

ГРУППА КОМПАНИЙ «ОБУВЬ РОССИИ» ОБЪЯВЛЯЕТ ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА I КВАРТАЛ 2019 ГОДА

5 апреля 2019 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 входит 758¹ магазинов в 271 городе России и две производственные площадки, объявляет операционные результаты за первый квартал, завершившийся 31 марта 2019 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 1-ГО КВАРТАЛА 2019 ГОДА:

- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы в 1-м квартале 2019 года увеличился на 12,2% и составил 2,536 млрд рублей, по сравнению с 2,260 млрд руб. в 1-м квартале 2018 года.
- Сопоставимые продажи группы компаний «Обувь России» увеличились на 2,1%:
 - сопоставимый рост числа чеков составил 0,3%;
 - сопоставимый размер среднего чека увеличился на 1,8%.
- В 1-м квартале 2019 года было открыто 42 собственных магазина, закрыто 19 по программе релокации, прирост розничной сети составил 23 магазина. Общее количество торговых точек на 31.03.2019г. составило 756 магазинов, из них 167 — франчайзинговые.
- Общая торговая площадь собственных магазинов увеличилась на 23,8% с 43,9 тыс. кв. м в 1-м квартале 2018 года до 54,3 тыс. кв. м в 1-м квартале 2019 года.
- Число участников программы лояльности, которая действует во всех розничных сетях, входящих в Группу, за 12 месяцев увеличилось на 13,8% – до 2,295 млн участников по сравнению с 2,017 млн участников в 1-м квартале 2018 года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ПЕРВОГО КВАРТАЛА 2019 ГОДА:

- В магазинах «Обуви России» заработали пункты выдачи внешних онлайн-заказов компании DPD — крупнейшего коммерческого оператора экспресс-доставки РФ. DPD стал вторым партнером Группы, наряду с Pick Point, в рамках проекта, цель которого — интегрироваться в логистическую инфраструктуру российского рынка интернет-торговли.
- «Обувь России» расширяет географию сбыта для бренда обуви S-TEP, которую производит на собственной фабрике в Новосибирске, и изучает перспективы рынков Центральной Азии. Для решения этой задачи компании впервые участвовала в крупнейших отраслевых выставках по направлению casual и outdoor в России и Казахстане.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатель	31.03.2019	31.03.2018	Δ, %
Кол-во магазинов ГК "Обувь России"	756	569	32.9%
DOS ²	589	456	29.2%
Франшиза	167	113	47.8%
Торговая площадь DOS, тыс. кв.м.	54.3	43.9	23.8%
Число участников программы лояльности, млн чел.	2,295	2,017	13.8%

Показатель	1-й кв. 2019	1-й кв. 2018	Δ, п.п.
Like-for-Like³			
Рост сопоставимых продаж	2,1%	(10,9%)	13.0п.п.
рост кол-ва чеков	0,3%	(12,9%)	13.3п.п.
рост среднего чека	1,8%	2,4%	(0,6п.п.)
Like-for-Like денежных займов	26,3%	(12,1%)	38,4п.п.

Показатель	1-й кв. 2019	1-й кв. 2018	Δ, п.п.
Доля продаж сопутствующих товаров в розничной выручке	38,2%	33,4%	4,8п.п.
Интернет – продажи, млрд руб.	0,196	0,138	42,3%
Доля в розничной выручке, %	14,0%	11,1%	2,9п.п.

Показатель	1-й кв. 2019	1-й кв. 2018	Δ, %
Средняя сумма покупки в рассрочку, руб.	8 978	8 416	6,7%
Средняя сумма денежного займа, руб.	17 326	14 000	23,8%

Показатель	31.03.2019	31.03.2018	Δ, %
Размер портфеля по рассрочке, млрд руб.	2,795	2,770	0,9%
Размер портфеля по денежным займам, млрд руб.	1,869	1,465	27,5%
Сумма оформленных договоров в рассрочку, млрд руб.	1,030	0,831	23,9%
Сумма выданных денежных займов, млрд руб.	0,990	0,724	36,7%

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 двух полных сравниваемых периодов.



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

Первый квартал 2019 года был достаточно успешным для компании: выручка выросла на 12,2% и составила 2,536 млрд рублей. За первые три месяца мы открыли 42 собственных магазина в 38 городах России. Преимущественно запускали торговые точки в малых городах на Урале, в Сибири и на Дальнем Востоке.

Диверсификация ассортимента и дополнительные сервисы позволяют компании повышать комплексность покупок, что дает положительные результаты. Так, в первом квартале сопоставимые продажи «Обуви России» увеличились на 2,1%, также вырос средний чек на 1,8%. Мы дальше расширяли ассортимент одежды, дополнили его платьями, блузами и рубашками. Сейчас коллекции одежды в наших магазинах уже насчитывают 200 SKU, доля одежды в розничной выручке в первом квартале достигла 20%, доля сопутствующих товаров — 38%.

Мы добились высоких результатов по проекту пунктов выдачи внешних онлайн-заказов. Сейчас мы сотрудничаем с крупнейшими операторами логистического рынка России — компаниями DPD и PickPoint, на конец марта к проекту было подключено 340 торговых точек, за первые три месяца 2019 года в наших магазинах было получено 45 тыс. посылок. Благодаря реализации проекта трафик магазинов увеличился на 2,4%, конверсия в покупки тех клиентов, которые приходят за получением внешних онлайн-заказов, составила 5%.

Мы видим большие перспективы по развитию сети в малых городах и небольших населенных пунктах, поэтому продолжим их активно осваивать в 2019 году. Это дает нам возможность увеличить емкость рынка, открывать большее число магазинов, быстрее их выводить на окупаемость, расширять географию продаж и усиливать присутствие в регионах.

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 758⁴ магазинами (167 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 сентябре 2018 года Рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) подтвердило рейтинг кредитоспособности группы компаний «Обувь России» на уровне ruBBB+. Прогноз по рейтингу — стабильный.

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.

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.