

В 1-М ПОЛУГОДИИ ВЫРУЧКА МАРКЕТПЛЕЙСА WESTFALIKA ВЫРОСЛА В 2,6 РАЗА



28 июля 2021 г., Россия, Новосибирск: OR GROUP (МОЕХ: ORUP/ далее «Компания» или ПАО «ОРГ», или совместно с дочерними и зависимыми компаниями – «Группа»), современная торговая платформа, на базе которой компания развивает маркетплейс westfalika.ru, экосистему сервисов и управляет сетью торговых и сервисных точек под брендом Westfalika, насчитывающей 805¹ объектов в 319 городах России, представляет предварительные операционные результаты за июнь, второй квартал и первое полугодие, завершившееся 30 июня 2021 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ИЮНЯ 2021 ГОДА:

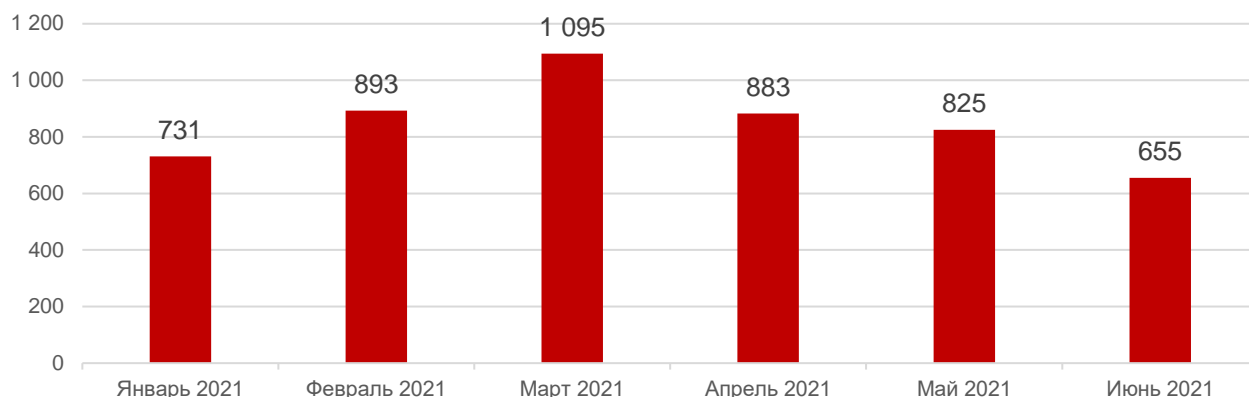
- Валовая стоимость товаров (GMV)² OR GROUP в июне 2021 года составила 655 млн рублей.
- Неаудированная выручка за июнь 2021 года составила 669 млн рублей.
- Компания развивает торговую платформу "westfalika.ru" — это реализация товаров собственной торговой марки и партнерских товаров (маркетплейс) в розничной сети и на онлайн площадке westfalika.ru. Число партнеров маркетплейса составило более 1 000 на конец июня.
 - Выручка торговой платформы westfalika.ru по итогам июня 2021 года составила 259 млн рублей.
 - В т.ч. выручка маркетплейса westfalika.ru составила 110 млн руб. (42,3% от продаж торговой платформы westfalika.ru).
- В июне 2021 года оптовая выручка составила 228 млн руб.
- В июне 2021 года интернет-продажи составили 43 млн руб. Доля интернет-продаж в выручке торговой платформы westfalika.ru по итогам июня 2021 года составила 16,7%
- Выручка от деятельности по выдаче денежных займов составила 181 млн руб. На конец июня портфель по денежным займам составил 2,990 млрд руб.
- В рамках реализации проекта партнерских пунктов выдачи заказов Группа доставила в июне 2021 года более 200 тыс. посылок. За первое полугодие 2021 года этот показатель превысил 1,2 млн посылок. На конец июня количество ПВЗ составило 3 208³. По итогам июня трафик клиентов, которые приходят за партнерскими онлайн-заказами, составил 16,8% от общего трафика магазинов.

¹ По состоянию на 27.07.2021

² Валовая стоимость товаров (GMV) — это общая стоимость товаров и заказов, обработанных торговой платформой OR GROUP, а также НДС, комиссия по рассрочке, сервисный оборот и прочий комиссионный доход.

