

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

Презентующая команда



ТИХОН СМЫКОВ

Президент Компании



Евгений Темяков

Финансовый директор

Inventive Retail Group – оператор розничных сетей и интернет-магазинов товаров, формирующих современный стиль жизни

Надежность

Более 20 лет на рынке премиальной розницы.

Входит в рейтинг «500 крупнейших компаний России»

Стабильность

Компания управляет мульти- и монобрендовыми сетями в сегментах электроники, одежды и обуви, детских товаров, украшений и аксессуаров.

Разнообразие

15

брендов в портфеле, включая собственные концепции (STREET BEAT, Inventive Toys, Мир Кубиков, Hiker)

Эксклюзивные проекты с международными партнёрами.

Ключевые показатели 2025 г.

A- (RU)

Рейтинг от Акра

36

городов присутствия

>4000

сотрудников

>20

лет на рынке

428

магазинов

18

online магазинов

>45 миллионов
лояльных посетителей

Хронология развития

2005

Открыли в Москве первый магазин re: Store формата Apple Premium Reseller.

2009

Включили в группу три новые сети: Sony Centre, Nokia и LEGO.

2011

Запустили два новых проекта: Samsung и Nike.

2012

Группа получила официальное название Inventive Retail Group.

2014

Заключили контракт на эксклюзивных условиях с испанским производителем украшений ручной работы UNOde50. Запустили собственный проект мультибрендовых магазинов кроссовок и кед под брендом Street Beat.

2015

Основали компанию Inventive DLM – интегратора мобильных и IT-решений для бизнеса.

2016

Основали компанию Inventive Toys – дистрибьютора детских игрушек мировых брендов.

2019

Начали сотрудничать с брендом The North Face. Основали компанию Inventive eCommerce под проекты электронной коммерции для мировых брендов и производителей на российском рынке.

2020

Включили в портфель брендов Xiaomi.

2021

Компания Inventive eCommerce присоединила ведущего игрока на рынке D2C – компанию Aristos. В портфеле Inventive eCommerce на конец 2021 года насчитывалось 25 брендов

2022

Запустили ретейл-проект «Мир Кубиков». Новая сеть появилась на месте сертифицированных магазинов LEGO.

2023

Открыли сеть спортивных магазинов Amazing Red.

2024

Открыли новый формат магазинов restore:mix

2025

Представили новую линейку конструкторов Brick Labs под названием «БрикСити». Вышла новая лицензионная серия Brick Labs «Смешарики».

