

## Группа «О'КЕЙ» объявляет финансовые результаты за 1-ое полугодие 2016 года

O'KEY Group S.A. (LSE: OKEY, "Группа"), одна из крупнейших российских розничных сетей по торговле продуктами питания, сегодня объявляет финансовые результаты на основании сокращенной консолидированной промежуточной финансовой отчетности за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2016 года, проверенной аудиторами. Все материалы, публикуемые Компанией, доступны на ее веб-сайте по адресу [www.okeyinvestors.ru](http://www.okeyinvestors.ru).

### Основные показатели 1-го полугодия 2016 года:

- Общая выручка выросла на 10,3% год к году с 75 885 млн рублей до 83 672 млн рублей
- Выручка бизнес-сегмента гипермаркетов и супермаркетов выросла на 7,3% год к году до 81 416 млн рублей
- Выручка бизнес-сегмента дискаунтеров составила 2 285 млн рублей
- Валовая прибыль увеличилась на 3,2% год к году с 18 084 млн рублей до 18 667 млн рублей, при этом валовая маржа снизилась на 150 б.п. до 22,3%
- Показатель EBITDA Группы снизился на 29,1% год к году с 4 702 млн рублей до 3 336 млн рублей, при этом маржа EBITDA снизилась с 6,2% до 4,0%
- Показатель EBITDA бизнес-сегмента гипермаркетов и супермаркетов снизился на 11,3% год к году с 5 161 млн рублей до 4 577 млн рублей, при этом маржа EBITDA снизилась с 6,8% до 5,6%
- Показатель EBITDA сегмента дискаунтеров был негативным и составил 1 241 млн рублей (по сравнению с негативным показателем в 459 млн рублей в 1 полугодии 2015 года) в связи с тем, что сеть дискаунтеров начала работу в сентябре 2015 года и на конец первого полугодия 2016 года включала 48 магазинов и собственный склад в Московской области площадью 59,000 кв. м.
- Чистый убыток Группы составил 786 млн рублей.

### Ключевые события 1-го полугодия 2016 года

- В 1 полугодии 2016 года был открыт один гипермаркет (один закрыт), один супермаркет (закрыто четыре) и 14 дискаунтеров (один закрыт)
- В апреле 2016 года Группа разместила на Московской бирже рублевые биржевые облигации на 5,0 млрд рублей со ставкой купона в 11,70%
- В апреле 2016 года Группа выкупила на 4,8 млрд рублей облигаций 05 серии (общий размер выпуска 5,0 млрд рублей)
- Группа оптимизировала долговой портфель и снизила средневзвешенную ставку с 11,87% на конец 2015 года до 10,71% на конец 1-го полугодия 2016 года.

### Генеральный директор ГК «О'КЕЙ» Хейго Кера отметил:

«В первом полугодии 2016 года мы увеличили выручку Группы в годовом исчислении на 10,3%, преодолев негативные тенденции прошлых периодов в бизнес-сегменте гипермаркетов и супермаркетов и активно развивая старт-ап продуктовых дискаунтеров под брендом "ДА!". Наша

бизнес-модель городских гипермаркетов, предлагающих широкий и разнообразный ассортимент для всей семьи, оптимальное соотношение цены/качества, приятную атмосферу покупок и высокое качество обслуживания, подтвердила свою устойчивость даже в условиях падения располагаемых доходов населения, ужесточения конкуренции и изменения регуляторной среды. Те изменения в отношении ассортиментной матрицы, структуры продаж, ценообразования, собственных торговых марок, которые моя команда начала осуществлять в мае прошлого года, обеспечили восстановление трафика, усилив наши конкурентные позиции на рынке. Однако поддержание конкурентного уровня цен и усиление интенсивности промо-кампаний в сочетании с влиянием развивающегося формата дискаунтеров привели к снижению валовой маржи Группы до 22,3%.

По итогам первого полугодия мы также показали снижение рентабельности EBITDA Группы с 6,2% до 4,0%, а в бизнес-сегменте гипермаркетов и супермаркетов с 6,8% до 5,6%. На показатели Группы продолжает оказывать влияние развертывание сети дискаунтеров. В то же время результаты бизнес-сегмента гипермаркетов и супермаркетов оказались под давлением из-за падения валовой маржи и увеличения расходов на персонал, необходимого чтобы компенсировать некоторое снижение традиционно высоких стандартов качества обслуживания в результате агрессивного сокращения персонала, которое было проведено в начале 2015 года.

