

ОТЧЕТ ЭМИТЕНТА ОБЛИГАЦИЙ ЗА 2019 ГОД

Общество с ограниченной ответственностью «Трейд Менеджмент»

Биржевые облигации документарные процентные неконвертируемые на предъявителя с обязательным централизованным хранением серии БО-П01, размещенные путем открытой подписки, в количестве 20 000 (Двадцати тысяч) штук, номинальной стоимостью 10 000 (Десять тысяч) российских рублей каждая, общей номинальной стоимостью 200 000 000 (Двести миллионов) российских рублей, со сроком погашения в 1440-й день с даты начала размещения биржевых облигаций, идентификационный номер выпуска 4B02-01-00498-R-001P от 02.12.2019.

Информация, содержащаяся в настоящем отчете эмитента облигаций, подлежит раскрытию в соответствии с требованиями Правил листинга ПАО Московская Биржа к раскрытию информации эмитентами, допущенными к организованным торгам без их включения в котировальные списки и без регистрации проспекта ценных бумаг.

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Трейд Менеджмент»

Г. Ф. Типпель

(подпись)

«27» марта 2020 г.

М.П.

Контактное лицо:

заместитель генерального
директора по финансово-
экономической работе
(должность)

Пешехонов Алексей
Сергеевич

(фамилия, имя, отчество)

Телефон:

+7 (495) 983-03-92

**Адрес электронной
почты:**

aleksey.peshehonov@pochtavip.com

Настоящий отчет эмитента облигаций содержит сведения об эмитенте, о финансово-хозяйственной деятельности эмитента, финансовом состоянии эмитента. Инвесторы не должны полностью полагаться на оценки и прогнозы эмитента, приведенные в настоящем отчете эмитента облигаций, так как фактические результаты деятельности эмитента в будущем могут отличаться от прогнозируемых результатов по многим причинам. Приобретение ценных бумаг эмитента связано с рисками, описанными в настоящем отчете эмитента облигаций.

Содержание:

1. Общие сведения об эмитенте.....	3
1.1. Основные сведения об эмитенте.....	3
1.2. Краткая характеристика эмитента, история создания и ключевые этапы развития эмитента, адрес страницы в сети Интернет, на которой размещен устав эмитента.	3
1.3. Стратегия и планы развития деятельности.....	5
1.4. Рынок и рыночные позиции эмитента (масштаб деятельности, география присутствия, диверсификация бизнеса, специализация, рыночная ниша). Конкуренты эмитента.	5
1.5. Описание структуры эмитента (группы/холдинга, в которую входит эмитент, подконтрольные организации и зависимые общества), имеющее по мнению эмитента значение для принятия инвестиционных решений.	7
1.6. Структура акционеров/участников (бенефициары и доли их прямого или косвенного владения в капитале эмитента), сведения об органах управления (совет директоров, коллегиальный исполнительный орган) и сведения о руководстве (топ-менеджменте) эмитента.	8
1.7. Сведения о кредитных рейтингах эмитента (ценных бумаг эмитента).	9
2. Сведения о финансово-хозяйственной деятельности и финансовом состоянии эмитента.	10
2.1. Операционная деятельность (основная деятельность, приносящая выручку) эмитента (основные виды, географические регионы, иная информация) в динамике за последние 3 года.	10
2.2. Оценка финансового состояния эмитента в динамике за последние 3 года, включающая в себя обзор ключевых показателей деятельности эмитента с указанием методики расчета приведенных показателей и адреса страницы в сети Интернет, на которой размещена бухгалтерская (финансовая) отчетность эмитента, на основе которой были рассчитаны приведенные показатели. Приводится анализ движения ключевых показателей деятельности эмитента и мер (действий), предпринимаемых эмитентом (которые планирует предпринять эмитент в будущем), для их улучшения и (или) сокращения факторов, негативно влияющих на такие показатели.	11
2.3. Структура активов, обязательств, собственного капитала в динамике за последние 3 года.	14
2.4. Кредитная история эмитента за последние 3 года.	15
2.5. Основные кредиторы и дебиторы эмитента на 31.12.2019.	16
2.6. Описание отрасли или сегмента, в которых эмитент осуществляет свою основную операционную деятельность.	16
2.7. Описание судебных процессов (в случае их наличия), в которых участвует эмитент и которые могут существенно повлиять на финансовое состояние эмитента.	19
2.8. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью эмитента, которые могут влиять на исполнение обязательств по ценным бумагам, включая существующие и потенциальные риски. Политика эмитента в области управления рисками.	19

1. Общие сведения об эмитенте:

1.1. Основные сведения об эмитенте:

Полное фирменное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Трейд Менеджмент»

Сокращенное фирменное наименование: ООО «Трейд Менеджмент»

ИНН: 7719433140

ОГРН: 5157746152130

Место нахождения: 129347, г. Москва, ул. Лосевская, д. 18, этаж 2, комната 13

Дата государственной регистрации: 08.12.2015

1.2. Краткая характеристика эмитента, история создания и ключевые этапы развития эмитента, адрес страницы в сети Интернет, на которой размещен устав эмитента.

ООО «Трейд Менеджмент» управляет 75 магазинами, из них 50 – мультибрендовые магазины lady & gentleman CITY и 25 – монобрендовые бутики по франшизе Armani Exchange (22 ед.), EA7 (1) и HUGO HUGO Boss (2).

История создания ООО «Трейд Менеджмент»

1994 г. – бизнес начался с поставки брюк «Майер» и кожгалантереи в крупные универмаги Москвы и Санкт-Петербурга.

1997 г. – открытие первого розничного магазина мужской одежды Gentleman в московском ТЦ «Охотный ряд».

2001 г. – открытие первого в Москве мультибрендового магазина мужской и женской одежды lady & gentleman CITY.

2005 г. – выход на региональные рынки: Санкт-Петербург, Самара, Казань, Екатеринбург, Тюмень.