Количество магазинов на текущий момент

Электроника

restore: 83



SAMSUNG 93



Дети

мир кубиков 62



Украшения

UNO DE 50 18



Спорт

STREET BEAT 73



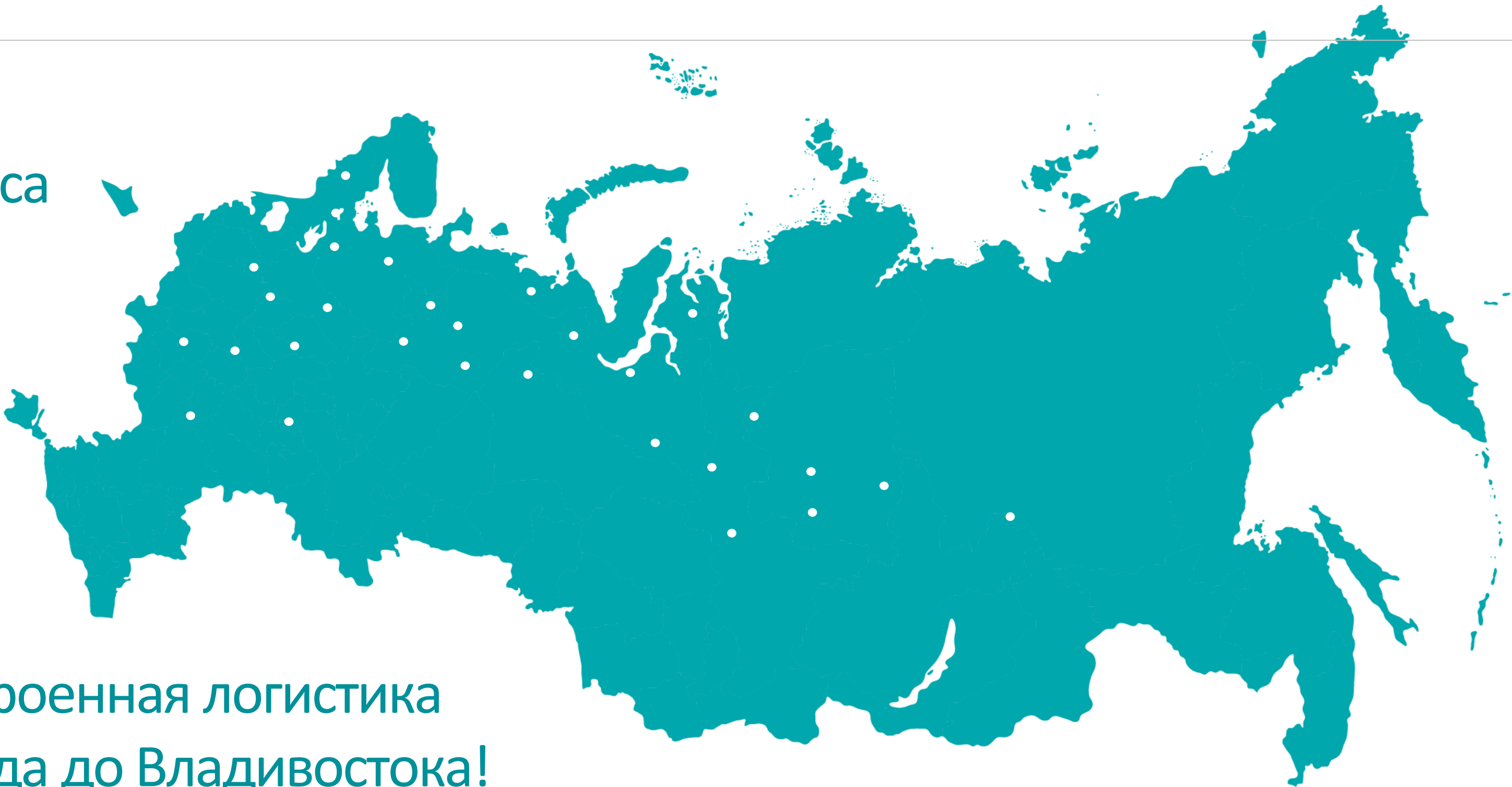
AMAZING RED 88



11



География
ведения бизнеса



Надёжно выстроенная логистика
от Калининграда до Владивостока!

