



ДИЗАЙН

СОЗДАНИЕ
БРЕНДОВ



ПРОИЗВОДСТВО

РОЗНИЧНЫЕ
ПРОДАЖИ



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

9 октября 2017 г.



Ограничение ответственности



МАТЕРИАЛЫ, ВКЛЮЧЕННЫЕ В ДАННУЮ ПРЕЗЕНТАЦИЮ, БЫЛИ ПОДГОТОВЛЕНЫ ПУБЛИЧНЫМ АКЦИОНЕРНЫМ ОБЩЕСТВОМ «ОР» («КОМПАНИЯ»). НИ КАКАЯ-ЛИБО ЧАСТЬ НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ, НИ ФАКТ ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НЕ ДОЛЖНЫ ЯВЛЯТЬСЯ ОСНОВОЙ, И НА НИХ НЕ СЛЕДУЕТ ПОЛАГАТЬСЯ, В ОТНОШЕНИИ КАКОГО БЫ ТО НИ БЫЛО ДОГОВОРА, ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ИЛИ ИНВЕСТИЦИОННОГО РЕШЕНИЯ. НАСТОЯЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ РЕКОМЕНДАЦИЮ В ОТНОШЕНИИ ЦЕННЫХ БУМАГ КОМПАНИИ.

ИНФОРМАЦИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ, НЕ ПРОШЛА НЕЗАВИСИМУЮ ПРОВЕРКУ СО СТОРОНЫ ИЛИ ОТ ИМЕНИ КОМПАНИИ ИЛИ КАКОГО-ЛИБО ИЗ ЕЕ КОНСУЛЬТАНТОВ («КОНСУЛЬТАНТЫ»), ИЛИ СО СТОРОНЫ ЛЮБОГО ИНОГО НЕЗАВИСИМОГО ТРЕТЬЕГО ЛИЦА. КОМПАНИЯ, КОНСУЛЬТАНТЫ, ИХ АФФИЛИРОВАННЫЕ ЛИЦА, А ТАКЖЕ, СООТВЕТСТВЕННО, УЧАСТНИКИ, ДИРЕКТОРА, ДОЛЖНОСТНЫЕ ЛИЦА, СОТРУДНИКИ И АФФИЛИРОВАННЫЕ ЛИЦА КОМПАНИИ, КОНСУЛЬТАНТОВ И ИХ АФФИЛИРОВАННЫХ ЛИЦ НЕ ПРИНИМАЮТ НА СЕБЯ НИКАКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И НЕ ДАЮТ НИКАКИХ ЗАВЕРЕНИЙ ИЛИ ГАРАНТИЙ (БУДЬ ТО ЯВНО ВЫРАЖЕННЫХ ИЛИ ПОДРАЗУМЕВАЕМЫХ) В ОТНОШЕНИИ СОДЕРЖАНИЯ ИНФОРМАЦИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОТНОСИТЕЛЬНО ЕЕ ПРАВИЛЬНОСТИ, ПОЛНОТЫ ИЛИ ЕЕ ПРОВЕРКИ, ИЛИ В ОТНОШЕНИИ КАКОГО-ЛИБО ИНОГО ЗАЯВЛЕНИЯ, КОТОРОЕ БЫЛО ИЛИ ЯКОБЫ БЫЛО СДЕЛАНО В СВЯЗИ С КОМПАНИЕЙ, И НЕ СЛЕДУЕТ КАКИМ-ЛИБО ОБРАЗОМ ПОЛАГАТЬСЯ НА ОБЪЕКТИВНОСТЬ, ТОЧНОСТЬ, ПОЛНОТУ ИЛИ ПРАВИЛЬНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ ИЛИ МНЕНИЙ, СОДЕРЖАЩИХСЯ В НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ. КОМПАНИЯ, КОНСУЛЬТАНТЫ, ИХ АФФИЛИРОВАННЫЕ ЛИЦА, А ТАКЖЕ, СООТВЕТСТВЕННО, УЧАСТНИКИ, ДИРЕКТОРА, ДОЛЖНОСТНЫЕ ЛИЦА, СОТРУДНИКИ И АФФИЛИРОВАННЫЕ ЛИЦА КОНСУЛЬТАНТОВ И ИХ АФФИЛИРОВАННЫХ ЛИЦ НЕ ПОДЛЕЖАТ КАКОЙ БЫ ТО НИ БЫЛО ОТВЕТСТВЕННОСТИ (НА ОСНОВАНИИ НЕБРЕЖНОСТИ ИЛИ ПО ИНЫМ ОСНОВАНИЯМ) ЗА ЛЮБЫЕ УБЫТКИ, КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ ПОНЕСЕНЫ ВСЛЕДСТВИЕ ЛЮБОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ ИЛИ СОДЕРЖАЩЕЙСЯ В НЕЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЛИ ИНАЧЕ ВОЗНИКШИХ В СВЯЗИ С ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ.