2012 г. – запуск пилотного проекта в формате fashion department store, предлагающего мужскую, женскую, детскую одежду и аксессуары от итальянских дизайнеров. Ввод новой торговой марки KORPO в ассортимент магазинов lady & gentleman CITY.

2014 г. – запуск корнерной системы. Корнеры расположены в ряде торговых секций lady & gentleman CITY, включают наличие специального оборудования и особую раскладку товара по стандартам известных брендов.

Открытие бутика Armani Jeans в торговом центре «Европейский» (далее трансформировался в концепт Emporio Armani).

Внедрение прогрессивной системы складской обработки, хранения товара и подсортировки магазинов за счет использования новой системы программного обеспечения, что позволило свести к минимуму человеческий ресурс и привело к сокращению расходов на складскую логистику.

2015 г. – регистрация ООО «Трейд Менеджмент», под управлением которого с 2019 года находятся 75 магазинов.

2016 г. – ввод новой для российского рынка марки Armani Exchange. Получено эксклюзивное право на открытие данных бутиков в Москве.

Открытие корнеров Patrizia Pepe и Boss Hugo Boss Orange.

Запуск концепта Casual Day in lady & gentleman CITY. Новый формат объединяет под одной крышей лучшие casual-коллекции ведущих европейских брендов направлений «деним» и «спорт».

2017 г. – открытие первого аутлета (магазина, специализирующегося на продаже одежды известных брендов со значительными скидками) сети lady & gentleman CITY в России, который расположился в пространстве торгового центра международного масштаба – Vnukovo Outlet Village.

Корнерное представление коллекций от BOSS Orange, BOSS Green, EA7 Emporio Armani, Armani Exchange, Basler, Laurèl, Trussardi Jeans, Gerry Weber, Finisterre, KORPO, Liu Jo и других марок, а также большой выбор детских коллекций от ведущих европейских марок представлены со скидками до 70%.

Покупка двух магазинов Armani Jeans у АО «БНС Групп» (далее трансформировались в концепт Armani Exchange).

2018 г. – открытие первых в России монобрендовых магазинов немецкого бренда HUGO в новом формате.

Запуск монобрендовых бутиков Emporio Armani (линия одежды и аксессуаров итальянского модного дома Giorgio Armani) и EA7 Emporio Armani (спортивная версия) в Москве.

Внедрение обновленной программы лояльности для покупателей – Fashion Club.

2019 г. – запуск доставки товаров интернет-магазина lgcity.ru по всей России.

Открытие флагманского мультибрендового магазина lady & gentleman CITY площадью 3,5 тыс. кв. м в СТЦ «МЕГА Теплый Стан» (Москва). Особенность заключается в зонировании каждого из 24 брендов: корнеры оформлены в фирменном стиле Модного дома, что помогает клиенту легко ориентироваться. В формате хард-корнера работают ведущие магазины сети lady & gentleman CITY в СТЦ «МЕГА» в Химках, Санкт-Петербурге («Дыбенко»), Казани и Екатеринбурге.

По запросу поставщика ООО «ГЕРРИ ВЕБЕР РУС» в 2019 году ООО «Трейд Менеджмент» было добавлено в список контрагентов, на сделки которого распространяется страховое покрытие ведущей международной компании Atradius N.V. Страхование исполнения обязательств по оплате поставок позволит эмитенту значительно снизить портфель банковских гарантий/аккредитивов и повысить эффективность бизнеса.

За 25 лет бизнес прошел все этапы становления российского рынка одежды и продолжает активно развиваться, следуя мировым тенденциям.

Устав эмитента размещен: <http://e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38009>.

1.3. Стратегия и планы развития деятельности.

Эмитент не планирует менять основной вид деятельности. Стратегия ООО «Трейд Менеджмент» предусматривает:

- 1) Открытие магазинов площадью 800-2000 кв. м в городах с населением свыше 1 млн человек.
- 2) Запуск в апреле 2020 г. магазина lady & gentleman CITY в Москве на Аминьевском шоссе площадью 1200 кв. м, на открытие которого направлено порядка 41 млн инвестиций, привлеченных с помощью эмиссии облигаций.
- 3) Реновация торговых площадей (3,4 тыс. кв. м) в ТРК «Европолис» в Москве. На базе магазина в 2020 г. будет создана галерея хард-корнеров – 60-70 персонифицированных пространств брендов-партнеров. Подобная практика, внедренная в московском СТЦ «МЕГА Теплый Стан», отлично зарекомендовала себя, обеспечив прирост продаж на уровне 30% в год.
- 4) Реконструкция магазина lady & gentleman CITY площадью почти 1,4 тыс. кв. м в четырехэтажном ТРЦ Columbus на Варшавском шоссе в Москве в 2020 г.
- 5) Монтаж в 2020 г. корнеров Aeronautica, Bogner, Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Orsa, Betty Barclay на территории 249 кв. м в московском ТЦ «Авиапарк», а также корнеров Dirk B. И Deha в ТРЦ «МЕГА Химки».
- 6) Развитие монобрендовых проектов HUGO и Armani, успешно стартовавших в 2018 г.
- 7) Оптимизация расходов на содержание магазинов и закупку товара.
- 8) Рост онлайн-продаж интернет-магазина lgcity.ru к 2021 г. на 40-50%.
- 9) Синхронизация ассортимента онлайн-сервиса с актуальными остатками в магазинах, увеличение скорости обработки заказов, создание новых фотолабораторий, внедрение курьерской доставки товаров.
- 10) Увеличение доли сети на рынке сегмента fashion-ритейл на 5-7% к 2022 г.
- 11) Повышение прибыли к 2022 г. на 10%.

1.4. Рынок и рыночные позиции эмитента (масштаб деятельности, география присутствия, диверсификация бизнеса, специализация, рыночная ниша). Конкуренты эмитента.