36

городов
присутствия

Астрахань
Барнаул
Белгород
Владивосток
Воронеж
Волгоград
Волжский
Екатеринбург

Иркутск
Казань
Калининград
Кемерово
Краснодар
Красноярск
Липецк
Москва

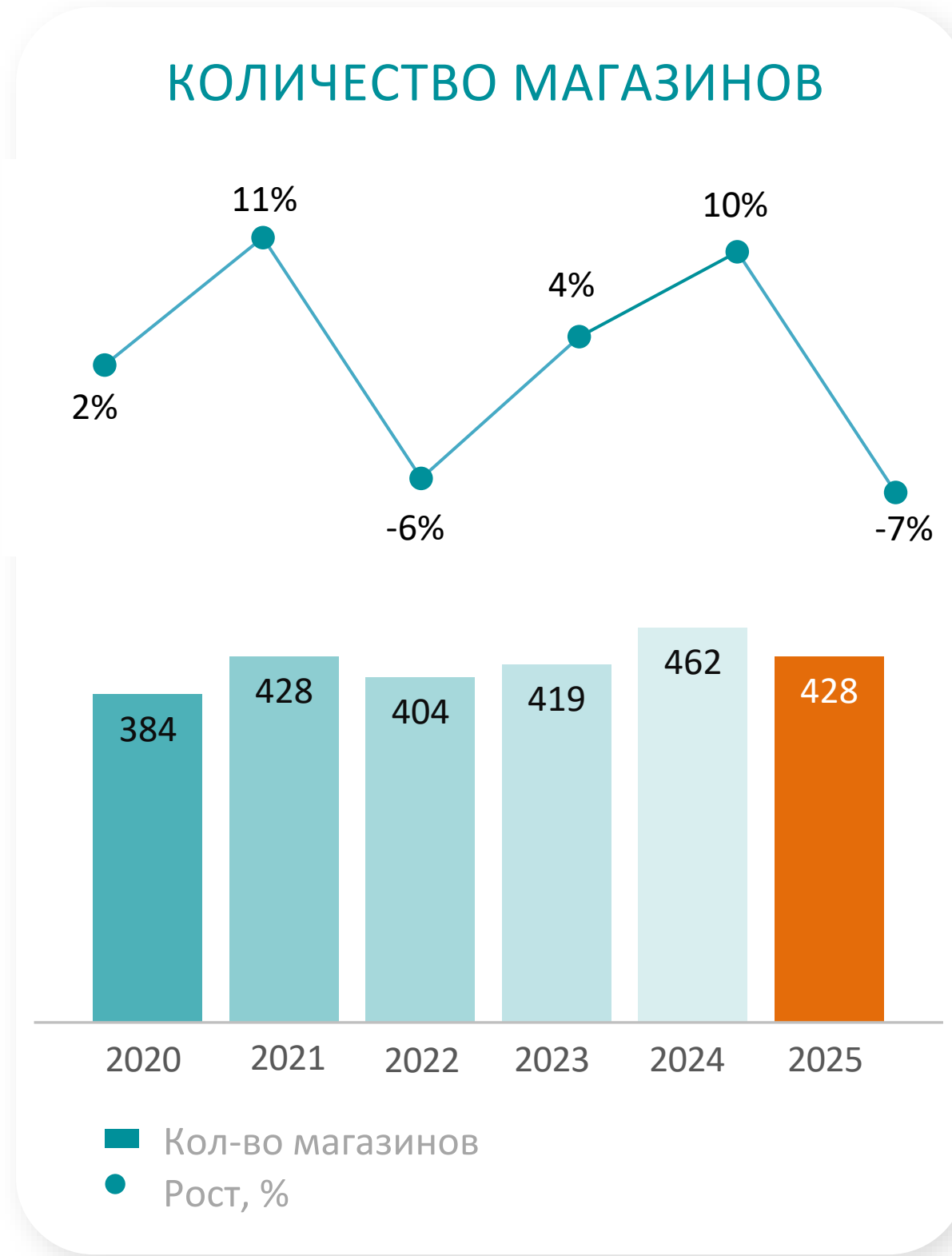
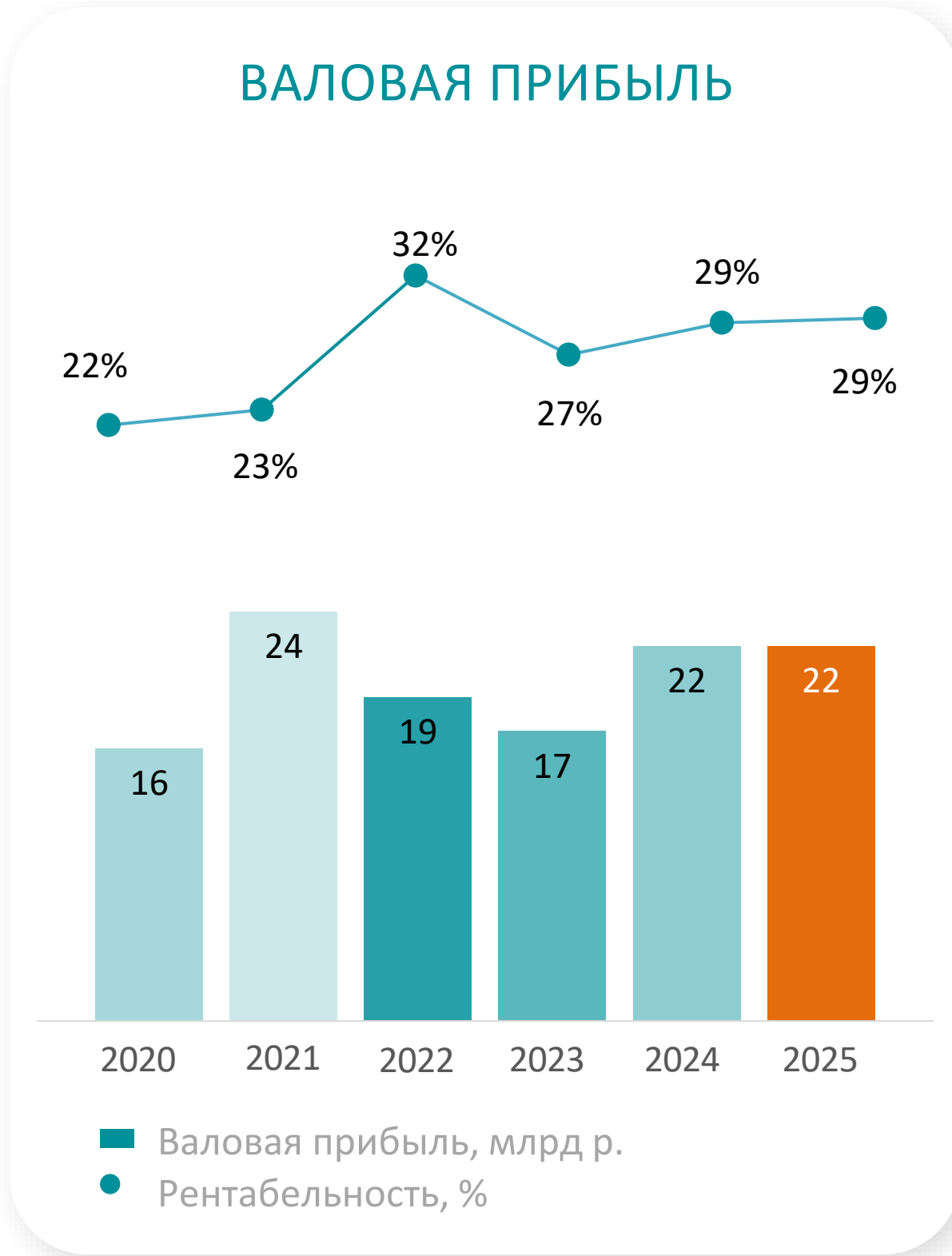
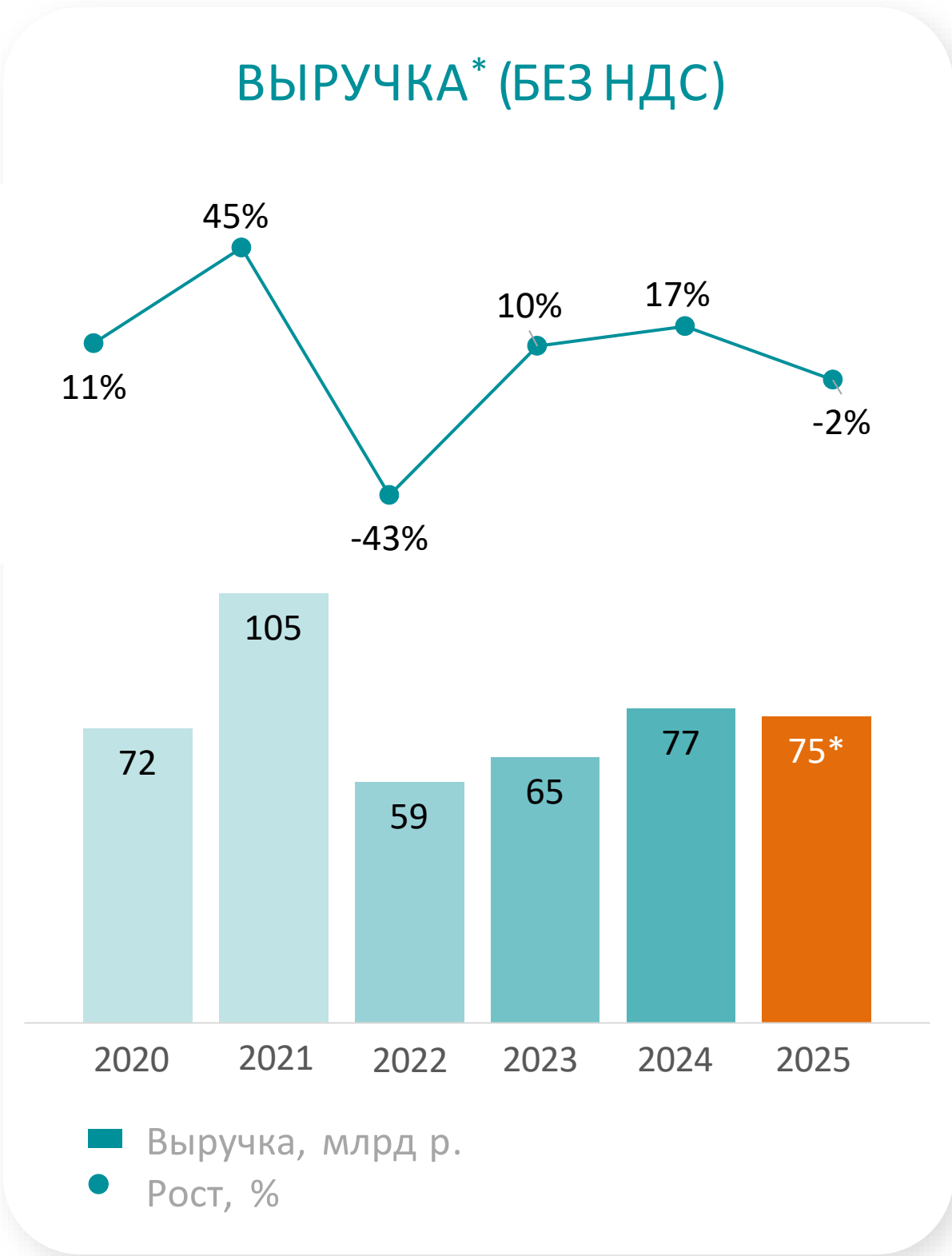
Нижний Новгород
Новокузнецк
Новосибирск
Омск
Оренбург
Пермь
Ростов-на-Дону
Рязань