В ЛЮБОМ ГОСУДАРСТВЕ-УЧАСТНИКЕ ЕВРОПЕЙСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ, КОТОРОЕ ПРИМЕНЯЕТ ДИРЕКТИВУ О ПРОСПЕКТАХ ЦЕННЫХ БУМАГ, НАСТОЯЩЕЕ СООБЩЕНИЕ АДРЕСОВАНО И НАПРАВЛЯЕТСЯ ТОЛЬКО КВАЛИФИЦИРОВАННЫМ ИНВЕТОРАМ В ТАКОМ ГОСУДАРСТВЕ-УЧАСТНИКЕ В ЗНАЧЕНИИ СТАТЬИ 2(1)(Е) ДИРЕКТИВЫ О ПРОСПЕКТАХ ЦЕННЫХ БУМАГ. ВЫРАЖЕНИЕ «ДИРЕКТИВА О ПРОСПЕКТАХ ЦЕННЫХ БУМАГ» ОЗНАЧАЕТ ДИРЕКТИВУ ЕС №2003/71 (И ИЗМЕНЕНИЯ К НЕЙ, ВКЛЮЧАЯ ДИРЕКТИВУ ЕС №2010/73 В ТОЙ СТЕПЕНИ, В КОТОРОЙ ОНА ВВЕДЕНА В ДЕЙСТВИЕ В СООТВЕТСТВУЮЩЕМ ГОСУДАРСТВЕ-УЧАСТНИКЕ) И ВКЛЮЧАЕТ ЛЮБЫЕ МЕРЫ ПО ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В СООТВЕТСТВУЮЩЕМ ГОСУДАРСТВЕ-УЧАСТНИКЕ.

В ДОПОЛНЕНИЕ К ЭТОМУ, В РАМКАХ РЕГУЛИРОВАНИЯ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ, ДАННАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ СРЕДИ И НАПРАВЛЕНА ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО НА (I) ЛИЦ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ, (II) ЛИЦ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОПЫТОМ ПО ВОПРОСАМ ИНВЕСТИЦИЙ В СООТВЕТСТВИИ СО СТАТЬЕЙ 19(5) ПРИКАЗА 2005 Г. «О ФИНАНСОВОЙ РЕКЛАМЕ ПО ЗАКОНУ «О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ И РЫНКАХ» 2000 Г., С ИЗМЕНЕНИЯМИ («ПРИКАЗ»), (III) ОРГАНИЗАЦИИ С ВЫСОКОЙ СТОИМОСТЬЮ АКТИВОВ И ИНЫХ ЛИЦ, КОТОРЫМ ДАННЫЙ ДОКУМЕНТ МОЖЕТ БЫТЬ ПЕРЕДАН НА ЗАКОННЫХ ОСНОВАНИЯХ В РАМКАХ СТАТЬИ 49(2)(A)-(D) ПРИКАЗА И (IV) ЛИЦ, КОТОРЫМ МОЖЕТ БЫТЬ ИНЫМ ЗАКОННЫМ ОБРАЗОМ ПЕРЕДАНО (ИНИЦИИРОВАНА ПЕРЕДАЧА) ПРИГЛАШЕНИЕ ИЛИ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ВСТУПИТЬ В ИНВЕСТИЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (В ЗНАЧЕНИИ РАЗДЕЛА 21 ЗАКОНА «О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ И РЫНКАХ» 2000 Г.) В СВЯЗИ С ВЫПУСКОМ ИЛИ ПРОДАЖЕЙ КАКИХ-ЛИБО ЦЕННЫХ БУМАГ КОМПАНИИ ИЛИ КОГО-ЛИБО ИЗ ЧЛЕНОВ ЕЕ ГРУППЫ (ВСЕ ТАКИЕ ЛИЦА В ПУНКТАХ (I)-(IV) ВЫШЕ ЯВЛЯЮТСЯ «СООТВЕТСТВУЮЩИМИ ЛИЦАМИ»). ЛЮБАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, К КОТОРОЙ ОТНОСИТСЯ ИНФОРМАЦИЯ, БУДЕТ ДОСТУПНА И БУДЕТ ВЕСТИСЬ ТОЛЬКО С СООТВЕТСТВУЮЩИМИ ЛИЦАМИ. ЛЮБОЕ ЛИЦО, КОТОРОЕ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ СООТВЕТСТВУЮЩИМ ЛИЦОМ, НЕ ДОЛЖНО ПРИНИМАТЬ ДЕЙСТВИЯ ИЛИ ПОЛАГАТЬСЯ НА ИНФОРМАЦИЮ.

НАСТОЯЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ЦЕННЫХ БУМАГ В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ. В СООТВЕТСТВИИ С ЭТИМ, НИ НАСТОЯЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ, НИ КАКАЯ-ЛИБО ЕЕ ЧАСТЬ ИЛИ КОПИЯ НЕ МОГУТ БЫТЬ НАПРАВЛЕННЫ В СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ АМЕРИКИ, НА ИХ ТЕРРИТОРИИ ИЛИ ВЛАДЕНИЯ, В ЛЮБОЙ ШТАТ СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ И ОКРУГ КОЛУМБИЯ, А ТАКЖЕ НЕ ПОДЛЕЖИТ РАСПРОСТРАНЕНИЮ В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ, ИХ ТЕРРИТОРИЯХ ИЛИ ВЛАДЕНИЯХ, ЛЮБОМ ШТАТЕ СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ И ОКРУГЕ КОЛУМБИЯ КРОМЕ КАК В СООТВЕТСТВИИ С ИЗЪЯТИЯМИ ИЗ ТРЕБОВАНИЙ О РЕГИСТРАЦИИ В СООТВЕТСТВИИ ЗАКОНОМ США «О ЦЕННЫХ БУМАГАХ» 1933 Г. («ЗАКОН О ЦЕННЫХ БУМАГАХ»). ЛЮБОЕ НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ОГРАНИЧЕНИЯ МОЖЕТ ЯВЛЯТЬСЯ НАРУШЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ О ЦЕННЫХ БУМАГАХ. ЦЕННЫЕ БУМАГИ КОМПАНИИ НЕ БЫЛИ И НЕ БУДУТ ЗАРЕГИСТРИРОВАНЫ В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ О ЦЕННЫХ БУМАГАХ И НЕ МОГУТ ПРЕДЛАГАТЬСЯ ИЛИ ПРОДАВАТЬСЯ В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ КРОМЕ КАК В СООТВЕТСТВИИ С ИЗЪЯТИЯМИ ИЗ ТРЕБОВАНИЙ О РЕГИСТРАЦИИ В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ О ЦЕННЫХ БУМАГАХ ИЛИ В РАМКАХ СДЕЛКИ, НА КОТОРУЮ ДАННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ НЕ РАСПРОСТРАНЯЮТСЯ.

НИ НАСТОЯЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ, НИ КАКАЯ-ЛИБО ЕЕ ЧАСТЬ ИЛИ КОПИЯ НЕ МОГУТ БЫТЬ ПЕРЕДАНЫ ИЛИ НАПРАВЛЕННЫ НА ТЕРРИТОРИЮ АВСТРАЛИИ, КАНАДЫ ИЛИ ЯПОНИИ ИЛИ РАСПРОСТРАНЕННЫ ПРЯМО ИЛИ КОСВЕННО В КАНАДЕ ИЛИ РАСПРОСТРАНЕННЫ ПЕРВИЧНО И В ДАЛЬНЕЙШЕМ РАСПРОСТРАНЕННЫ ПОВТОРНО В ЯПОНИИ ИЛИ ЛИЦАМ ПОД ЮРИСДИКЦИЕЙ КАНАДЫ, А ТАКЖЕ ЛЮБОМУ АНАЛИТИКУ ПО ЦЕННЫМ БУМАГАМ, ПРОЖИВАЮЩЕМУ В ЛЮБОЙ ИЗ ЭТИХ ЮРИСДИКЦИЙ. ЛЮБОЕ НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ОГРАНИЧЕНИЯ МОЖЕТ ЯВЛЯТЬСЯ НАРУШЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ЦЕННЫХ БУМАГАХ АВСТРАЛИИ, КАНАДЫ ИЛИ ЯПОНИИ. РАСПРОСТРАНЕНИЕ НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ В ДРУГИХ ЮРИСДИКЦИЯХ МОЖЕТ БЫТЬ ОГРАНИЧЕНО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ, И ЛИЦА, ВО ВЛАДЕНИЕ КОТОРЫХ ПОПАДАЕТ НАСТОЯЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ, ДОЛЖНЫ ОЗНАКОМИТЬСЯ С СОДЕРЖАНИЕМ, И СОБЛЮДАТЬ ЛЮБЫЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ. КОМПАНИЯ НЕ ЗАРЕГИСТРИРОВАЛА, И НЕ НАМЕРЕВАЕТСЯ РЕГИСТРИРОВАТЬ, КАКИЕ-ЛИБО ИЗ СВОИХ ЦЕННЫХ БУМАГ В СООТВЕТСТВИИ С ПРИМЕНИМЫМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ О ЦЕННЫХ БУМАГАХ КАНАДЫ, АВСТРАЛИИ ИЛИ ЯПОНИИ.

НАСТОЯЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНЫМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ИЛИ РЕКЛАМОЙ ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ИЛИ ПРИГЛАШЕНИЕМ ДЕЛАТЬ ОФЕРТЫ, ПОКУПАТЬ, ПРОДАВАТЬ, ОБМЕНИВАТЬ ИЛИ ИНЫМ ОБРАЗОМ ПЕРЕДАВАТЬ КАКИЕ-ЛИБО ЦЕННЫЕ БУМАГИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, И НЕ ДОЛЖНА БЫТЬ РАСПРОСТРАНЕНА ТРЕТЬИМ ЛИЦАМ ИЛИ ПЕРЕДАНА В ДОСТУП НЕОПРЕДЕЛЕННОМУ КРУГУ ЛИЦ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

НАСТОЯЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕ НАПРАВЛЕНА НА, И НЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, ЛЮБОМУ ФИЗИЧЕСКОМУ ИЛИ ЮРИДИЧЕСКОМУ ЛИЦУ, КОТОРОЕ ЯВЛЯЕТСЯ ГРАЖДАНИНОМ, ПРОЖИВАЕТ ИЛИ НАХОДИТСЯ НА ЛЮБОЙ ТЕРРИТОРИИ, В ЛЮБОМ ШТАТЕ, ГОСУДАРСТВЕ ИЛИ ИНОЙ ЮРИСДИКЦИИ, ГДЕ СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ, ПУБЛИКАЦИЯ, ДОСТУП ИЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОТИВОРЕЧАТ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ ИЛИ ИНЫМ РЕГУЛИРУЮЩИМ АКТАМ, ИЛИ ДЛЯ КОТОРЫХ В СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ЮРИСДИКЦИИ ТРЕБУЕТСЯ КАКАЯ-ЛИБО РЕГИСТРАЦИЯ ИЛИ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ.

ИНФОРМАЦИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ, НЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ПУБЛИЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЦЕННЫХ БУМАГ, ИЛИ ПРЕДЛОЖЕНИЕ О ПРОДАЖЕ ЦЕННЫХ БУМАГ ЛИБО ЗАПРОС ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ПОКУПКУ ЛЮБЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ В СООТВЕТСТВИИ С ЛЮБЫМ ПРИМЕНИМЫМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ.

ИНФОРМАЦИЯ И МНЕНИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ, ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ПО СОСТОЯНИЮ НА ДАТУ НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ И МОГУТ ПОДЛЕЖАТЬ ИЗМЕНЕНИЮ БЕЗ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО УВЕДОМЛЕНИЯ. ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ОПИСАННЫЕ В РАМКАХ НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ, МОГУТ ПРЕДСТАВЛЯТЬ СОБОЙ ЗАЯВЛЕНИЯ ПРОГНОЗНОГО ХАРАКТЕРА.

ОТДЕЛЬНАЯ ФИНАНСОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В НАСТОЯЩЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ, ПОМИМО ПРОЧЕГО, ФИНАНСОВЫЕ ДАННЫЕ, НЕ ВКЛЮЧАЕМЫЕ В МСФО, МОГЛИ НЕ ПРОХОДИТЬ ПРОВЕРКУ И В ОТНОШЕНИИ НИХ МОГЛО НЕ БЫТЬ ПОЛУЧЕНО ПОДТВЕРЖДЕНИЕ ИЛИ ЗАКЛЮЧЕНИЕ НЕЗАВИСИМОГО АУДИТОРА. ВКЛЮЧЕНИЕ ТАКИХ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В НАСТОЯЩУЮ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ИЛИ ЛЮБУЮ СВЯЗАННУЮ ПРЕЗЕНТАЦИЮ НЕ СЛЕДУЕТ РАССМАТРИВАТЬ КАК ЗАВЕРЕНИЕ ИЛИ ГАРАНТИЮ СО СТОРОНЫ КОМПАНИИ, КОНСУЛЬТАНТОВ ИЛИ ИХ АФФИЛИРОВАННЫХ ЛИЦ, А ТАКЖЕ, СООТВЕТСТВЕННО, ИХ УЧАСТНИКОВ, ДИРЕКТОРОВ, ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ ИЛИ СОТРУДНИКОВ В ОТНОШЕНИИ ТОЧНОСТИ ИЛИ ПОЛНОТЫ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТАКИМИ ДАННЫМИ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ИЛИ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ИЛИ ЕЕ ГРУППЫ.



АНТОН ТИТОВ
*Основатель,
Генеральный Директор
и член Совета
Директоров*

- Основал Обувь России в 2003 г.
- Более 20 лет опыта на обувном рынке России
- Обладатель премий: Лучший специалист в области ритейла (2013), Предприниматель года – Ernst & Young (2008)



Елена Агеева
Финансовый Директор

- В команде Обуви России более 13 лет
- Более 15 лет опыта на обувном рынке России



№ 1

Российская обувная розничная сеть¹ в
среднеценовом сегменте²

148

городов
присутствия⁵



521

магазинов⁵



~45 000

кв.м торговой
площади^{3, 5}

1,4

миллион пар обуви
продано в 2016 г.