³ В одной торговой точке может функционировать несколько партнерских ПВЗ.

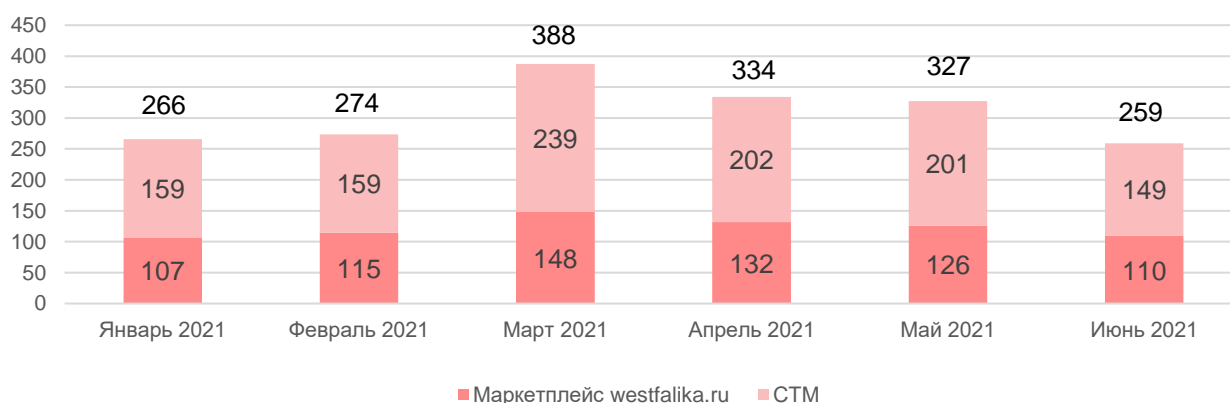
Месячный GMV OR GROUP, млн руб.



КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 2-ГО КВАРТАЛА 2021 ГОДА:

- Валовая стоимость товаров (GMV) OR GROUP в 2-м квартале 2021 года составила 2,371 млрд руб.
- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы в 2-м квартале увеличился на 68,3% и составил 2,146 млрд рублей, по сравнению с 1,275 млрд руб. в 2-м квартале 2020 года.
- Средняя сумма покупки в рассрочку выросла на 14,5% и достигла 6 665 рублей. Сумма оформленных договоров рассрочки выросла на 60% и составила 0,547 млрд. рублей, а портфель по услуге рассрочка платежа снизился на 3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 2,131 млрд. руб.
- Число участников программы лояльности, которая действует во всех розничных сетях, входящих в Группу, за 12 месяцев увеличилось на 8,5% — до 2,912 млн участников по сравнению с 2,684 млн участников в 2-м квартале 2020 года.

Динамика и состав выручки торговой платформы westfalika.ru, млн руб.



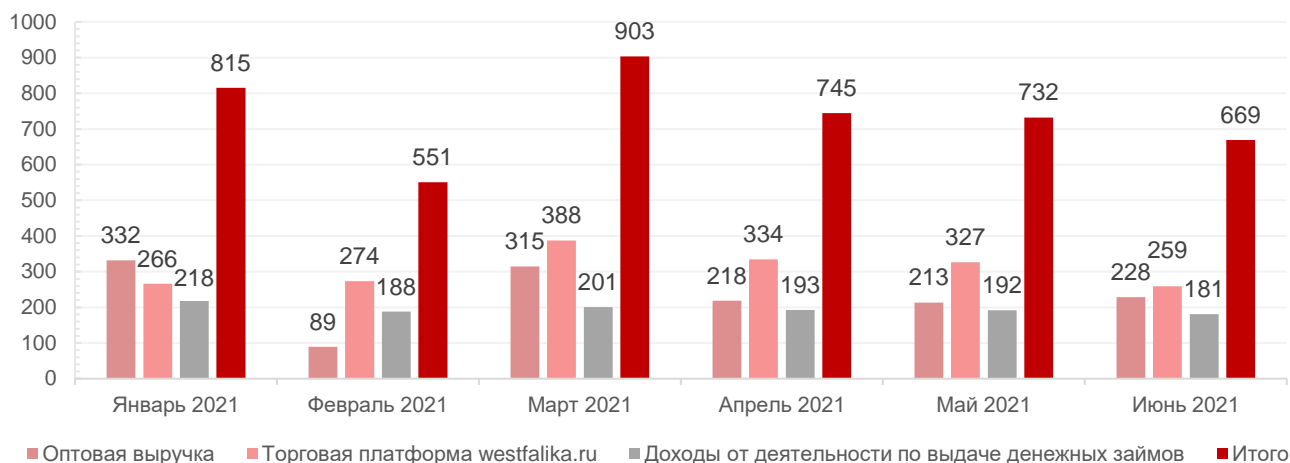
КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 6 МЕСЯЦЕВ 2021 ГОДА:

- Валовая стоимость товаров (GMV) OR GROUP в 1-м полугодии 2021 года составила 5,079 млрд руб.
- Объем консолидированной неаудированной выручки Группы в 1-м полугодии 2021 года увеличился на 11,7% - до 4,416 млрд руб. по сравнению 3,952 млрд руб. 1-м полугодии 2020.
- Портфель по услуге рассрочки платежа в 1-м полугодии 2021 уменьшился на 3% по сравнению с 1-ым полугодием 2020 годом — до 2,131 млрд руб., а рост портфеля по денежным займам составил 18,2% по сравнению с аналогичным периодом 2020 года — до 2,990 млрд руб.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ВТОРОГО КВАРТАЛА 2021 ГОДА:

- В середине апреля рейтинговое агентство «Эксперт» опубликовало рейтинги микрофинансовых организаций по итогам 2020 года⁴. ООО МКК «Арифметика», входящее в состав OR GROUP, заняла 3-е место в России среди МФО по объему выданных потребительских займов (Installments) и величине чистой прибыли за 2020 год. По результатам года объем выданных длинных потребительских займов превысил 5 млрд рублей, чистая прибыль микрокредитной компании составила 695 млн рублей.
- В мае OR GROUP начала сотрудничать с ведущим маркетплейсом OZON по системе FBS (fulfillment by seller). Для реализации проекта в течение месяца осуществлялась интеграция IT-систем OR GROUP и онлайн-ритейлера. Пока на площадке маркетплейса автоматически подгружаются остатки магазинов Westfalika в Новосибирске, в течение лета Группа планирует подключить к проекту торговые точки из других регионов.
- В июне рейтинговое агентство «Эксперт РА» подтвердило рейтинг кредитоспособности нефинансовой компании «ОР» на уровне ruBBB и повысило прогноз с развивающегося до стабильного).
- OR GROUP совершенствует IT-систему для дальнейшего масштабирования финансовых сервисов: в июне компания приобрела и установила дополнительное оборудование — сетевое хранилище данных, что позволило компании повысить производительность IT-системы на 120% и фактический объем хранения данных на 40%, а также повысило уровень отказоустойчивости всех операционных IT-систем и снизило риск потери данных в случае аварии.
- В июне OR GROUP завершила программу ребрендинга, которая началась в ноябре 2020 года. Группа переименовала головную компанию, эмитента акций ПАО «ОР», в публичное акционерное общество «ОР ГРУПП», сокращенное наименование — ПАО «ОРГ». Ранее OR GROUP переименовала основную операционную компанию, эмитента облигаций ООО «Обувь России» на ООО «ОР», а также сменила тикер на Московской бирже на ORUP.

Месячная неаудированная выручка OR GROUP, млн. руб.



ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатель	30.06.2021	30.06.2020	Δ, %
Кол-во магазинов OR GROUP	809	859	(5,8%)
DOS ⁵	632	684	(7,6%)
Франшиза	177	175	1,1%
Торговая площадь DOS, тыс. кв.м.	54,2	57,9	(6,4%)
Число участников программы лояльности, млн чел.	2,912	2,684	8,5%

Показатель	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Δ, %	6 м. 2021	6 м. 2020	Δ, п.п.
GMV ⁶ , млрд руб.	2,371	-	-	5,079	-	-
Выручка маркетплейса westfalika.ru, млрд руб.	0,368	0,159	131,8%	0,738	0,277	165,9%
Интернет - продажи, млрд руб.	0,166	0,078	111,3%	0,405	0,301	34,5%
Доля интернет – продаж в выручке торговой платформы westfalika.ru, %	18,0%	12,4%	5,7 п.п.	21,9%	15,6%	6,3 п.п.

