ магазина в 367 городах России и две производственные площадки, объявляет аудированные финансовые результаты по МСФО (IFRS) за четвертый квартал и полный год, завершившееся 31 декабря 2019 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 4-ГО КВАРТАЛА 2019 ГОДА:

- Объем консолидированной аудированной выручки Группы в 4-м квартале 2019 года увеличился на 23,2% и составил 4,596 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%.
- Валовая прибыль выросла на 12,8% — до 2,633 млрд руб., по сравнению с 2,333 млрд руб. в 4-м квартале 2018 года. Рентабельность валовой прибыли за 4 квартал 2019 года составила 57,3%.
- Показатель EBITDA² увеличился на 48,6% и составил 1,558 млрд руб., по сравнению с 1,049 млрд руб. в 4-м квартале 2018 года. Рентабельность EBITDA за 4 квартал 2019 года — 33,9%.
- Чистая прибыль увеличилась на 82,8% — до 0,934 млрд руб., по сравнению с 0,511 млрд руб. 4-м квартале 2018 года. Рентабельность чистой прибыли — 20,3%.

КЛЮЧЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 2019 ГОД:

- Объем консолидированной аудированной выручки Группы в 2019 года увеличился на 18,6% до 13,702 млрд руб. по сравнению с 11,554 млрд руб. в 2018 году.
- Общая сопоставимая выручка группы компаний «Обувь России» увеличилась на 5,2%.
- Валовая прибыль выросла на 11,4% — до 7,562 млрд руб., по сравнению с 6,789 млрд руб. в 2018 году. Рентабельность валовой прибыли в 2019 году составила 55,2%.
- Показатель EBITDA увеличился на 25,5% и составил 3,583 млрд руб., по сравнению с 2,855 млрд руб. в 2018 году. Рентабельность по EBITDA в 2019 году составила 26,1%.
- Чистая прибыль увеличилась на 26,7% — до 1,687 млрд руб., по сравнению с 1,332 млрд руб. в 2018 году. Рентабельность по чистой прибыли в 2019 году составила 12,3%.
- Показатель чистый долг/EBITDA увеличился до 3,3х, по сравнению с 2,9х в 2018 году.

¹ По состоянию на 30.03.2020

² EBITDA = Прибыль (убыток) до налогообложения + (Проценты к уплате - Проценты к получению + Амортизация основных средств и нематериальных активов).

ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ И ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА IV КВАРТАЛ И 2019 ГОД

Операционные показатели

Показатель	31.12.2019	31.12.2018	Δ, %
Кол-во магазинов ГК "Обувь России"	908	727	24,9%
DOS ³	736	566	30,0%
Франшиза	172	161	6,8%
Торговая площадь DOS, тыс. кв.м.	61,9	53,8	15,0%
Число участников программы лояльности, млн чел.	2,550	2,239	13,9%

Показатель	4-й кв. 2019	4-й кв. 2018	Δ, п.п.	12 м. 2019	12 м. 2018	Δ, п.п.
Рост общей сопоставимой выручки⁴	0,8%	(10,1%)	10,9п.п.	5,2%	(7,4%)	12,7п.п.

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%

Финансовые показатели

Миллиардов российских рублей	4-й кв. 2019	4-й кв. 2018	Δ, %	12 м. 2019	12 м. 2018	Δ, %
Выручка	4,596	3,732	23,2%	13,702	11,554	18,6%
от розничной реализации товаров	2,541	2,577	(1,4%)	6,872	6,660	3,2%
от оптовой реализации товаров	1,425	0,741	92,2%	4,703	3,381	39,1%
от деятельности по выдаче денежных займов	0,630	0,414	52,3%	2,128	1,514	40,5%
Валовая прибыль	2,633	2,333	12,8%	7,562	6,789	11,4%
<i>Валовая маржа, %</i>	<i>57,3%</i>	<i>62,5%</i>	<i>(5,2п.п.)</i>	<i>55,2%</i>	<i>58,8%</i>	<i>(3,6п.п.)</i>
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	(1,053)	(0,995)	5,9%	(3,845)	(3,626)	6,0%
<i>% от выручки</i>	<i>22,9%</i>	<i>26,7%</i>	<i>(3,7п.п.)</i>	<i>28,1%</i>	<i>31,4%</i>	<i>(3,3п.п.)</i>
Расходы по созданию оценочного резерва по ожидаемым кредитным убыткам	(0,129)	(0,161)	(19,9%)	(0,496)	(0,420)	18,2%
EBITDA	1,558	1,049	48,6%	3,583	2,855	25,5%
<i>EBITDA маржа, %</i>	<i>33,9%</i>	<i>28,1%</i>	<i>5,8п.п.</i>	<i>26,1%</i>	<i>24,7%</i>	<i>1,4п.п.</i>

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.