Самара
Санкт-Петербург
Симферополь
Сочи
Сургут
Тольятти
Томск
Тюмень

Уфа
Челябинск
Ярославль
Хабаровск

Ключевые финансовые показатели

Выручка компании исторически растет двузначными темпами (за исключением 2022 г.), при этом сохраняя маржинальность по валовой прибыли на высоком уровне.



Источник: данные управленческой отчётности компании и МФСО
*Выручка GMV

Inventive Retail Group – лидер потребительской электроники в России

Доля продаж IRG на рынке РФ

restore:

Доли продаж Apple

21%

планшетов

24%

ноутбуков

>14%

смартфонов

SAMSUNG

Доли продаж Samsung

13%

планшетов

12%

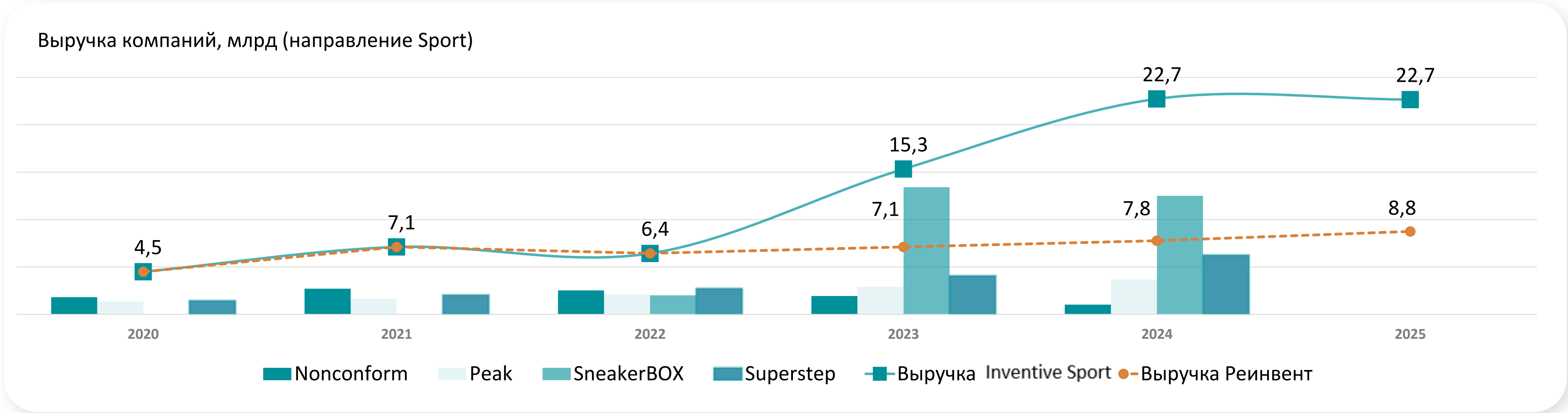
Телевизоры

>8%

смартфонов



Inventive Sport – один из лидеров рынка спортивных товаров



Inventive Sport представлен действующими компаниями ООО «Реинвент» (Street Beat и Hiker) и ООО «Импульс» (Amazing Red).



Выручка «Реинвента» в 2024 г – 7,8 млрд руб., прогнозная
Выручка за 2025 г – 8,8 млрд руб.
Выручка всего IGR (Sport) в 2024 г – 22,7 млрд руб.,
прогнозная Выручка 2025 г – на уровне 2024 г

РЫНОК И КОНКУРЕНТЫ

Ключевые рыночные тренды

Современный рынок постоянно меняется, и понимание ключевых тенденций является фундаментом для устойчивого роста.

Взрывной рост онлайн-продаж

Глобальное увеличение объема онлайн-транзакций и смещение потребительских предпочтений в сторону удобства покупок через интернет. Интеграция омниканальных стратегий стала обязательной. 17% занимает российский e-commerce рынок в общем объеме розничных продаж за 2024 год.

Доминирование мобильных устройств

Подавляющее большинство онлайн-покупок совершается с мобильных устройств, что требует оптимизации платформ и качественные мобильные приложения.

ИИ в аналитике

Автоматизация маркетинговых компаний на основе ИИ анализа. Внедрение предиктивной аналитики для прогнозирования спроса.

Ориентация на образ жизни

Потребители ищут не просто товары, а целые концепции и стили жизни. Важность персонализированных предложений и тщательно подобранного ассортимента. Рост спроса на уникальные предложения.

Рынок определяет потребитель

75% покупателей начинают с поиска онлайн, затем переходят в офлайн-бутики для финальной покупки.



Быстрая
доставка



Заказ в одном месте
разных категорий



Возможность заказа
с любого устройства

Рост IRG 18 online магазинов + 428 offline магазинов

Маркетплейсы стали основной движущей силой e-commerce

>в 2 раза

выросла доля маркетплейсов с 27% до 63% (2020-2024гг)

~ в 10 раз

увеличился абсолютный объем продаж с 703 млрд. ₽ до 7,8 трлн. ₽ (2020-2024гг)

Онлайн-площадки стали главными драйверами роста премиального сегмента

Активный рост спроса на премиум

Спрос на премиум-fashion в 2024 г. вырос на 49% год к году, тогда как рынок в целом – на 32%.

У покупателей усиливается интерес к дорогим брендам – особенно заметен рост премиальных линеек в онлайн-ритейле.

Наибольший рост в категориях:

+60% обувь

+54% аксессуары

+38% одежда

Онлайн-каналы становятся ключевыми

На ключевых площадках число премиальных брендов выросло на 20%,

На «Яндекс Маркете» оборот премиальных товаров вырос в 3 раза за полугодие, на Ozon – в 2,3 раза, на Wildberries – рост +18% в сегменте свыше 30 тыс. руб.

17% занимает российский e-commerce рынок в общем объёме розничных продаж за 2024 год

Новый потребительский путь

75% покупателей начинают с поиска онлайн → затем переходят в офлайн-бутики для финальной покупки.

Растёт значение digital-витрины как «первой точки контакта» – даже консервативные премиум-покупатели сравнивают цены, читают отзывы и ищут эксклюзивность в онлайн. Потребитель остаётся лояльным бренду, но канал покупки становится гибридным.

Рост IRG

18 online магазинов + 428 offline магазинов

Проблемы массовых маркетплейсов

Перегрузка ассортиментом



Массовые маркетплейсы предлагают бесконечный ассортимент, что приводит к сложности выбора и обесцениванию брендов.

Упор на цену, а не ценность



Конкуренция смещается на ценовой демпинг, уводя фокус от истинной ценности продукта и качества.

Проблемы с качеством и подделками



Отсутствие строгого контроля приводит к обилию некачественных товаров и контрафакта.

