

Пресс-релиз  
20 июля 2016 года

## **«О'КЕЙ» объявляет операционные результаты за 2 квартал и 1 полугодие 2016 г.**

O'KEY Group S.A. (LSE: OKEY, "Группа"), одна из крупнейших российских розничных сетей по торговле продуктами питания, сегодня объявляет операционные результаты за второй квартал и первое полугодие 2016 года. Все материалы, публикуемые Компанией, доступны на ее веб-сайте по адресу [www.okeyinvestors.ru](http://www.okeyinvestors.ru).

### **Основные показатели 2 квартала 2016 года:**

- Чистая розничная выручка Группы выросла на 5,8% год к году - с 37 608 млн рублей до 39 825 млн рублей
- Трафик вырос на 11,3% при снижении среднего чека на 5,0% год к году
- Выручка сопоставимых магазинов (LFL) выросла на 2,3%, при этом трафик LFL увеличился на 4,1%, а средний чек LFL снизился на 1,8% год к году
- Чистая розничная выручка без учета продаж в магазинах-дискаунтерах выросла на 2,4% год к году до 38 559 млн рублей
- Трафик без учета дискаунтеров вырос на 3,7%, а средний чек без учета дискаунтеров снизился на 1,3% год к году
- Во 2 квартале 2016 года был открыт один гипермаркет и 7 дискаунтеров
- 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>

### **Основные показатели 1 полугодия 2016 года:**

- Чистая розничная выручка Группы выросла на 10,1% год к году - с 74 880 млн рублей до 82 412 млн рублей
- Трафик вырос на 12,6% год к году при снижении среднего чека на 2,3% год к году
- Выручка сопоставимых магазинов (LFL) выросла на 5,5%, при этом трафик LFL увеличился на 4,5%, а средний чек LFL вырос на 1,0% год к году
- Чистая розничная выручка без учета продаж в магазинах-дискаунтерах выросла на 7,1% год к году до 80 191 млн рублей
- Трафик без учета дискаунтеров вырос на 5,8%, а средний чек без учета дискаунтеров увеличился на 1,2% год к году
- В 1 полугодии 2016 года был открыт один гипермаркет (один закрыт), один супермаркет (закрыто четыре) и 13 дискаунтеров

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

«Во 2 квартале 2016 года мы показали уверенный рост операционных результатов, несмотря на сложную макроэкономическую ситуацию и усиление конкурентного давления. Мы добились уверенного роста LFL выручки благодаря продолжающемуся росту трафика: наши покупатели оценили нашу работу над улучшением ассортимента, изменением структуры продаж и созданием более привлекательного ценностного предложения. Тем не менее, средний чек снизился под

влиянием сохраняющегося среди покупателей тренда приобретать менее дорогие товары, а также замедления продовольственной инфляции.

Во второй половине 2016 года мы будем поддерживать конкурентный уровень цен и улучшать наше ценностное предложение. Мы продолжаем развитие частных торговых марок и планируем добавить 200-300 SKU в портфель наших марок «То, что надо!» и «О'КЕЙ». Мы также работаем над перезапуском наших собственных торговых марок в непродовольственных товарах. В 3 квартале мы откроем еще два гипермаркета (в Москве и Тюмени) с элементами новой концепции магазина: с более современным дизайном, новыми подходами к организации торгового зала и более легкой навигацией».

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

«Во 2 квартале мы продолжили развитие сети магазинов-дискаунтеров, открыв семь магазинов в Москве и соседних регионах. Мы видим стабильный рост трафика с учетом сезонных тенденций. На протяжении квартала моя команда занималась улучшением ассортимента магазинов, расширением наших линеек торговых марок во всех категориях, работала над более эффективной организацией торгового зала. В целом, формат классического дискаунтера находит свою целевую аудиторию, рациональных покупателей, ориентированных на оптимальное соотношение цены-качества, которое мы предлагаем в наших магазинах».

Число магазинов на конец периода	2 кв. 2015	2 кв. 2016	Изменение год к году
Гипермаркеты	70	71	+1
Супермаркеты	42	37	-5
Дискаунтеры	0	48	+48
<b>Итого</b>	<b>112</b>	<b>156</b>	<b>+44</b>

Торговая площадь на конец периода, кв. м.	2 кв. 2015	2 кв. 2016	Изменение год к году
Гипермаркеты	512 257	521 976	+1,7%
Супермаркеты	53 788	48 457	-9,9%
Дискаунтеры	0	32 683	N/A
<b>Итого</b>	<b>566 045</b>	<b>602 208</b>	<b>+6,4%</b>

Изменение год к году	2 кв. 2015			2 кв. 2016		
	Розничная выручка	Трафик	Средний чек	Розничная выручка	Трафик	Средний чек
Группа	1,6%	2,2%	-0,7%	5,8%	11,3%	-5,0%
Группа LFL*	-4,3%	-5,2%	1,0%	2,3%	4,1%	-1,8%
Группа без учета дискаунтеров	1,6%	2,2%	-0,7%	2,4%	3,7%	-1,3%

\*Во 2 кв. 2016 года результаты Группы по сопоставимым магазинам равны результатам Группы по сопоставимым магазинам без учета дискаунтеров, так как первые магазины в формате «дискаунтер» были открыты только в сентябре 2015 года.

Изменение год к году	1 пол. 2015 года			1 пол. 2016 года		
	Розничная выручка	Трафик	Средний чек	Розничная выручка	Трафик	Средний чек
Группа	4,4%	3,4%	0,9%	10,1%	12,6%	-2,3%
Группа LFL*	-1,7%	-3,6%	2,0%	5,5%	4,5%	1,0%
Группа без учета дискаунтеров	4,4%	3,4%	0,9%	7,1%	5,8%	1,2%

\*В 1 полугодии 2016 года результаты Группы по сопоставимым магазинам равны результатам Группы по сопоставимым магазинам без учета дискаунтеров, так как первые магазины в формате «дискаунтер» были открыты только в сентябре 2015 года.

### Выручка

Во 2 квартале 2016 года чистая розничная выручка выросла на 5,8% год к году до 39 825 млн рублей, в первую очередь, в результате роста трафика под влиянием инициатив Группы, направленных на улучшение ценностного предложения, пересмотр ассортимента, изменение структуры продаж, а также благодаря растущему вкладу сети дискаунтеров в выручку Группы.

Во 2 квартале 2016 года LFL продажи выросли на 2,3% благодаря росту LFL трафика на 4,1% и несмотря на снижение LFL среднего чека на 1,8% на фоне негативного влияния сложной макроэкономической обстановки на покупательскую способность населения. На результаты мая 2016 года также оказали влияние производственный календарь 2016 года, так как Пасха совпала с Праздником Весны и Труда 1 мая, и аномально жаркая погода на Северо-Западе, что привело к снижению активности покупателей в больших городах по сравнению с маем 2015 года. В июне 2016 года Группа продемонстрировала значительно более сильные темпы роста, несмотря на эффект высокой базы, так как показатели июня 2015 года уже отражают позитивное влияние инициатив, направленных на оздоровление бизнеса, которые менеджмент Группы начал осуществлять год назад.

### **Дополнительная информация**

Группа опубликует операционные и финансовые результаты за первое полугодие 2016 года 17 августа 2016 года. Менеджмент Группы проведет конференц-звонок, чтобы предоставить информацию о развитии Группы и обсудить результаты.

### **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 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 20 июля 2016 года сеть «О'КЕЙ» насчитывает 157 магазинов: 71 гипермаркет, 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:**

**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)