Прибыль за период	0,934	0,511	82,8%	1,687	1,332	26,7%
<i>Маржа прибыли за период, %</i>	<i>20,3%</i>	<i>13,7%</i>	<i>6,6п.п.</i>	<i>12,3%</i>	<i>11,5%</i>	<i>0,8п.п.</i>
Чистый долг	11,702	8,392	39,4%	11,702	8,392	39,4%
<i>Чистый долг/ЕБИТДА</i>	<i>3,27</i>	<i>2,94</i>	<i>0,33</i>	<i>3,27</i>	<i>2,94</i>	<i>0,33</i>

Показатель	4-й кв. 2019	4-й кв. 2018	Δ, п.п.	2019	2018	Δ, п.п.
Средняя ставка комиссии по рассрочке, %	0,9%	0,9%	-	0,8%	1,5%	(0,7п.п.)
Средняя ставка по денежным займам, %	177,9%	193,2%	(15,3п.п.)	187,9%	205,0%	(17,1п.п.)

Показатель	31.12.2019	31.12.2018	Δ, %
Начисление резерва по основному долгу по рассрочке за период, млн руб.	158,692	132,538	19,7%
Начисление резерва по основному долгу по денежным займам за период, млн руб.	192,024	130,001	47,7%
Cost of risk по рассрочке ⁵ , %	3,2%	3,0%	0,2п.п.
Cost of risk по денежным займам ⁶ , %	3,6%	3,8%	(0,2п.п.)

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

В 2019 году мы укрепили лидерские позиции на российском рынке: открыли более 200 магазинов (чистый прирост розничной сети составил 181 магазин с учетом релокации и закрытия некоторых торговых точек) и вышли в 125 новых городов. Мы ускорили темпы роста и увеличили выручку на 18,6% до 13,7 млрд рублей.

Мы работали над повышением эффективности бизнес-процессов и продемонстрировали высокие показатели прибыльности: ЕБИТДА выросла на 25,5% и составила 3,583 млрд руб., рентабельность по ЕБИТДА в 2019 году — 26,1%. Чистая прибыль в 2019 году увеличилась на 26,7% — до 1,687 млрд руб. Это стало возможным благодаря тому, что у нас уникальная бизнес-модель, которая включает диверсификацию ассортимента и услуг, интеграцию в инфраструктуру онлайн-торговли, развитие финансовых сервисов. Повышение прибыльности и рентабельности бизнеса останутся для нас приоритетными задачами на ближайшее будущее.

Важно отметить, что в 2019 году мы завершили реализацию трехлетней инвестиционной программы, которую мы анонсировали в 2017 году. Мы выполнили все заявленные планы: за два года удвоили собственную розничную сеть и вышли в более 220 новых городов. Основная задача, которая стоит перед нами в 2020 году, — выход на плановую производительность торговых точек, открытых в предыдущие два года. Выручка и прибыль розничной сети будет увеличиваться за счет роста таких качественных показателей, как выручка с метра квадратного, коэффициент конверсии и сопоставимые продажи.

Мы постепенно переходим в формат универсального магазина, развиваем ассортимент обуви, включая линейки как классической обуви, так и обуви стиля casual, кроссовок; предлагаем коллекции женской и мужской одежды, а также выходим в новые сегменты. Это позволяет нам увеличить емкость рынка и повысить продажи на имеющихся торговых площадях. В 2019 году продажи сопутствующих товаров в наших магазинах увеличились на 15,9%, их доля в розничной выручке достигла 39,2%. В этом году планируем нарастить долю такого ассортимента до 50%.

⁵ Cost of risk по рассрочке = Дончисление резерва по рассрочке по основному долгу за период / Выдачи за период.

⁶ Cost of risk по денежным займам = Дончисление резерва по денежным займам по основному долгу за период / Выдачи за период.