Более половины магазинов эмитента lady & gentleman CITY, Armani Exchange, EA7 и HUGO HUGO Boss работают в Москве. Также сеть осуществляет свою деятельность в Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Казани, Омске, Самаре, Ростове-на-Дону, Уфе, Красноярске, Краснодаре, Тюмени и Сочи. Доставка заказов, оформленных в интернет-магазине, осуществляется во все регионы России.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кол-во магазинов	18	22	25	28	32	36	38	41	47	51	66	73	75
Площадь, м2	15 087	18 015	20 186	24 945	32 378	37 963	39 906	44 930	50 929	55 467	61 272	64 101	64 195
Прирост по кол-ву		22%	14%	12%	14%	13%	6%	8%	15%	9%	29%	11%	2,7%
Прирост по площади, м2		19%	12%	24%	30%	17%	5%	13%	13%	9%	10%	5%	0,1%

С 2007 года общая площадь магазинов эмитента выросла с 15,1 до 64,2 тыс. кв. м, количество – с 18 до 75, средняя площадь одного магазина осталась в пределах 855 кв. м.

Ассортимент магазинов эмитента состоит из мужской и женской одежды, в том числе из кожи и меха, обуви и аксессуаров. Среди женской и мужской одежды преобладают продажи

трикотажа и курток, однако значимую долю занимают продажи женских пальто, в то время как в мужском ассортименте их доля минимальна.

Структура продаж эмитента по номенклатуре, 2019 г.	
Мужская одежда	44%
Женская одежда	40%
Галантерея	10%
Одежда из кожи и меха	6%

В магазинах эмитента можно подобрать гардероб на любой сезон и на все случаи жизни. Общая ассортиментная матрица насчитывает около 20 тыс. наименований одежды, обуви и аксессуаров более чем 100 торговых марок.

Эмитент имеет долгосрочные взаимоотношения с итальянскими, немецкими и английскими поставщиками готового товара и фабриками, занимающимися производством одежды (более 100 партнеров). Любой премиальный бренд заключает ограниченное количество соглашений о сотрудничестве в каждой стране и затем проводит аудит и выездные проверки, таким образом, вся продукция является сертифицированной и проверенной.

Коллекции привозят 2 раза в год: летние – с февраля до мая, зимние – с мая до октября. В первые месяцы каждого сезона товар имеет самую высокую цену. При этом продукция максимально отражает текущие модные тренды, поэтому самое актуальное, но и в то же время дорогое время для шопинга – весна и осень.

Портфель брендов эмитента достаточно диверсифицирован, среди них – известные европейские бренды со стабильно высоким спросом со стороны покупателей. Крупнейшая торговая марка (ARMANI EXCHANGE) формирует более 12% товарооборота. Исходя из того, что объем российского рынка одежды, обуви и аксессуаров в 2019 году составил около 2,26-2,29 трлн рублей, из которых около 7% - доля брендов, с которыми работает эмитент, доля эмитента на российском рынке партнерских брендов – 6%.

Компания работает в разных ценовых сегментах. Ассортимент рассчитан на широкую аудиторию 25-60 лет со средним и выше уровнем дохода. Средний чек по итогам 2019 г. составил 11,6 тыс. рублей. Больше 70% выручки приходится на среднеценовой сегмент, 15% – на премиум-сегмент.

	Премиум-сегмент	Средний сегмент	Масс-маркет
Доля выручки ООО «Трейд Менеджмент» по ценовым сегментам, 2019 г.	15%	73%	12%
Конкуренты	ЦУМ, ГУМ, Mercury	Магазины «Холдинг- Центр»	Zara, Mango, H&M

В премиум-сегменте конкурентами эмитента выступают магазины, представленные в ЦУМе, ГУМе и Mercury.

1.5. Описание структуры эмитента (группы/холдинга, в которую входит эмитент, подконтрольные организации и зависимые общества), имеющее по мнению эмитента значение для принятия инвестиционных решений.

Дочерние и (или) зависимые общества ООО «Трейд Менеджмент» отсутствуют.

Подконтрольные организации эмитента, имеющие для него существенное значение, отсутствуют.

1.6. Структура акционеров/участников (бенефициары и доли их прямого или косвенного владения в капитале эмитента), сведения об органах управления (совет директоров, коллегиальный исполнительный орган) и сведения о руководстве (топ-менеджменте) эмитента.

Уставный капитал ООО «Трейд Менеджмент»: 500 000 (Пятьсот тысяч) рублей, оплачен полностью.

Учредитель – ЗАО «Эй-Эр-Си Холдинг», владеет долей 100% в уставном капитале.

Конечный бенефициар ООО «Трейд Менеджмент» – Типпель Геннадий Федорович.

Органами управления Общества являются:

- Общее собрание участников Общества;
- Генеральный директор Общества.

Высшим органом Общества является Общее собрание участников, согласно п. 8.2 Устава ООО «Трейд Менеджмент».

Собрание назначает Генерального директора Общества сроком на три года (п. 8.12). Генеральный директор осуществляет руководство текущей деятельностью Общества (п. 8.13).

Уставом ООО «Трейд Менеджмент» не предусмотрено формирование коллегиального исполнительного органа.

Генеральный директор ООО «Трейд Менеджмент» – Типпель Геннадий Федорович, генерал-лейтенант с высшим военным образованием. Осуществляет общее руководство деятельностью компании, формирует кадровую политику, обеспечивает управленческую безопасность бизнеса.

Занимаемые за последние 5 лет должности:

- с 2014 г. – Г. Ф. Типпель – генеральный директор ООО «Леди и Джентльмен»;
- с 2015 г. – генеральный директор ООО «Ритейл-Сити»;
- с 2018 г. – генеральный директор ООО «Трейд Менеджмент».

Профессиональные достижения за время работы в ООО «Трейд Менеджмент»:

- постановка стратегических целей и задач, контроль их исполнения;
- построение бизнес-процессов;
- повышение деловой репутации компании-эмитента и сети lady & gentleman CITY на рынке;
- улучшение коммерческих условий с партнерами, в том числе заключение прямых контрактов;
- содействие в укреплении партнерских отношений со всемирно известной группой Giorgio Armani, а именно: открытие в России сети бутиков Armani Exchange (первые в континентальной Европе) и флагманского бутика спортивной марки EA7 (первые в России);
- достижение договоренностей с группой Hugo Boss об открытии в России сети бутиков HUGO (первые в РФ);
- обеспечение создания интернет-магазина lgcity.ru.