Обезличенная логистика



Модель «коробка к двери» – теряется ощущение от покупки и прямого контакта с брендом. Удобно, но бездушно.



КОНКУРЕНТЫ

Дивизион потребительской электроники

Конкуренты	Что делают они	Что делаем мы	Угроза
Маркетплейсы Ozon Wildberries	Фокус на цене (используют регуляторные пробелы) Огромное количество продавцов, значительный ассортимент всего. Новинок может не быть. Много подделок, отсутствие сервиса.	Фокусируемся на качестве сервиса и оригинальности. Премиум оффлайн (консультанты, showroom)	Высокая
Крупная розница М.Видео DNS	Нет фокуса на Apple и Samsung. Фокус на Китайских брендах и СТМ. Нет сервиса, нет ассортимента.	Фокусируемся на качестве сервиса и оригинальности. Добавляем значимый для нашей аудитории уникальный ассортимент.	Низкая
Специалисты iPort	Делают похожие вещи: выстраивают сервис и ассортимент,	Защищаем наши позиции в выбранных локациях. Стремимся точно открыться в новых.	Средняя
Черный и серый импорт Оформленные на ИП магазины; товары, ввезенные с нарушением законодательства.	Низкая цена. По-разному оформленные магазины – иногда очень качественно. Есть сервис, оригинальный ассортимент на основной товар. Имитация бренда, отсылка к ценностям бренда.	Боремся в рамках правового поля. Фокус на оригинальность. Работаем с программой привилегий. Работаем с ассортиментом.	Высокая

КОНКУРЕНТЫ

Дивизион спортивных товаров

Конкуренты	Что делают они	Что делаем мы	Угроза
Маркетплейсы Wildberries Ozon	Низкая цена. Много подделок, отсутствие сервиса. Прекрасный сервис доставки. Черный и серый импорт	Качество сервиса и оригинальность. Лайфстайл ассортимент.	Высокая
Крупная розница Спортмастер	Спортивный ассортимент. Фокус на СТМ.	ПИ и широкий ассортимент. Сильный собственный бренд.	Средняя
Специалисты Sneakerhead, Superstep, Sneakerbox и т.п.	Фокус на «родственных брендах», по которым есть дистрибуция.	ПИ и широкий ассортимент. Сильный собственный бренд.	Низкая
Премиальный сегмент Lamoda	Оригинальный ассортимент , on-line	Развитие on-line. Свой СТМ	Низкая

КОНКУРЕНТЫ

Дивизион детских товаров и ювелирных изделий

Конкуренты	Что делают они	Что делаем мы	Угроза
Маркетплейсы OZON, Wildberries, SberMegaMarket, YandexMarket	Низкие цены. Есть подделки. Черный и серый импорт	Широкий профильный ассортимент, но дорого.	Высокая
Крупная розница Детский Мир	Плохой ассортимент. Ограниченная дистрибуция.	Широкий профильный ассортимент, экспертиза, покрытие, качество сервиса.	Средняя
Специалисты Региональные магазины и сети	Плохой ассортимент. Ограниченная дистрибуция.	Широкий профильный ассортимент, экспертиза, покрытие, качество сервиса.	Низкая
Прочие Заправки, супермаркеты и т.п.	Уходят из категории.	Дорого, премиальный сервис, покрытие.	Низкая

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

Стратегия развития

INVENTIVE RETAIL GROUP реализовывает комплексную стратегию развития перехода на платформенную модель. С развитием премиум lifestyle-маркетплейса компания планирует в ближайшие 3 года нарастить долю онлайн продаж до 33%, при сохранении оффлайн магазинов и предоставлении в них качественного сервиса.

Основные элементы стратегии компании

РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА E-COMMERCE И УСИЛЕНИЕ ОМНИКАНАЛЬНОСТИ