Уровень маржи EBITDA, показанный в первом полугодии, не в полной мере отражает возможности Группы по контролю за расходами. Убежден, что проекты, которые мы реализуем сегодня, – от комплексной программы сокращения расходов на персонал, основанной на повышении эффективности бизнес-процессов, до усиления работы коммерческого департамента, повышения уровня централизации логистики и трансформации ИТ-инфраструктуры – позволят по итогам финансового года достичь маржи EBITDA в сегменте гипермаркетов и супермаркетов на уровне 6.5% - 7.0% при ожидаемых темпах роста выручки сегмента гипермаркетов и супермаркетов на уровне 5-8%. Что касается среднесрочной перспективы, сейчас мы готовим стратегию, в рамках которой мы определим стратегические инициативы, которые позволят в течение трех лет значительно повысить рентабельность бизнеса».

**Директор ГК «О'КЕЙ» по стратегии, M&A и рынкам капитала Антон Фарленков прокомментировал:**

«Мы на финальном этапе разработки стратегии для бизнеса гипермаркетов и супермаркетов на ближайшие три года. Мы понимаем наши сильные и слабые стороны и ищем пути решения проблем, с которыми мы столкнулись. На наших площадях мы можем и должны генерировать больше продаж и EBITDA на квадратный метр. Мы уверены, что наша стратегия поможет использовать этот потенциал. Через два-три месяца мы будем готовы рассказать инвестиционному сообществу о той дорожной карте, которой мы будем придерживаться в следующие три года в формате гипермаркетов и супермаркетов, и тех инициативах, которые приведут к более высокой рентабельности нашего бизнеса, более высокому возврату на капитал и росту прибыли».

**Генеральный директор формата «дискаунтер» Армин Бургер добавил:**

«В 1-м полугодии мы продолжили развитие сети дискаунтеров, открыв 13 магазинов в Москве и соседних регионах. Мы активно работали над улучшением ассортимента магазинов, расширяли линейки торговых марок во всех категориях, искали способы сделать организацию торгового зала более эффективной. В целом по сети мы видим стабильный рост трафика: формат классического дискаунтера находит свою целевую аудиторию, рациональных покупателей, ориентированных на лучшее соотношение цены и качества, которое мы предлагаем в наших магазинах».

## Финансовые результаты

### Отчет о прибыли и убытках

Млн руб.	1-е полугодие 2016	1-е полугодие 2015	Изменение год к году
Общая выручка Группы	83 672	75 885	10,3%
Выручка сегмента гипермаркетов и супермаркетов	81 416	75 885	7,3%
Выручка сегмента дискаунтеров	2 256	N/A	N/A
Валовая прибыль	18 667	18 084	3,2%
<i>Валовая маржа</i>	<i>22,3%</i>	<i>23,8%</i>	<i>-150 б.п.</i>
Коммерческие, общие и административные расходы	(17 753)	(15 224)	16,6%
<i>Коммерческие, общие и админ. расходы как % от выручки</i>	<i>21,2%</i>	<i>20,1%</i>	<i>110 б.п.</i>
EBITDA Группы	3 336	4 702	-29,1%
<i>Рентабельность EBITDA</i>	<i>4,0%</i>	<i>6,2%</i>	<i>-220 б.п.</i>
EBITDA сегмента гипермаркетов и супермаркетов	4 577	5 161	-11,3%
<i>Рентабельность EBITDA сегмента гипермаркетов и супермаркетов</i>	<i>5,6%</i>	<i>6,8%</i>	<i>-120 б.п.</i>
EBITDA сегмента дискаунтеров	(1 241)	(459)	N/A
Чистая прибыль/убыток	(786)	621	N/A

### Выручка

В 1-м полугодии 2016 года общая выручка выросла на 10,3% до 83 672 млн рублей под влиянием роста LFL трафика и среднего чека в основном бизнес-сегменте Группы, открытия новых магазинов (был открыт один гипермаркет и один супермаркет, при этом Группа закрыла один гипермаркет и четыре супермаркета в рамках курса на повышение эффективности бизнеса), а также растущего вклада сети дискаунтеров (за период было открыто 14 магазинов и один закрыт).