2

производственные
площадки



2 500 000

человек –
клиентская база⁵

10,0

млрд рублей
выручка в 2016 г.⁴



31%

Среднегодовой рост
выручки в 2012-2016 гг.⁶



25,5%

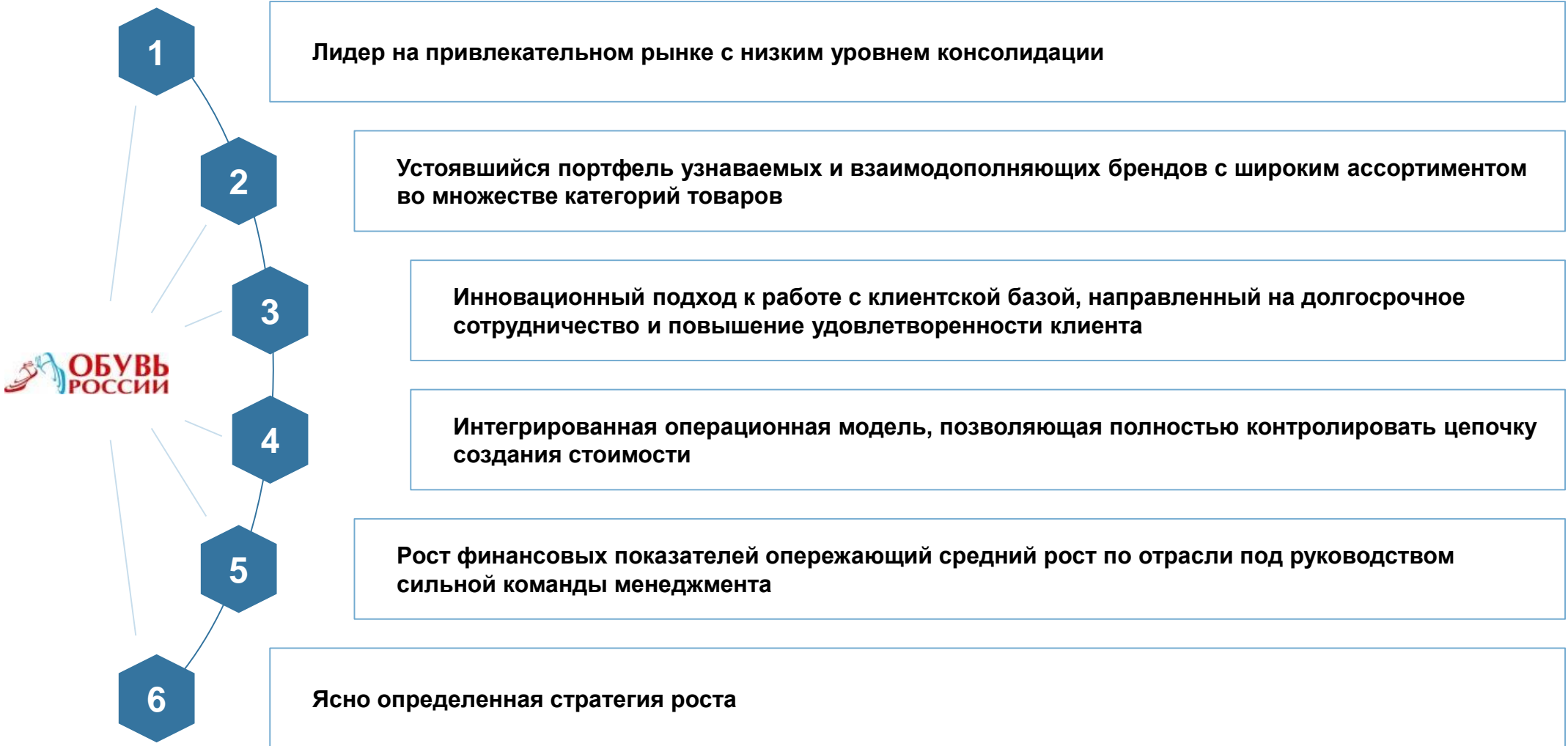
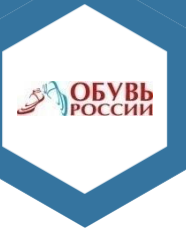
Маржинальность по
ЕВITDA в 2016 г.⁴

Лидер на российском рынке обувного ритейла с сильным портфелем брендов и инновационной бизнес-моделью