Миллиардов российских рублей	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Δ, %	6 м. 2021	6 м. 2020	Δ, п.п.
Выручка	2,146	1,275	68,3%	4,416	3,952	11,7%
Торговой платформы westfalika.ru	0,920	0,635	44,9%	1,847	1,928	(4,2%)
от оптовой реализации товаров	0,660	0,021	2979,7%	1,396	0,733	90,6%
от деятельности по выдаче денежных займов	0,566	0,619	(8,6%)	1,172	1,291	(9,2%)

⁵ DOS (Directly operated stores) – магазины под собственным управлением

⁶ Валовая стоимость товаров (GMV) — это общая стоимость товаров и заказов, обработанных торговой платформой OR GROUP, а также НДС, комиссия по рассрочке, сервисный оборот и прочий комиссионный доход.

Показатель	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Δ, %	6 м. 2021	6 м. 2020	Δ, п.п.
Средняя сумма покупки в рассрочку, руб.	6 665	5 823	14,5%	7 086	7 095	(0,1%)
Средняя сумма денежного займа, руб.	24 387	23 217	5,0%	24 240	22 459	7,9%
Сумма оформленных договоров в рассрочку, млрд руб.	0,547	0,343	59,5%	1,117	1,275	(12,4%)
Сумма выданных денежных займов, млрд руб.	1,005	0,734	36,9%	1,959	2,317	(15,5%)

Показатель	30.06.2021	30.06.2020	Δ, %
Размер портфеля по рассрочке, млрд руб.	2,131	2,196	(3,0%)
Размер портфеля по денежным займам, млрд руб.	2,990	2,529	18,2%

Антон Титов, директор OR GROUP, прокомментировал:

В первом полугодии 2021 году OR GROUP показала положительную динамику по выручке, которая выросла на 11,7%. Показатели по основным направлениям деятельности Группы постепенно восстанавливаются, несмотря на невысокую покупательскую активность на рынке и сохраняющуюся тенденцию к экономии, характерную для большинства российских граждан. Ключевым драйвером роста стал маркетплейс, продажи которого за шесть месяцев увеличились в 2,6 раза по сравнению с аналогичным периодом 2020 года. Этот факт доказывает корректность выбранной стратегии, в основе которой лежит диверсификация бизнеса, ставка на мультикатегорийность и развитие онлайн-продаж.

Хороший рост демонстрирует не только обувь, которая остается основной товарной категорией в ассортименте платформы Westfalika, но также и другие категории. Например, в июне сопоставимые продажи одежды среднего слоя выросли на 65%, что объясняется расширением числа поставщиков и сезонным спросом на такой ассортимент. Остаются популярными и товары для дома, в частности — мелкая бытовая техника, причем высокие продажи отмечаются через и офлайн-, и онлайн-каналы. В целом выручка по онлайн-направлению в 1-м полугодии выросла на 34,5% год к году, его доля в продажах торговой платформы Westfalika достигла 21,9%. Группа увеличивает онлайн-продажи в том числе и благодаря внедрению новых схем работы с крупными онлайн-маркетплейсами: так, в мае компания начала сотрудничать с OZON по системе FBS (fulfillment by seller).

Денежные займы также являются одним из драйверов роста показателей OR GROUP. Ликвидность МФО, которая входит в составе OR GROUP, остается стабильной: сумма займов, выданных МКК «Арифметика» во втором квартале 2021 года, увеличилась на 36,9%, рост портфеля по итогам шести месяцев составил 18,2%. В целом по рынку наблюдается повышенный интерес к продуктам МФО: по прогнозам «Эксперт РА»⁷, объемы микрофинансового рынка в 2021 года увеличатся на 30%. Модель бизнеса «Арифметики» обладает высокой конкурентоспособностью, поскольку позволяет предоставлять займы различным сегментам заемщиков и предлагать одну из самых широких продуктовых линеек на рынке.