Общая торговая площадь год к году увеличилась на 6,4% до 602 208 м<sup>2</sup>, при этом торговая площадь гипермаркетов выросла на 1,7% до 521 068 м<sup>2</sup>, торговая площадь супермаркетов снизилась на 9,9% до 48 457 м<sup>2</sup>, а торговая площадь дискаунтеров составила 32 683 м<sup>2</sup>.

Выручка LFL год к году выросла на 5,5%, при этом трафик LFL увеличился на 4,5%, а средний чек LFL вырос на 1,0% благодаря работе Группы над улучшением ассортимента, изменением структуры продаж и созданием более привлекательного ценностного предложения.

Изменение год к году	1 полугодие 2016 года			1 полугодие 2015 года		
	Чистая торговая выручка	Трафик	Средний чек	Чистая торговая выручка	Трафик	Средний чек
Группа	10,0%	12,8%	-2,3%	4,4%	3,4%	0,9%
Группа LFL	5,5%	4,5%	1,0%	-1,7%	-3,6%	2,0%
Группа без дискаунтеров	7,1%	5,8%	1,2%	4,4%	3,4%	0,9%

#### Себестоимость реализованной продукции и валовая прибыль

Млн руб.	1 пол. 2016 года	% от выручки	1 пол. 2015 года	% от выручки	Изменение, б.п.
<b>Общая выручка</b>	<b>83 672</b>	<b>100,0%</b>	<b>75 885</b>	<b>100,0%</b>	
Себестоимость реализованной продукции, включая	(65 004)	77,7%	(57 801)	76,2%	150 б.п.
Стоимость товарных запасов (за вычетом бонусов поставщиков)	(61 804)	73,8%	(54 645)	72,0%	180 б.п.
Потери товара	(1 478)	1,8%	(1 761)	2,3%	-50 б.п.
Логистические затраты	(1 343)	1,6%	(1 011)	1,3%	30 б.п.
Затраты на упаковку и маркировку товара	(380)	0,5%	(385)	0,5%	0 б.п.
<b>Валовая прибыль</b>	<b>18 667</b>	<b>22,3%</b>	<b>18 084</b>	<b>23,8%</b>	<b>-150 б.п.</b>

В первом полугодии 2016 года валовая прибыль выросла на 3,2% до 18 667 млн рублей, при этом валовая маржа снизилась на 150 б.п. до 22,3%. На динамику валовой маржи повлияли:

- курс на поддержание конкурентного уровня цен и увеличение доли промо в структуре продаж;
- эффект более низкого уровня валовой маржи в развивающемся формате дискаунтеров;
- рост логистических затрат в связи с централизацией логистики, проводимой Группой для более эффективного управления запасами, что позволит получить оптимальные коммерческие условия от поставщиков;
- значительное снижение потерь товара в связи с усилением контроля за закупкой и списанием товара, активной работой с охраняемыми предприятиями по повышению уровня безопасности при

приемке товара и в торговом зале, а также централизацией поставок через распределительные центры.

#### Коммерческие, общие и административные расходы

<i>Млн руб.</i>	1-е пол 2016 года	Процент от выручки	1-е пол 2015 года	Процент от выручки	Изменени е, б.п.
Затраты на персонал	(8 360)	10,0%	(7 101)	9,4%	60 б.п.
Операционная аренда	(2 638)	3,2%	(2 213)	2,9%	30 б.п.
Износ и амортизация	(2 195)	2,6%	(1 834)	2,4%	20 б.п.
Связь и коммунальные расходы	(1 724)	2,1%	(1 483)	1,8%	30 б.п.
Реклама и маркетинг	(764)	0,9%	(631)	0,8%	10 б.п.
Расходы на безопасность	(413)	0,5%	(351)	0,5%	0 б.п.
Ремонт и обслуживание	(531)	0,6%	(425)	0,6%	0 б.п.
Страхование и банковские комиссии	(348)	0,4%	(350)	0,5%	-10 б.п.
Операционные налоги	(355)	0,4%	(346)	0,5%	-10 б.п.
Юридические и профессиональные услуги	(266)	0,3%	(332)	0,4%	-10 б.п.
Расходные материалы	(139)	0,2%	(141)	0,2%	0 б.п.
Прочие расходы	(20)	0,0%	(19)	0,0%	0 б.п.
<b><i>Итого: коммерческие, общие и административные расходы</i></b>	<b>(17 753)</b>	<b>21,2%</b>	<b>(15 224)</b>	<b>20,1%</b>	<b>110 б.п.</b>