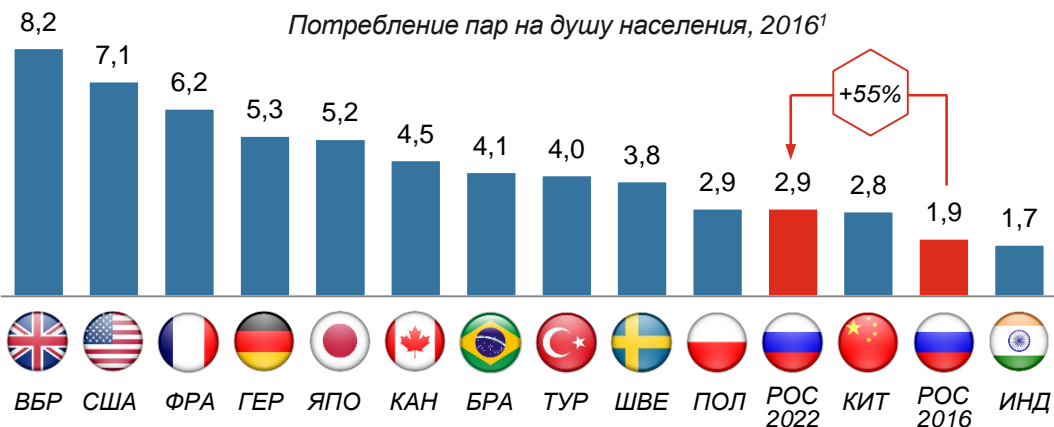


Факторы инвестиционной привлекательности

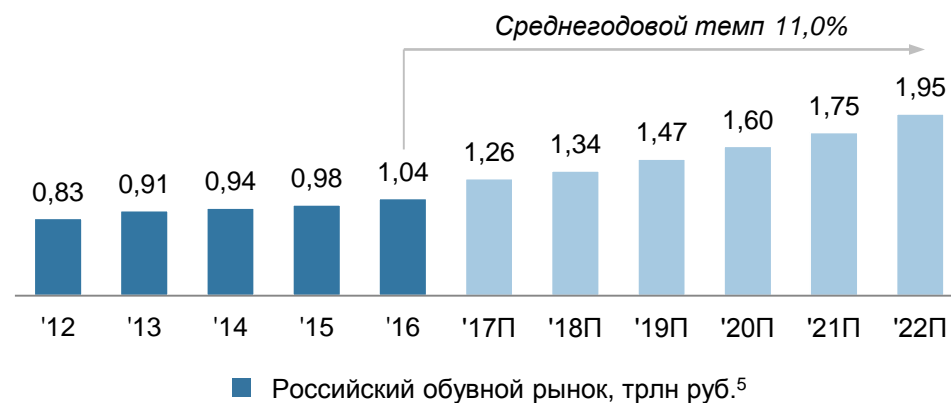


1 Лидирующий игрок на привлекательном рынке с низким уровнем консолидации

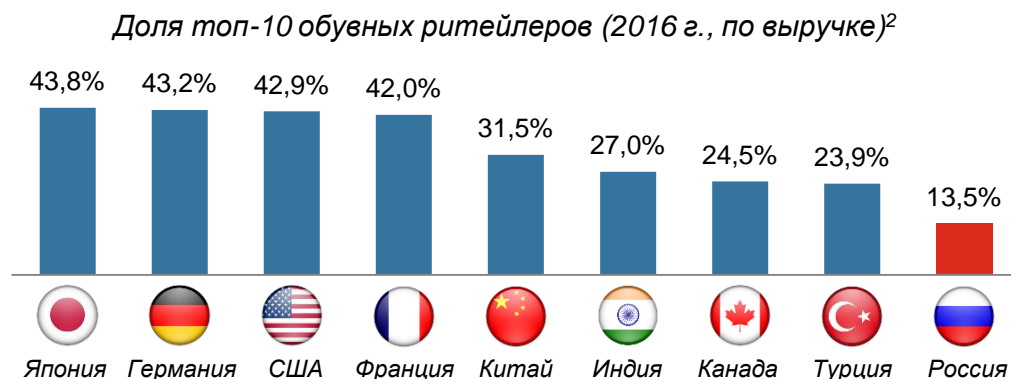
Прогноз восстановления потребления обуви на душу населения



Прогнозный рост рынка обуви



Российский обувной рынок слабо консолидирован



Крупнейшие³ российские обувные сети в среднеценовом сегменте

#	Компания	# магазинов	CAGR '13-16	Доля рынка ⁴
1	ОБУВЬ РОССИИ	511	18,3%	2,5%
2	Respect	235	0,1%	1,0%
3	FRANCESCO DONNI	205	3,9%	0,8%
4	Ralf RINGER	135	7,1%	0,7%
5	mascotte THOMAS MÜNZ	116	n.a.	0,8%

¹ APICCAPS (World Footwear Yearbook 2017); ² Shares of Global Brand Owners согласно классификации Euromonitor'a; ³ по данным на конец 2016 г.; ⁴ в среднеценовом сегменте, по выручке;

⁵ DISCOVERY Research Group (2017)

Источник: APICCAPS (World Footwear Yearbook 2017), DISCOVERY Research Group, Euromonitor

Устоявшийся портфель узнаваемых и взаимодополняющих брендов

2

WESTFALIKA



Обувь в немецком стиле (Neo-traditional)

Rossita



Обувь для всей семьи в европейском стиле (женщины, мужчины, дети)

EMILIA ESTRA



Яркие модели, обувь в итальянском стиле для молодых женщин

Lisette



Модная обувь в французском стиле для молодых девушек

PESHEKHOD
FABRIKA OBUVI



Доступная обувь для всей семьи

- Обувь России – одна из немногих обувных розничных сетей в России, успешно реализовавшая стратегию диверсификации
 - Компания продвигает несколько брендов, каждый из которых отличается позиционированием и направлен на отдельную широкую группу потребителей



3 Сеть федерального масштаба

Широкое географическое присутствие

- Розничная сеть, покрывающая почти все регионы России
 - 148 городов^{1,2}
 - все 8 федеральных округов^{1,2}
- В 2012-2016 гг., компания существенно нарастила количество магазинов под собственным управлением (среднегодовой рост торговой площади 27%)
- Дальнейшая экспансия будет вестись в основном в Центральном, Северо-восточном и Волжском ФО
- 160 магазинов под управлением из 408¹ расположены в торговых центрах, 248 – в виде уличного ритейла