1.7. Сведения о кредитных рейтингах эмитента (ценных бумаг эмитента).
У эмитента и ценных бумаг эмитента отсутствуют кредитные рейтинги.

2. Сведения о финансово-хозяйственной деятельности и финансовом состоянии эмитента.

2.1. Операционная деятельность (основная деятельность, приносящая выручку) эмитента (основные виды, географические регионы, иная информация) в динамике за последние 3 года.

Всю выручку ООО «Трейд Менеджмент» получает от продажи одежды и аксессуаров. Товарооборот эмитента за 2019 год вырос до 980,8 тыс. чеков.

Показатели товарооборота эмитента	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Средний чек, руб.	11 814	11 340	11 589
Количество чеков, шт.	785 039	884 100	980 758

Под управлением эмитента находится 75 магазинов, 45 из них открыто в Москве. Также 6 магазинов работает в Екатеринбурге, по 3 – в Нижнем Новгороде, Новосибирске и Уфе, оставшиеся – в Казани, Краснодаре, Омске, Сочи, Санкт-Петербурге, Тюмени, Красноярске, Ростове-на-Дону, Самаре.

В структуре продаж ООО «Трейд Менеджмент» наибольшую долю занимают пять крупных брендов.

Структура выручки по брендам	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
ARMANI EXCHANGE	7,4%	12,0%	12,4%
ALESSANDRO MANZONI	10,6%	9,1%	9,2%
Boss Hugo Boss	6,5%	7,1%	7,7%
RITTER	10,7%	8,3%	7,5%
EA 7 EMPORIO ARMANI	3,8%	3,5%	4,2%
Прочие	61,0%	60,0%	59,0%
Итого выручка, тыс. руб.:	57 474	3 250 004	6 460 479

2.2. Оценка финансового состояния эмитента в динамике за последние 3 года, включающая в себя обзор ключевых показателей деятельности эмитента с указанием методики расчета приведенных показателей и адреса страницы в сети Интернет, на которой размещена бухгалтерская (финансовая) отчетность эмитента, на основе которой были рассчитаны приведенные показатели. Приводится анализ движения ключевых показателей деятельности эмитента и мер (действий), предпринимаемых эмитентом (которые планирует предпринять эмитент в будущем), для их улучшения и (или) сокращения факторов, негативно влияющих на такие показатели.

Показатели, тыс. руб.	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Валюта баланса	130 396	2 202 064	3 062 959
Основные средства	25 043	392 054	1 141 354
Собственный капитал	1 077	34 669	267 796
Запасы	780	1 042 586	1 310 686
Дебиторская задолженность	62 949	455 878	446 223
Кредиторская задолженность	99 170	1 929 593	1 945 726
Финансовый долг	30 150	237 802	825 246
долгосрочный	0	0	655 000
краткосрочный	30 150	237 802	170 246
Выручка	57 474	3 250 004	6 460 479
Валовая прибыль	13 434	2 752 110	4 369 349
Прибыль от реализации (ЕВІТ)	13 434	389 383	796 699
Проценты к уплате	0	10 827	57 632
Чистая прибыль	577	33 591	233 128
Долг / Выручка	0,52	0,07	0,13
Долг / Капитал	27,99	6,86	3,08
Долг / ЕВІТ	2,24	0,61	1,04
Валовая рентабельность	23,4%	84,7%	67,6%
Рентабельность по ЕВІТ	23,4%	12,0%	12,3%
Рентабельность по чистой прибыли	1,0%	1,0%	3,6%

По итогам 2019 года выручка ООО «Трейд Менеджмент» увеличилась до 6,46 млрд рублей, величина чистой прибыли составила 233 млн рублей. Эмитент обеспечивает прирост выручки преимущественно за счет увеличения числа магазинов: в 2019 году открыт 75-й магазин в московском СТЦ «МЕГА Теплый Стан» площадью 3,5 тыс. кв. м, а на апрель 2020 года запланировано открытие магазина в Москве на Аминьевском шоссе (станция метро «Славянский бульвар»).

Помимо запуска нового бутика брендовой одежды, планируется модернизировать еще четыре действующих магазина в Москве. К примеру, в 2020 году состоится реконструкция магазина lady & gentleman CITY в московском ТРЦ Columbus на Варшавском шоссе.

На динамике финансовых результатов положительно сказывается и развитие интернет-магазина: в 2019 году компания запустила доставку товаров интернет-магазина lgcity.ru по всей России, а также направила более 1,7 млн рублей на его развитие – обеспечение качественного контента и проведение рекламной кампании.

Продолжается диверсификация линейки брендов. В период продажи зимней коллекции были запущены новые бренды – итальянские молодежные торговые марки Imperial и Peuterey Plurals, известные бренды женской одежды Manila Grace и Navigare и американский бренд Tommy Sport.

Активы компании выросли с 2,2 млрд рублей в конце 2018 года до 3,1 млрд рублей на 31.12.2019. Прирост на 861 млн рублей обеспечен преимущественно увеличением стоимости основных средств на 749 млн рублей, которое связано с приобретением офисных помещений, а также открытием и оснащением магазинов. Оформление офисов в собственность позволило компании сэкономить на арендных платежах, которые составляли порядка 40 млн рублей в год. Более 200 млн рублей было профинансировано за счет собственного капитала эмитента, который на конец года составил 267,8 млн рублей и почти полностью сформирован нераспределенной прибылью.

Финансовый долг на 31.12.2019 составил 825,2 млн рублей, из которых 200 млн рублей – размещенные в декабре биржевые облигации. Оставшаяся часть преимущественно сформирована долгом перед ПАО «Сбербанк» и ПАО «МКБ».