Общие, коммерческие и административные расходы Группы выросли на 16,6% в годовом исчислении до 17 753 млн рублей под влиянием роста расходов на персонал, операционной аренды, роста износа и амортизации, а также расходов на коммунальные платежи и на рекламу и маркетинг.

#### Персонал

Увеличение расходов на персонал на 17,7% год к году до 8 360 млн рублей в первую очередь связано с ростом численности персонала в магазинах (при сокращении численности персонала в офисах), индексацией заработной платы в магазинах в сентябре 2015 года в соответствии с общерыночными тенденциями, а также развертыванием сети дискаунтеров. В 1 полугодии 2015 года расходы на персонал в бизнес-сегменте гипермаркетов и супермаркетов снизились в результате агрессивных мер по сокращению численности персонала в магазинах, что привело к некоторому снижению традиционно высоких стандартов качества обслуживания клиентов. Чтобы компенсировать негативный эффект потребовались дополнительные инвестиции в расширение

штата и индексация зарплат, которая позволила существенно снизить уровень текучести персонала и сохранить лучшие кадры, что стало одним из факторов, позволивших Группе по итогам полугодия показать уверенный рост трафика и товарооборота в гипермаркетах и супермаркетах.

#### Операционная аренда

Расходы на операционную аренду выросли на 19,2% год к году до 2 638 млн рублей преимущественно в результате развертывания сети дискаунтеров, а также под влиянием роста курса доллара и евро на размер арендных платежей, по которым ставка номинирована в иностранной валюте. На увеличение операционной аренды также оказала влияние индексация арендных платежей в рамках инфляции и рост товарооборота в магазинах, где размер арендных платежей зависит от величины товарооборота. В то же время в бизнес-сегменте гипермаркетов и супермаркетов Группа провела большую работу по оптимизации расходов на аренду, в частности, переведя в рубли большинство договоров, ставки по которым были номинированы в иностранной валюте, или зафиксировав курс, и закрыв неэффективные магазины.

#### Связь и коммунальные расходы

Расходы по связи и коммунальным услугам увеличились в годовом исчислении на 16,3% до 1 724 млн рублей в результате увеличения тарифов на коммунальные услуги, а также вследствие развертывания сети дискаунтеров.

#### Реклама и маркетинг

Расходы на маркетинг и рекламу выросли на 21,1% год к году до 764 млн рублей под влиянием рекламных и маркетинговых расходов, связанных с развертыванием сети дискаунтеров, а также в результате проведения промо-кампаний и продвижения частных торговых марок в бизнес-сегменте гипермаркетов и супермаркетов.

#### Износ и амортизация

Износ и амортизация выросли на 19,7% в годовом исчислении до 2 195 млн рублей прежде всего под влиянием развертывания сети дискаунтеров.

#### Расходы на финансирование

Чистые расходы на финансирование снизились на 7,3% год к году до 1 560 млн рублей в результате работы Группы по оптимизации долгового портфеля. В первом полугодии 2016 года Группа продолжила работу над оптимизацией долгового портфеля и улучшением срока кредитов и добились снижения средневзвешенной ставки с 11,87% на конец 2015 года до 10,71% на конец первого полугодия 2016, что является одним из лучших показателей в секторе и подтверждает восприятие Группы как надежного заемщика.

#### Чистый убыток

В первом полугодии 2016 года чистый убыток составил 786 млн рублей по сравнению с чистой прибылью в 621 млн рублей годом ранее. На динамику чистой прибыли/чистого убытка в первую очередь повлияло снижение валовой маржи, рост общих, коммерческих и административных расходов и увеличение износа и амортизации, а также рост убытков от списания активов в связи с закрытием магазинов.