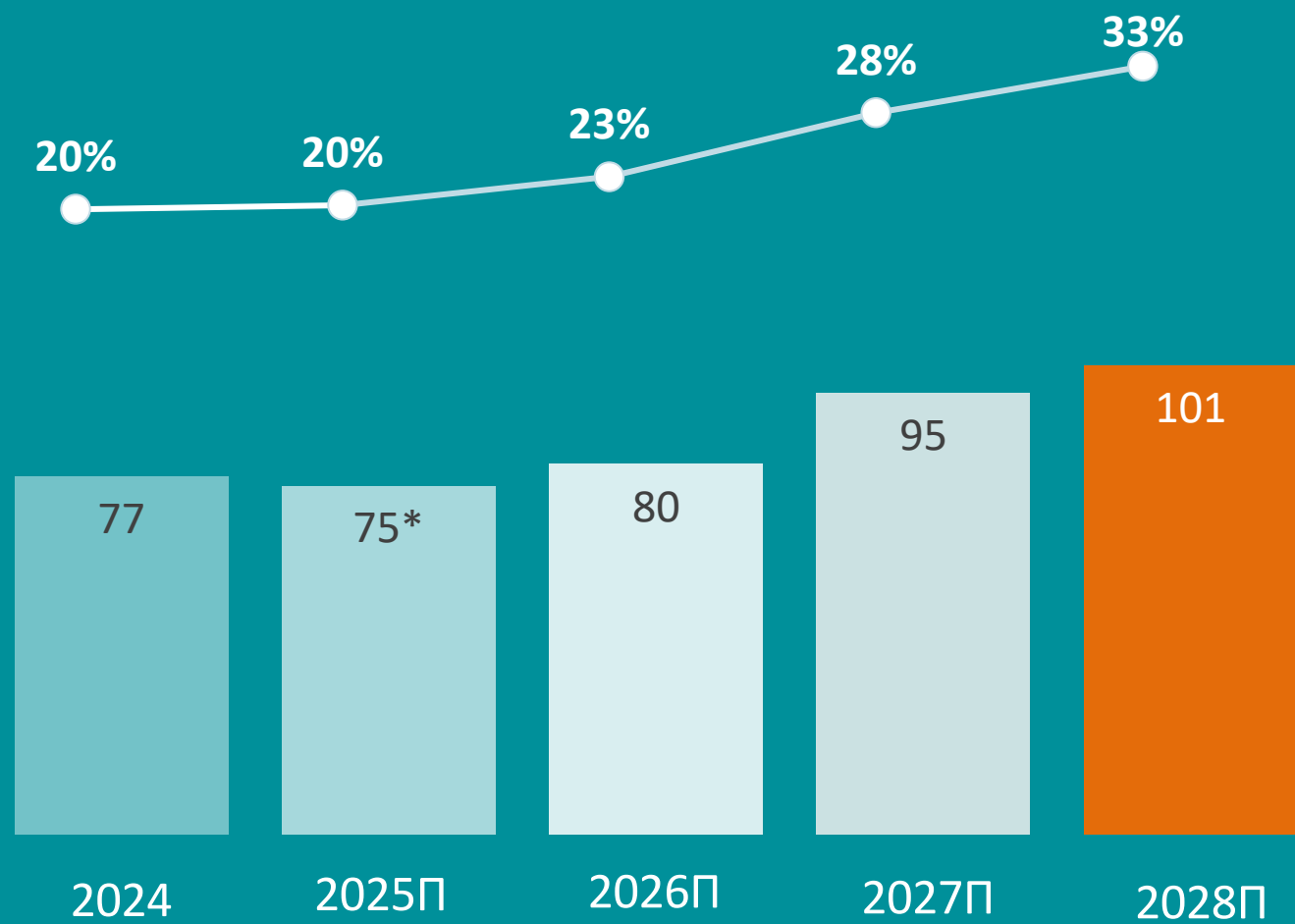
ОРГАНИЧЕСКИЙ РОСТ

Выстраивание баланса между онлайн и офлайн каналами продаж.
Релокации и работа с форматом магазинов

M&A

Открытие новых направлений.
Присоединение новых брендов в портфель

ПРОГНОЗ ПО ВЫРУЧКЕ И ДОЛЕ ОНЛАЙН



■ Выручка, млрд руб. без НДС
● Доля онлайн
* Выручка GMV

Средний курс \$:
• 2024 – 94 руб.
• 2025 – 85 руб.
• 2026П – 95 руб.

Ключевые факторы дальнейшего роста IRG в премиум ритейле

Трансформация компании из ритейлера в технологическую платформу, с сохранением омниканальности. Это позволит нам дифференцироваться от массовых маркетплейсов, предлагая непревзойденное качество и сервис. Персонализация, программы лояльности и высокое качество обслуживания — ключевые драйверы возврата клиентов, значительно повышающие частоту повторных покупок.

Омниканальность

Интеграция различных каналов продаж и взаимодействия с клиентами — это позволит создать единый и бесшовный опыт для покупателя

Единая база данных:

Синхронизация данных о клиентах и товарах между онлайн и офлайн каналами.

Удобство для клиента:

Возможность начать покупку в одном канале и завершить в другом (например, заказать онлайн и забрать в магазине).

Единые стандарты качества:

Безупречный сервис на каждом этапе взаимодействия.

Кросс-продажи:

Использование информации о покупках в разных каналах для предложения дополнительных товаров и услуг.

Персонализированный маркетинг:

Настройка предложений и акций на основе поведения клиентов в разных каналах.

Внедрение единой программы лояльности.

Внедрение электронных кошельков

Расширение ассортимента премиальными брендами

Приоритет на товар, продаваемый по схеме First-Party (от первой стороны), что позволяет удерживать контроль над качеством и ценой.

Кураторский подход к выбору брендов и продукции.

Лимитированные коллекции и уникальные предложения

Увеличение маржи за счет развития СТМ, что способствует увеличению общей рентабельности.

Лояльность клиентов: создает свою собственную базу лояльных клиентов, что дополнительно укрепляет устойчивость бизнеса.

B2B сервисы

Монетизация логистической, маркетинговой и ИТ-инфраструктуры для сторонних компаний.

Диверсификация источников дохода, снижение себестоимости, усиление позиций на рынке

Data-as-a-Service

Монетизация накопленных данных о поведении и предпочтениях аудитории для внешних партнеров

72%

россиян предпочитают совершать важные и дорогостоящие покупки на официальных сайтах магазинов.