Рост кредитного портфеля связан с открытием в 2019 году магазинов Armani Exchange во Vnukovo Outlet Village, EA7 в «МЕГА Теплый Стан», lady & gentleman CITY и Armani Exchange в «Outlet Village Новая Рига», активным развитием интернет-магазина, реализацией программы реновации магазинов (lady & gentleman CITY в СТЦ «МЕГА Теплый Стан»), реконструкцией действующих магазинов (lady & gentleman CITY в ТРЦ «Фантастика», Нижний Новгород), развитием корнерной системы действующих магазинов.

Дебиторская задолженность осталась на уровне 2018 года и на конец 2019 года составила 446,2 млн рублей. Она сформирована преимущественно арендными авансовыми платежами и авансами некоторым поставщикам и подрядчикам. Кредиторская задолженность также существенно не изменилась, на 31.12.2019 находится на уровне 1,95 млрд рублей, за счет нее компания финансирует закупку товара, а также часть инвестиций в открытие новых торговых точек.

Улучшение эффективности магазинов будет проходить за счет плановой реновации, которая заключается в строительстве в рамках магазинов lady & gentleman CITY галерей персонифицированных пространств брендов-партнеров (хард-корнеров). Целью программы модернизации является рост продаж на уровне 30% в год, в то время как продажи в мультибрендовых секциях магазинов ежегодно растут на 5-10%.

Кроме этого, положительно повлияет на ключевые показатели ООО «Трейд Менеджмент» и реализация мероприятий по развитию интернет-магазина, направленных на увеличение доли онлайн-продаж среди потребителей сети.

Методика расчета приведенных показателей

Валюта баланса	стр. 1600 Бухгалтерского баланса
Основные средства	стр. 1150 Бухгалтерского баланса
Собственный капитал	Итог по разделу III баланса
Запасы	стр. 1210 Бухгалтерского баланса
Долгосрочные финансовые вложения	стр. 1170 Бухгалтерского баланса
Краткосрочные финансовые вложения	стр. 1240 Бухгалтерского баланса
Кредиторская задолженность	стр. 1520 Бухгалтерского баланса
Дебиторская задолженность	стр. 1230 Бухгалтерского баланса
Финансовый долг	стр. 1510+1410 Бухгалтерского баланса
Долгосрочный финансовый долг	стр. 1410 Бухгалтерского баланса
Краткосрочный финансовый долг	стр. 1510 Бухгалтерского баланса
Выручка	стр. 2110 Отчета о финансовых результатах
Валовая прибыль	стр. 2100 Отчета о финансовых результатах
ЕВИТ	стр. 2200 + стр. 2310 Отчета о финансовых результатах
Проценты к уплате	стр. 2330 Отчета о финансовых результатах
Чистая прибыль	стр. 2400 Отчета о финансовых результатах
Финансовый долг/Выручка	(стр. 1510+1410 Бухгалтерского баланса)/«Годовая выручка»
Финансовый долг/Собственный капитал	(стр. 1510+1410 Бухгалтерского баланса) разделить на Итог по разделу III баланса
Финансовый долг/ Прибыль от реализации (ЕВИТ)	(стр. 1510+1410 Бухгалтерского баланса)/«Годовая Прибыль от реализации (ЕВИТ)»
Валовая рентабельность	Валовая прибыль/Выручка
Рентабельность по ЕВИТ	Прибыль от реализации (ЕВИТ)/Выручка
Рентабельность по чистой прибыли	Чистая прибыль/Выручка

Бухгалтерская (финансовая) отчетность эмитента размещена: <http://e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38009>.

2.3. Структура активов, обязательств, собственного капитала в динамике за последние 3 года.

Внеоборотные активы, тыс. руб.			
На отчетную дату	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Нематериальные активы	-	-	-
Основные средства	25 043	392 054	1 141 354
Долгосрочные финансовые вложения	-	-	-
Отложенные налоговые активы	-	3	5 080
Прочие внеоборотные активы	-	-	-
Итого Внеоборотные активы	25 043	392 057	1 146 434
Оборотные активы, тыс. руб.			
Запасы	780	1 042 586	1 310 686
НДС	848	93 911	12 040
Дебиторская задолженность	62 949	455 878	446 223
Краткосрочные финансовые вложения	-	-	-
Денежные средства	40 255	204 973	146 204
Прочие оборотные активы	521	12 659	1 372
Итого Оборотные активы	105 353	1 810 007	1 916 525
ИТОГО АКТИВЫ	130 396	2 202 064	3 062 959

Величина активов на конец 2019 года составила 3,07 млрд рублей, из них 43% приходится на запасы и еще 37% – на основные средства.

Рост стоимости основных средств за 2019 год составил 749,3 млн рублей и связан с открытием новых магазинов и их оснащением. Только в Москве за 2019 год открыто 9 корнеров и бутиков, включая 2 аутлета Armani Exchange от дома моды Giorgio Armani, а также корнеры BOSS и HUGO. Состоялось открытие обновленных магазинов lady & gentleman CITY в Нижнем Новгороде и Казани, два корнера Gerry Weber начали работу в Екатеринбурге.

Стоимость запасов выросла с 1,04 млрд рублей в 2018 году до 1,31 млрд рублей на конец 2019 года, в том числе на закупку товара направлено свыше 197 млн рублей за счет средств от облигационного займа. Из них 157 млн руб. – на оплату коллекций осень/зима-2019-2020 и весна/лето-2020 для действующих торговых точек сети lady & gentleman CITY, 40 млн руб. – для формирования ассортимента нового магазина в Москве.