Чтобы добиться повышения основных бизнес-показателей компании, мы приняли решение усовершенствовать бизнес-модель. В условиях стремительного роста онлайн-торговли и изменения покупательского поведения мы видим большие перспективы в интеграции офлайн-розницы и онлайн-каналов продаж. В ноябре 2019 года мы анонсировали новый подход: мы начали работать с поставщиками по модели маркетплейса и отдали до 50% торговых площадей под товары партнерских брендов. Для взаимодействия с поставщиками мы запустили онлайн-платформу «Продаем». Таким образом, мы реформатируем наши магазины в омниканальные маркетплейсы (интегрирующие несколько направлений в рамках единой концепции). За три месяца работы оборот платформы превысил 1 млрд рублей. Мы подписали договоры с более 300 поставщиками из таких сегментов, как посуда, товары для дома, косметика, мелкая бытовая техника, женская одежда и т.д. Мы видим, что обновленный формат востребован у наших покупателей, поэтому в 2020 году будем дальше развивать этот формат наших магазинов.

Наша задача в среднесрочной перспективе — трансформировать бизнес в онлайн, при этом интегрировать нашу розничную сеть в инфраструктуру онлайн-торговли. Основной точкой продаж для нас станет онлайн-площадка www.westfalika.ru, а офлайн-магазины будут выполнять роль сервисных точек (пунктов выдачи заказов и центров по предоставлению финансовых сервисов). Сейчас мы разрабатываем новую стратегию развития компании на 3-5 лет, которую представим в ближайшее время. Однако отдельные элементы стратегии мы уже внедряем в компании — это онлайн-платформа для поставщиков, сеть партнерских пунктов выдачи заказов, маркетплейс, перевод финансовых сервисов в онлайн-формат.

Мы успешно реализуем стратегию по интеграции в инфраструктуру российского рынка e-commerce. На текущий момент на базе наших магазинов работает около 2 000 партнерских пунктов выдачи заказов, мы сотрудничаем с восемью партнерами, среди которых PickPoint, DPD, Почта России, Сберлогистика, OZON. В 2020 году мы планируем в четыре раза увеличить число доставленных посылок через ПВЗ — с 400 тыс. до 1,6 млн. Также мы намерены подключить к проекту всех крупных логистических операторов, предоставляющих клиентам услугу «последняя миля» посредством ПВЗ.

Одно из приоритетных направлений на ближайшее будущее — развитие онлайн-продаж, доля которых в розничной выручке по итогам 2019 года составила 14,8%. Мы увеличиваем объем сотрудничества со сторонними онлайн-площадками, такими как Wildberries, Lamoda, Tmall. В марте 2020 года мы в тестовом режиме запустили онлайн-маркетплейс на базе интернет-магазина своего основного бренда westfalika.ru. В нем для заказа будет доступен ассортимент, которого нет в розничной сети. Для реализации проекта в 30 магазинах в Сибирских городах налажены продажи с экрана в магазине: покупатель может сразу на месте выбрать что-то из ассортимента онлайн-маркетплейса и заказать доставку в магазин или по любому другому адресу. Данный проект позволит Группе повысить выручку розницы на более чем 30% в ближайшие два года без увеличения торговых площадей, а также расширить аудиторию онлайн-покупателей за счет жителей небольших городов и потребителей более старшего возраста, у которых еще нет большого опыта онлайн-покупок.

Мы будем дальше усиливать сервисное направление нашей компании, поскольку оно вносит существенный вклад в рост ключевых показателей. Так, выручка от направления денежных займов в 2019 году увеличилась на 40%. Это стало возможным благодаря тому, что те магазины, которые мы открыли в 2018-2019 гг., успешно подключились к проекту выдачи денежных займов и сформировали аудиторию постоянных клиентов. В этом году мы будем внедрять цифровые технологии для управления финансовыми сервисами: планируем реализовать личный кабинет клиента, запустить механизм простой электронной подписи для оформления договоров рассрочки и др. Все это позволит нам в дальнейшем развивать финансовые услуги и в онлайн-формате.



Мы мониторим текущую ситуацию, связанную с противодействием распространению коронавирусной инфекции, отслеживаем все изменения и оперативно на них реагируем. Мы полностью поддерживаем правительство с точки зрения предпринимаемых мер. Диверсифицированная бизнес-модель позволяет нам адаптироваться к текущим изменениям, чтобы сгладить возможный негативный эффект. Мы уверены, что ситуация с вирусом носит временный характер. Как только проблемы будут решены, мы готовы войти в нормальный режим работы и реализовывать новые проекты. С учетом тех изменений, которые сейчас происходят на рынке, развитие онлайн-торговли и онлайн-сервисов, которым мы отдаем приоритет, будет особенно актуальным в новых условиях.

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 903⁷ магазинами (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.