## Денежный поток и оборотный капитал

Млн руб.	1-е пол. 2016 года	1-е пол. 2015 года (Скорректированные показатели)
Чистые денежные средства от операционной деятельности/использованные в операционной деятельности	141	(522)
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	(2 469)	(4 319)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности/от финансовой деятельности	(3 166)	134
<b>Чистое уменьшение денежных средств и их эквивалентов</b>	<b>(5 494)</b>	<b>(4 706)</b>
Влияние изменений валютных курсов на денежные средства и их эквиваленты	(29)	3

### Денежные средства от операционной деятельности/использованные в операционной деятельности

В первом полугодии 2016 года Группа добилась существенного улучшения динамики оборотного капитала, что позволило компенсировать негативный эффект от снижения EBITDA и увеличения выплат НДС в бюджет. В результате денежный поток от операционной деятельности составил 141 млн рублей, в то время как за первое полугодие 2015 года денежный поток был отрицательным и составил минус 522 млн рублей.

### Денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности

Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности, снизились с 4 319 млн рублей в первом полугодии 2015 года до 2 469 млн в первом полугодии 2016 года в результате действий Группы по оптимизации портфеля объектов недвижимости. В первом полугодии 2016 года поступления от реализации основных средств и нематериальных активов (без учета НДС) составили 910 млн рублей: Группа осуществила продажу земельного участка в Московской области в рамках оптимизации портфеля недвижимости и продажи непрофильных активов, не соответствующих концепции развития городских гипермаркетов.

### Денежные средства, использованные в финансовой деятельности/от финансовой деятельности

Эффект от новых займов за минусом выплат по кредитам составил минус 3 166 млн рублей, так как Группа осуществила погашение кредитов в размере 9 110 млн рублей, при этом было привлечено финансирование на сумму 8 040 млн рублей, а размер выплаченных процентов снизился по сравнению с первым полугодием 2015 года и составил 2 046 млн рублей в результате деятельности Группы по оптимизации долгового портфеля.

### Оборотный капитал

На 30 июня 2016 года оборотный капитал Группы, который состоит из текущих активов (исключая наличные средства и их эквиваленты, а также краткосрочные инвестиции) минус текущие обязательства (исключая краткосрочные кредиты), был отрицательным и составлял минус 5 918

млн рублей, для сравнения, на 31 декабря 2015 года оборотный капитал составлял минус 8 023 млн рублей. Оборотный капитал в отрасли розничной торговли обычно является отрицательным, и Группа планирует поддерживать отрицательный уровень оборотного капитала.

#### Долг

	На 30 июня 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 30 июня 2015 г.
<b>Общий долг, включая</b>	<b>34 355</b>	<b>35 558</b>	<b>34 490</b>
<i>Краткосрочный долг</i>	10 616	12 000	14 751
<i>Долгосрочный долг</i>	23 719	23 558	19 739
За вычетом наличных средств и их эквивалентов	(4 245)	(9 768)	(1 107)
Чистый долг	30 090	25 790	33 384
Чистый долг/LTM EBITDA	3,4	2,6	3,0

Группа считает показатель чистого долга к LTM EBITDA основным способом оценки долговой нагрузки Группы. На 30 июня 2016 года коэффициент чистого долга к LTM EBITDA составил 3,4 по сравнению с 2,6 на 31 декабря 2015 и 3,0 на 30 июня 2015 года. Увеличение этого показателя по сравнению с 31 декабря 2015 года было связано со снижением EBITDA и сезонными факторами.

#### 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 17 августа 2016 года сеть «О'КЕЙ» насчитывает 158 магазинов: 72 гипермаркета, 37 супермаркетов и 49 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:**

**Руководитель направления по связям с инвесторами**

Николай Минашин  
+ 7 495 663 66 77, доб. 127  
+ 7 985 180 31 07  
[Nikolay.Minashin@okmarket.ru](mailto:Nikolay.Minashin@okmarket.ru)  
[www.okeyinvestors.ru](http://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](mailto:Kirill.Maslentsin@okmarket.ru)  
[www.okmarket.ru](http://www.okmarket.ru)