Долгосрчные обязательства, тыс. руб.			
На отчетную дату	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Займы и кредиты	-	-	655 000
Отложенные налоговые обязательства	-	-	-
Итого долгосрочные обязательства	-	-	655 000
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.			
Займы и кредиты	30 150	237 802	170 246
Кредиторская задолженность	99 170	1 929 593	1 945 726
Доходы будущих периодов	-	-	-
Резервы предстоящих расходов и платежей	-	-	24 191
Итого Краткосрочные обязательства	129 320	2 167 395	2 140 163
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	129 320	2 167 395	2 795 163

На конец 2019 года финансовый долг ООО «Трейд Менеджмент» составил 825 млн рублей, долг перед поставщиками — 1,95 млрд рублей. За счет кредиторской задолженности компания финансирует закупку товара, а также инвестиции в открытие новых торговых точек. Более 68% обязательств покрыты ликвидными активами: запасами, дебиторской задолженностью и остатками денежных средств на расчетных счетах.

Собственный капитал, тыс. руб.			
На отчетную дату	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Уставный капитал	500	500	500
Нераспределенная прибыль	577	34 169	267 296
ИТОГО	1 077	34 669	267 796

Собственный капитал эмитента занимает в структуре активов около 9%. Сформирован нераспределенной прибылью.

2.4. Кредитная история эмитента за последние 3 года.

	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Финансовый долг, тыс. руб.	30 150	237 802	825 247
Долгосрчный	0	0	655 000
Краткосрочный	30 150	237 802	170 246

В основном кредитный долг представлен краткосрочными кредитами перед ПАО «Сбербанк» и ПАО «Московский Кредитный Банк» по ставкам не более 10,3% годовых, которые направляются на обеспечение закупки товара. Также в структуре долгосрочного финансового долга с 2019 года присутствует облигационный выпуск на 200 млн рублей.

2.5. Основные кредиторы и дебиторы эмитента на 31.12.2019.

Кредиторы	Сумма задолженности, тыс. руб.	Доля
ООО «Евротайм»	769 485	40%
ООО «Импорт Плюс»	354 496	18%
GIORGIO ARMANI SPA	225 375	12%
«ХЬЮГО БОСС Рус»	192 239	10%
ООО «Т. Р. С Дистрибьюшн»	156 088	8%
Прочие	248 043	13%
Общая кредиторская задолженность	1 945 726	100%

Основной долг представлен обязательствами перед европейскими брендами по прямым договорам поставки и перед российскими дистрибьюторами по прочим брендам.

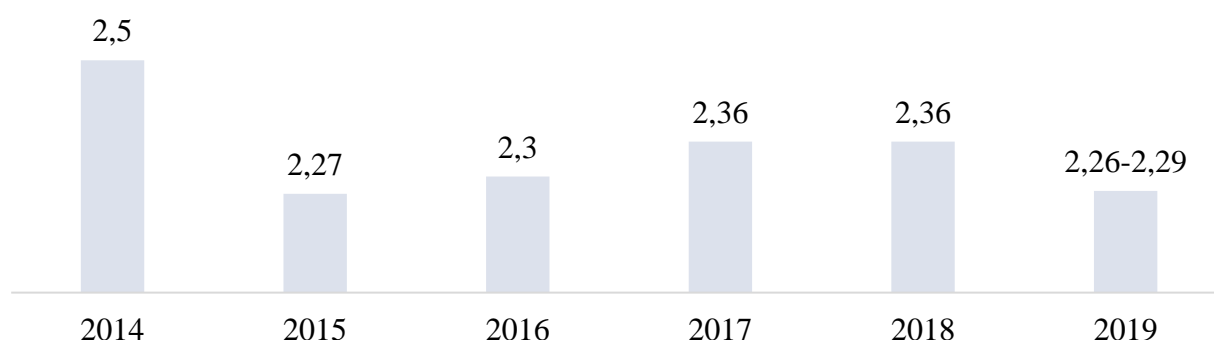
Дебиторы	Сумма задолженности, тыс. руб.	Доля
ООО «Ингка Сентерс Рус Оперэйшн»	121 690	27%
ООО «Евростиль Ритейл»	97 609	22%
ООО «МЕГА Белая Дача»	30 712	7%
ООО «Беллгейт Констракшенз Лимитед»	23 211	5%
ООО «Манежная площадь РС»	17 034	4%
Прочие	155 967	35%
Общая дебиторская задолженность	446 223	100%

Дебиторская задолженность преимущественно сформирована авансовыми арендными платежами, крупнейшие – сеть магазинов «МЕГА» (ООО «Ингка Сентерс Рус Оперэйшн»/ООО «МЕГА Белая Дача»).

2.6. Описание отрасли или сегмента, в которых эмитент осуществляет свою основную операционную деятельность.

Россия является одним из наиболее важных международных рынков в области одежды. По оценкам Fashion Consulting Group (FCG), в 2019 году оборот российского рынка fashion-ритейла составил 2,26-2,29 трлн рублей, снизившись за год на 3-4%. Предыдущее сокращение объема рынка до 2,27 трлн рублей было в 2015 году в результате влияния макроэкономических факторов (санкции, рост курса доллара). Среди причин снижения объема рынка в 2019 году: снижение доходов россиян и связанное с этим снижение покупательской способности, повышение НДС с 18 до 20% с 1 января 2019 года, а также аномально теплые осень и начало зимы. Также фактором влияния, накладывающим финансовую нагрузку на стоимость товара, можно назвать подготовку бизнеса к обязательной маркировке и чипированию товаров: с 1 марта 2020 года – обуви, с 1 февраля 2021 года – одежды.

Объем рынка одежды, обуви и аксессуаров в России, трлн руб.



Среди факторов, оказывающих влияние на развитие рынка, выступает тот факт, что одежда и обувь продолжают оставаться главной статьей экономии в российских семьях: по данным исследования Nielsen и Conference Board, в третьем квартале 2019 года на одежде сэкономили 56% россиян, на развлечениях – 52%, на отдыхе – 34%. Кроме того, в 2019 году покупатели впервые стали массово стремиться к разумному потреблению, в том числе к длительному использованию товаров.

Доля импортных поставок одежды в Россию составляет около 80% от совокупного объема продаж. По данным Росстата, оборот организаций, занимающихся производством одежды в России, в 2019 году составил 250,3 млрд рублей, производством кожи и изделий из кожи – 79,8 млрд рублей. Импорт одежды за 2019 год составил около 454,5 млрд рублей, обуви – 101,7 млрд рублей.