Магазины под управлением

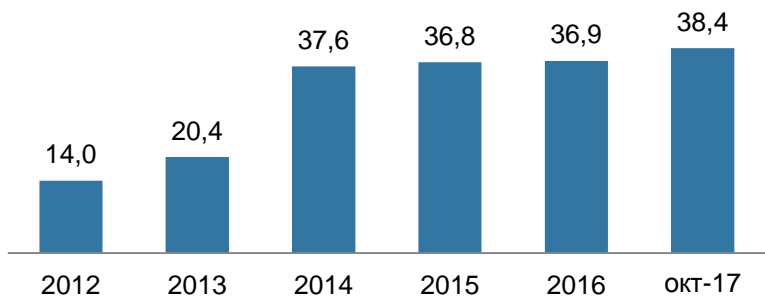
Бренд	# магазинов ¹
WESTFALIKA	290
PESHEKHOD FABRIKA OBUVI	45
EMILIA ESTRA	7
Rossita	31
Lisette	35
Франшиза	113
Итого	521

xx Количество магазинов в регионе

Итого: 521 магазин^{1,2}



Динамика торговой площади



■ Суммарная торговая площадь магазинов под управлением, (конец периода)², '000 кв.м

Франшиза

- Основная задача франшизы – тестирование новых регионов с точки зрения ассортимента / размерного ряда
 - 113 франчайзинговых магазинов в 89 городах России (22% от суммарного количества магазинов)¹

Структура сети Обуви России³



Структура франчайзинговой сети



Инновационный подход к построению клиентской базы, с фокусом на долгосрочное сотрудничество



Повышение лояльности покупателей и удовлетворение их потребностей

70% +
коэф-т удержания²

Увеличение размера чека и трафика в магазинах

1,8x
в сравнении с базовым чеком³

Охват покупателей при помощи многоканальной стратегии продвижения

Эл. кошелек / интернет-сайты

Значительная доля выручки от дополнительных услуг

18%
совокупной выручки⁴

¹ По состоянию на 1П 2017 г.; ² Доля клиентов, повторно воспользовавшихся услугой рассрочки в 2016 г.; ³ Для продаж в рассрочку в 2016 г.;

⁴ Доля выручки от программы продаж в рассрочку и кредитов наличными в 2016 г.; ⁵ Данные менеджмента
Источник: информация компании, финансовая отчетность по МСФО

Операционная модель, позволяющая полностью контролировать цепочку создания стоимости

4

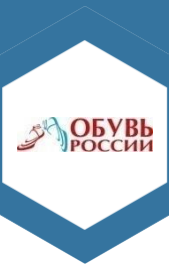


По состоянию на конец 2016 г.



¹ магазины под управлением; ² формат кросс-докинга; ³ информация менеджмента
 Источник: информация компании

Рост финансовых показателей под руководством сильной команды менеджмента



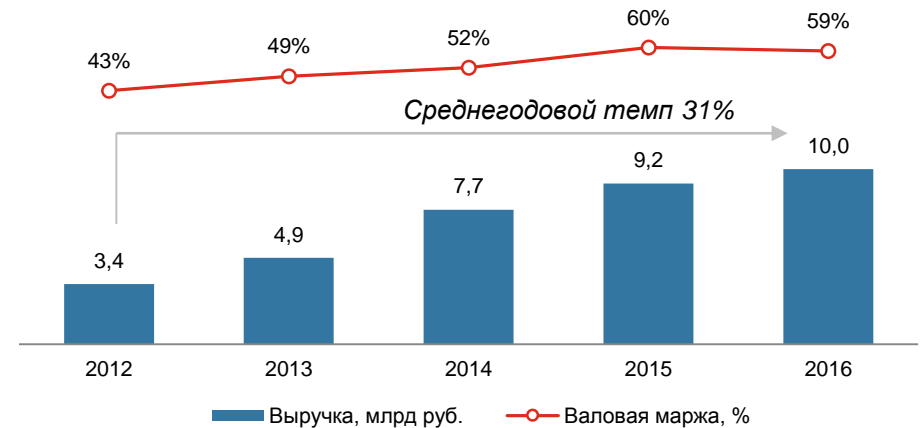
Основатель и контролирующий акционер



Антон Титов

- Основатель, Генеральный Директор и член Совета Директоров
- Основал Обувь России в 2003 г.
- Более 20 лет опыта на обувном рынке России
- Обладатель премий: Лучший специалист в области ритейла (2013), Предприниматель года – Ernst & Young (2008)

Высокий темп роста выручки и валовой маржи...