Компания активно развивает онлайн-сервисы: так, в июне доля дистанционных платежей в общем объеме транзакций выросла до 20,2% (по итогам 2020 года эта доля составляла 14%). Это стало возможным благодаря сотрудничеству с «Золотой Коронаой», которое стартовало в марте 2021 года.

Ключевым фактором конкурентоспособности OR GROUP на рынке является современная IT-инфраструктура, в совершенствовании которой Группа продолжает инвестировать: в июне компания приобрела и установила сетевое хранилище данных Fujitsu, что позволило повысить производительность IT-системы на 120% и фактический объем хранения данных на 40%.

Еще одно направление, которое успешно развивает Группа, — партнерские пункты выдачи онлайн-заказов. OR GROUP сотрудничает с 16 партнерами — крупными игроками рынка, такими, как Wildberries, AliExpress, Яндекс.Маркет, Сберлогистика, Почта России и др. Логистическое направление показывает уверенный рост: в первом полугодии 2021 года мы увеличили количество ПВЗ на 85% год к году, до 3 208; за 6 месяцев мы выдали более 1,2 млн посылок от партнеров, что в 3,6 раза превышает показатели аналогичного периода 2020 года. Дальнейшее увеличение сети партнеров позволит Группе не только наращивать объемы доставляемых онлайн-заказов, но и выстроить оптимальную логистическую инфраструктуру для рынка электронной коммерции, что дает дополнительный трафик в магазины и рост выручки. Так, комиссионный доход от выдачи посылок в первом полугодии 2021 года увеличился в три раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 62 млн рублей.

В июне рейтинговое агентство «Эксперт РА» подтвердило рейтинг OR GROUP на уровне ruBBB и повысило прогноз с развивающегося до стабильного. Агентство отметило высокий уровень ликвидности Группы и высокое качество управления кредитным портфелем. В апреле компания успешно прошла оферту по выпускам биржевых облигаций серии 001P-01 и серии 001P-02: для погашения было предъявлено облигаций на сумму 31 335 000 рублей, что составляет всего 1% от общего объема двух выпусков. Это говорит о высоком уровне доверия инвесторов к компании и выбранной стратегии развития.

OR GROUP продолжит трансформацию компании в интегратора на рынке онлайн-торговли и логистических сервисов, развивая маркетплейс, проект партнерских пунктов выдачи заказов и финансовые услуги. Это позволит Группе дальше успешно восстанавливать ключевые показатели деятельности и выходить на траекторию роста бизнеса.

СПРАВКА О КОМПАНИИ:

OR GROUP (MOEX: ORUP), современная торговая платформа, на базе которой компания развивает маркетплейс westfalika.ru и экосистему сервисов и управляет сетью торговых и сервисных точек под брендом Westfalika, насчитывающей 805⁸ объектов в 319 городах России.

В октябре 2017 года OR GROUP привлекла 5,9 млрд рублей в ходе IPO на Московской Бирже, эмитентом является ПАО «ОРГ».

В июне 2021 года рейтинговое агентство «Эксперт РА» подтвердило рейтинг OR GROUP на уровне ruBBB и повысило прогноз с развивающегося до стабильного.

В соответствии с аудированными финансовыми результатами Группы по МСФО, в 2020 году выручка составила 10,8 млрд руб., чистая прибыль — 0,6 млрд руб., EBITDA — 2,3 млрд руб.

Дополнительная информация:

Контакты для СМИ:

Наталья Паули,
PR-директор
OR GROUP.
+7 913 750-81-37
n.pauli@orgroup.ru

Контакты для инвесторов:

Кирилл Стреблянский,
Директор по рынкам капитала
OR GROUP.
+7 383 280-80-21
k.streblyanskiy@obuvrus.ru

Сайт Группы: www.orgroup.ru

Маркетплейс: www.westfalika.ru

Ссылка на Телеграм: <https://t.me/obuvrossii>

Web-платформа для поставщиков:

www.продает.рф

Оговорка: Данный пресс-релиз может содержать заявления, которые являются или могут считаться «прогнозируемыми заявлениями» в отношении будущих событий и будущей финансовой и операционной деятельности OR GROUP. 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. OR GROUP 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 OR GROUP 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 OR GROUP осуществляет свою деятельность, а также другие риски, связанные с особенностями с OR GROUP и ее деятельностью.