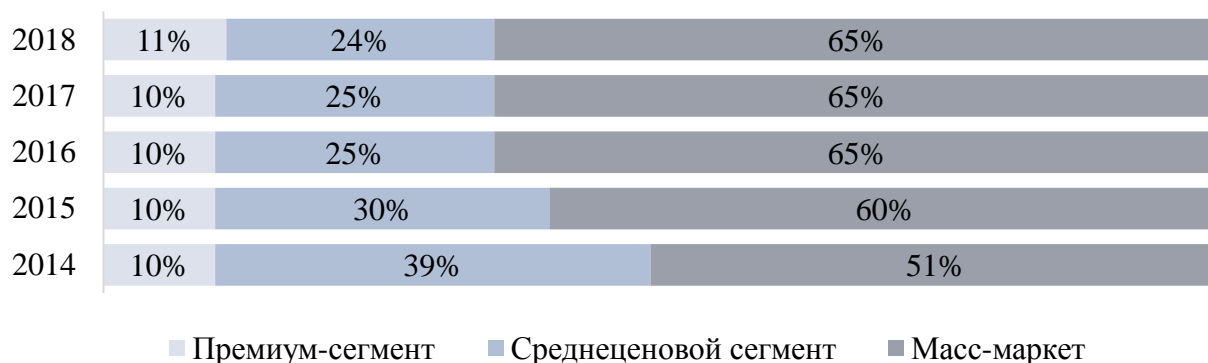
Также развивается онлайн-торговля одеждой. Доля онлайн-продаж по итогам 2018 года составила 10%¹, или 235 млрд рублей. От всего рынка онлайн-торговли fashion-сегмент занимает около четверти на локальном рынке и около трети – на трансграничном. Основными драйверами роста являются крупные маркетплейсы. В 2019 году доля оценивается на уровне 12%.

Согласно отчету Fashion Consulting Group (FCG), наибольшую часть российского fashion-рынка занимает сегмент масс-маркета (марки ZARA, H&M, MARK SPENCER, RITTER и др.) – 65% в 2018 году, меньше четверти приходится на среднеценовой сегмент (ORSA, MARELLA, AMBIENTE, CARACTERE, SEVENTY, HUGO BOSS, TRUSSARDI и др.), еще 11% – на премиум (ARMANI, GIANFRANKO FERRE, PARMIGIANI, CERUTTI, ROBERTO CAVALLI, VERSACE, LAUREL и др.). При этом доля среднеценового сегмента за 5 лет сократилась на 15%, с одновременным увеличением доли масс-маркета на 15% и премиум – на 1%.

Рост сегмента масс-маркет обусловлен посткризисным «перетеканием» покупателей из среднеценового сегмента. Аудитория премиум-сегмента является наиболее устойчивой к увеличению цен. В среднем ценовом сегменте покупатели склонны совершать покупки на распродажах и в дисконтных магазинах.

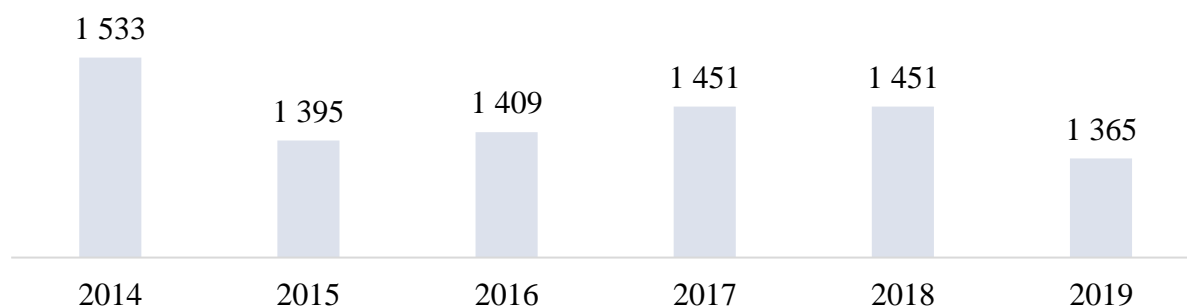
¹ <https://www.kommersant.ru/doc/4017639>

Структура российского fashion-рынка по ценовым сегментам



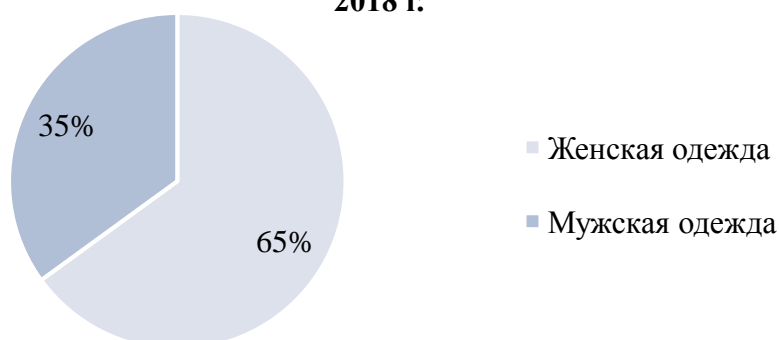
Самая большая категория покупок внутри fashion-сегмента – одежда. Эта категория составляет более 60%. По данным Такском, 59% продаж на рынке одежды в 2019 году занимает масс-маркет, 30% – среднеценовой сегмент, 11% – премиум.

Объем рынка одежды в России, млрд руб.



Сегмент женской одежды является наиболее крупным (около 60% рынка), но при этом наиболее активно развиваются сегменты мужской и детской одежды, прирост которых составляет более 15% в год.

Структура российского рынка одежды по гендерному признаку, 2018 г.