Команда ключевого менеджмента



Елена Агеева

- Финансовый директор
- 14 лет в компании



Thomas Frank

- Главный дизайнер
- 6 лет в компании



Светлана Белова

- Глава HR отдела
- 10 лет в компании



Юлия Донина

- Коммерческий директор
- 14 лет в компании



Наталья Жеребцова

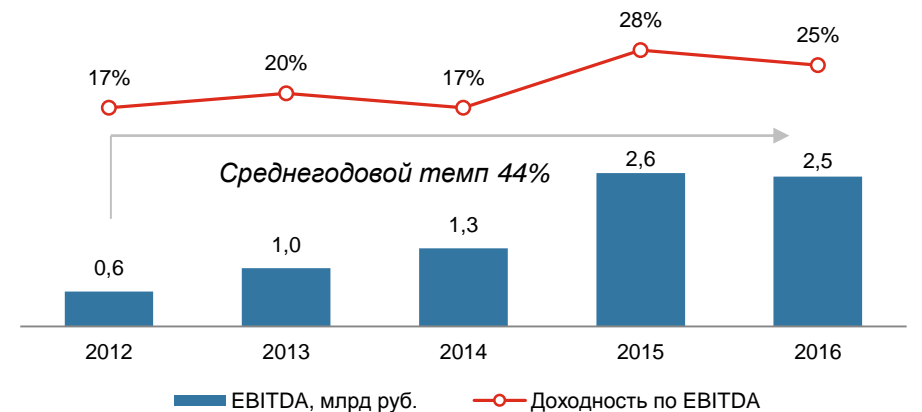
- Глава юр. отдела
- 8 лет в компании



Дмитрий Карпенко

- Глава IT отдела
- 14 лет в компании

... а также рост доходности по EBITDA



Финансовые показатели компании

(Руб. млн. если не указано иначе)	2014	2015	2016	1H2016	1H2017
Операционные показатели					
Торговая площадь собственных магазинов (на конец периода), кв.м	37,6	36,8	36,9	36,5	37,2
Количество магазинов (на конец периода)	452	452	452	452	511
Собственные магазины (на конец периода)	407	383	378	381	398
Франшизы (на конец периода)	45	69	74	71	113
Финансовые показатели					
Выручка	7 663	9 156	9 965	4 075	4 141
рост, %	-	19,5%	8,8%	-	1,6%
Выручка от розничной реализации товаров	5 874	6 844	7 663	3 049	2 743
рост, %	-	16,5%	12,0%	-	-10,0%
LFL продажи, %	11,7%	11,1%	9,4%	10,2%	-6,3%
Выручка от розничной реализации на кв.м, '000 (руб.)	203	184	208	209	186
Выручка от оптовой реализации товаров	987	948	825	285	670
рост, %	-	-4,0%	-13,0%	-	134,7%
Выручка от микрофинансовой деятельности	802	1 364	1 478	741	729
рентабельность, %	-	70,0%	8,4%	-	-1,7%
Валовая прибыль	3 987	5 510	5 859	2 521	2 479
рентабельность, %	52,0%	60,2%	58,8%	61,9%	59,9%
Валовая прибыль на кв.м ¹ , '000 (руб.)	138	148	159	160	156
Административные расходы (за исключением резервов по займам)	2 466	2 508	2 666	1 261	1 351
% от выручки	32,2%	27,4%	26,8%	30,9%	32,6%
ЕБИТДА	1 325	2 602	2 540	816	1 052
рентабельность, %	17,3%	28,4%	25,5%	20,0%	25,4%
Чистая прибыль	637	1 469	1 183	251	348
рентабельность, %	8,3%	16,0%	11,9%	6,2%	8,4%
Чистый оборотный капитал²	5 737	6 958	9 048	n/a	9 553
% от выручки (за последние 12 месяцев)	74,9%	76,0%	90,8%	-	95,2%
Займы, выданные в течение периода	1 500	2 709	3 677	1 730	1 792
рост, %	-	80,6%	35,7%	-	3,6%
Стоимость риска ³	6,6%	5,1%	6,0%	n/a	4,1%
Коэффициент NPL ⁴	7,6%	12,6%	13,9%	n/a	15,9%
Долг	5 390	6 020	7 341	n/a	7 746
Деньги и денежные эквиваленты	292	287	352	n/a	290
Чистый долг	5 098	5 732	6 989	n/a	7 457
Чистый долг / ЕБИТДА (за последние 12 месяцев)	3,8x	2,2x	2,8x	-	2,7x
Скорректированный чистый долг⁵	2 927	3 314	4 175	n/a	5 499
Скорректированный чистый долг / ЕБИТДА (за последние 12 месяцев)	2,2x	1,3x	1,6x	-	2,0x
Капитальные вложения	1 271	639	323	169	29
% от выручки	16,6%	7,0%	3,2%	4,2%	0,7%
ROIC	20,8%	28,3%	21,0%	n/a	n/a

¹ В среднем на м² собственных магазинов, аннуализированные данные за 1П2016 и 1П2017; ² Чистый оборотный капитал = Запасы+ Торговая и прочая дебиторская задолженность + Авансы выданные – Торговая и прочая кредиторская задолженность; ³ Стоимость риска рассчитана как частное резервов по займам и общего объема микро-займов, выданных за период; ⁴ Коэффициент NPL посчитан как частное займов, просроченных на срок более чем 91 день и общего объема займов, выданных за период (за последние 12 месяцев на 1П2017); ⁵ Чистый долг – (Торговая и прочая дебиторская задолженность + займы, выданные физическим лицам+ Капитализированные проценты по выданным займам – займы и проценты по займам, просроченным на срок более чем 91 день – Торговая и прочая дебиторская задолженность, просроченная на срок более чем 91 день)
Источники: Финансовая отчетность по стандартам МСФО за 2014-2016 гг. и 1П2017, Данные компании