Драйвером роста рынка выступает мультиканальность продаж: бренд должен присутствовать в разных каналах (offline, online), становясь доступным для покупателя 24/7. Главный социальный тренд ближайших лет: sustainable fashion - обращение покупателей к этике осознанного потребления, экологической обеспокоенности и рациональной идее цикличной (безотходной) экономики.

2.7. Описание судебных процессов (в случае их наличия), в которых участвует эмитент и которые могут существенно повлиять на финансовое состояние эмитента.

В настоящий момент ООО «Трейд Менеджмент» не является участником судебных процессов, которые могут существенно повлиять на его финансовое состояние.

2.8. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью эмитента, которые могут влиять на исполнение обязательств по ценным бумагам, включая существующие и потенциальные риски. Политика эмитента в области управления рисками.

Риск	Способ нивелирования
Ухудшение состояния российской экономики, колебания цен на сырьевые товары, а также связанное с этим падение доходов домашних хозяйств и потребительского спроса.	В настоящее время снижение среднего чека не оказывает существенного влияния на доходы эмитента, которые увеличиваются благодаря росту товарооборота. Значительный спад в российской экономике может потребовать пересмотра своей стратегии и изменения или отмены некоторых из запланированных мероприятий, особенно связанных с открытием новых магазинов, ценовой политикой, предложением продуктов и услуг.
Усиление конкуренции на российском рынке fashion-ритейла может повлиять на конкурентную позицию эмитента и его долю на рынке.	Чтобы успешно конкурировать с другими ритейлерами, эмитент продолжает открывать новые магазины и развивает онлайн-платформу lgcity.ru. Это повышает лояльность покупателей за счет того, что в последние годы российские потребители все чаще используют онлайн-магазины, в основном из-за ценовых соображений и, как правило, более широкого ассортимента товаров. Также это ведет к увеличению географического охвата: онлайн-заказы можно отправлять по всей стране.
Эмитент подвержен рискам, связанным с международной торговлей.	По запросу поставщика ООО «ГЕРРИ ВЕБЕР РУС» в 2019 году ООО «Трейд Менеджмент» было добавлено в список контрагентов, на сделки которого распространяется страховое покрытие ведущей международной компании Atradius N.V.
Ухудшение стоимости и узнаваемости основных брендов, а также неспособность расширить маркетинговые возможности.	Конкурентный портфель брендов lady & gentleman CITY нацелен на различные потребительские сегменты, представлены продукты для разных стилей, случаев и клиентской аудитории. Эмитент привлекает знаменитостей для продвижения своих основных брендовых кампаний: открытие корнера Laurel в lady & gentleman CITY посетили Ольга Кабо, Алена Свиридова, Ирина Безрукова,

	Анастасия Гребенкина и другие известные персоны.
Продажи подвержены сезонным колебаниям.	Эмитент стремится закупать продукцию у своих контрактных производителей в тех количествах, которые он планирует продать, основываясь на анализе потребительского спроса, прошлых продаж, тенденций моды и других факторах.
Валютные риски.	<p>ООО «Трейд Менеджмент» заключило с обслуживающим банком генеральное соглашение о срочных сделках на финансовых рынках, в соответствии с которым при необходимости эмитент может заключать опционные и форвардные сделки для хеджирования валютных рисков.</p> <p>Казначейство эмитента на регулярной основе запрашивает расчет курса на покупку валюты на осуществление платежей с планируемым периодом 3-9 месяцев в соответствии с бюджетом движения денежных средств (БДДС) эмитента. После получения котировок и стоимостных условий заключения таковых сделок проводится внутренний анализ эффективности и целесообразности сделки. Как пример, в марте 2019 года эмитентом были получены условия на заключение опциона на покупку евро на 11 октября, с учетом комиссии банка эффективный курс составил 74,87 рублей/евро, Эмитентом было принято решение отказаться от таковой сделки в связи с оценкой курса евро в середине октября 2019 на уровне ниже 75 рублей/евро. Фактический курс евро ЦБ на 11.10.19 составил 71,2999 руб.</p>

Политика эмитента в области управления рисками направлена на своевременное выявление и предупреждение возможных рисков с целью минимизации их негативного влияния на результаты финансово-хозяйственной деятельности компании.

Управление рисками эмитента состоит из следующих этапов:

- выявление факторов риска;
- оценка риска;
- выбор методов управления рисками.

В процессе выявления факторов риска систематизируется информация об их количестве, взаимосвязи и управляемости, вероятности несения убытков, связанных с данными факторами риска, а также о мерах, которые могут снизить возможные убытки либо выпадающие доходы.

Оценка риска строится на всестороннем изучении финансово-хозяйственной деятельности эмитента, внешней среды, на анализе внешних и внутренних факторов риска, построении и анализе цепочек развития событий при действии тех или иных факторов риска, установлении механизмов и моделей взаимосвязи показателей и факторов риска.

Оценка рисков производится после того, как возможные их предпосылки и источники идентифицированы и отнесены к одной из трех категорий:

- известные риски;
- предвидимые;
- непредвидимые.

Выбор метода оценки зависит от категории, к которой относятся выявленные факторы риска.

Так, для известных рисков при наличии соответствующей информации в качестве прогнозных оценок используют расчетную оценку ожидания потерь, оценку максимального снижения (при заданном уровне доверительной вероятности) величины контролируемых показателей и др.

При рассмотрении предвидимых рисков основное внимание направлено на выявление сценариев, при реализации которых может произойти снижение целевых показателей до критического уровня. В ряде случаев, когда эмитент не обладает достаточной статистической информацией, применяется метод экспертного построения сценариев.

В различных хозяйственных ситуациях эмитент использует разные способы достижения оптимального (приемлемого) уровня риска.

Применяемые методы управления рисками можно разделить на три типа:

- метод уклонения от риска (отказ от ненадежных партнеров, страхование сделок через Atradius N.V., хеджирование валютных рисков);
- метод диверсификации риска (диверсификация брендов, кредитов, партнеров);
- метод компенсации риска (стратегическое планирование деятельности, прогнозирование внешней обстановки, мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой среды, создание системы резервов).