Основные фокусы и накопленный опыт для успешной реализации проекта

Качественный категорийная экспертиза



Формирование портфеля представленных брендов из качественных, высоко оборачиваемых или обладающий уникальными предложением товаров.

Знания о клиентах



Это является наибольшей ценностью любой розничной системы продаж.

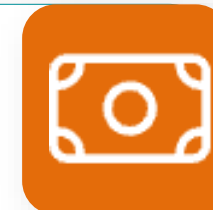
Безупречный сервис на каждом этапе взаимодействия, персонализированные предложения и акции.

Управление жизненным циклом товара



Оценка эффективности на уровне SKU: на основании оценки оборачиваемости, географии, кластера магазина, мониторинга рынка и цен конкурентов.

Предоставление услуг



Реклама, Доставки, Новости, Подписки, Кредиты, Страховки, Электронные кошельки, Подарочные сертификаты, Сервисы

Послепродажный сервис

Сеть магазинов (off-line) становится витриной и сервисом для клиента.

Основные фокусы и накопленный опыт для успешной реализации проекта



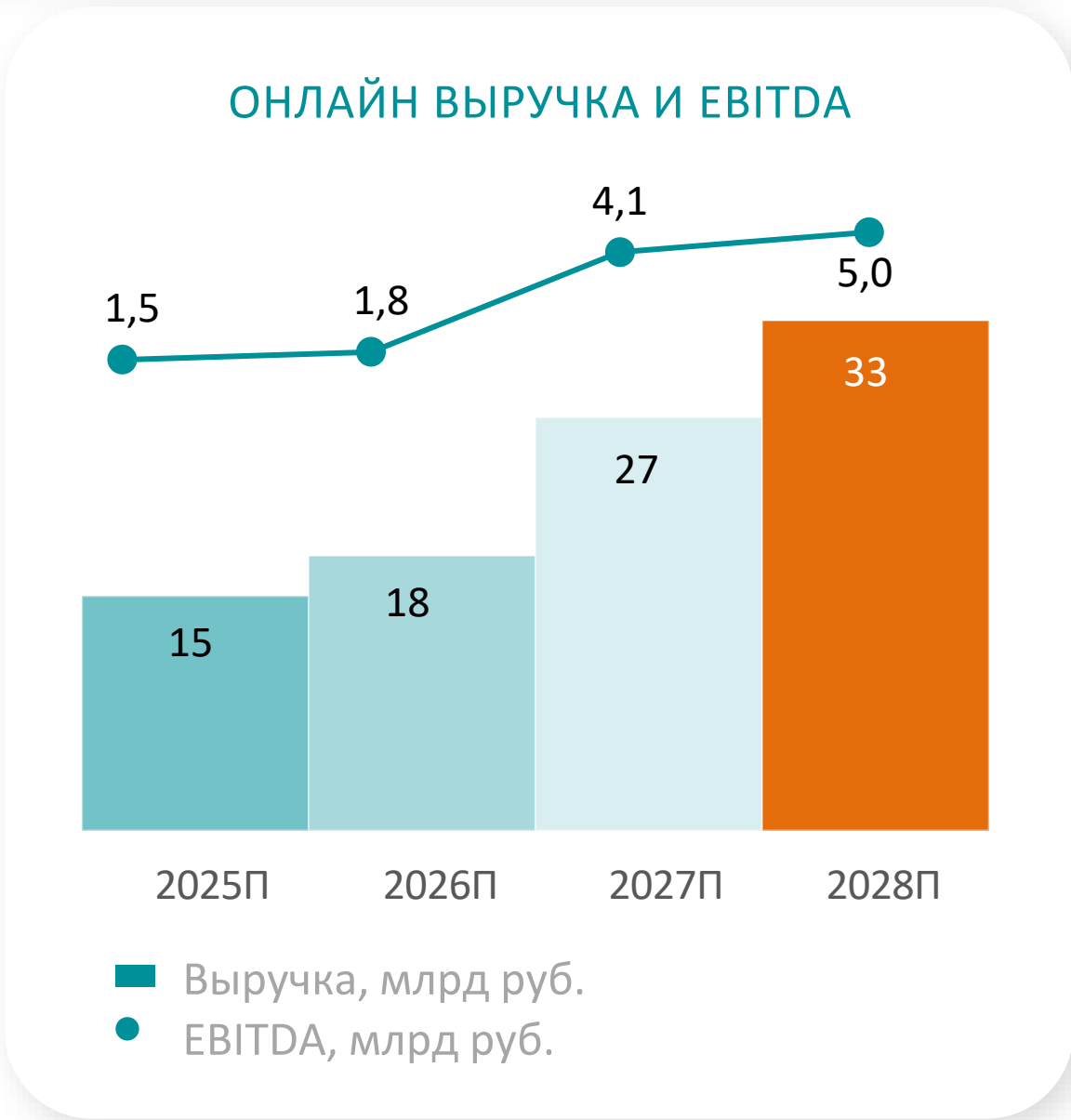
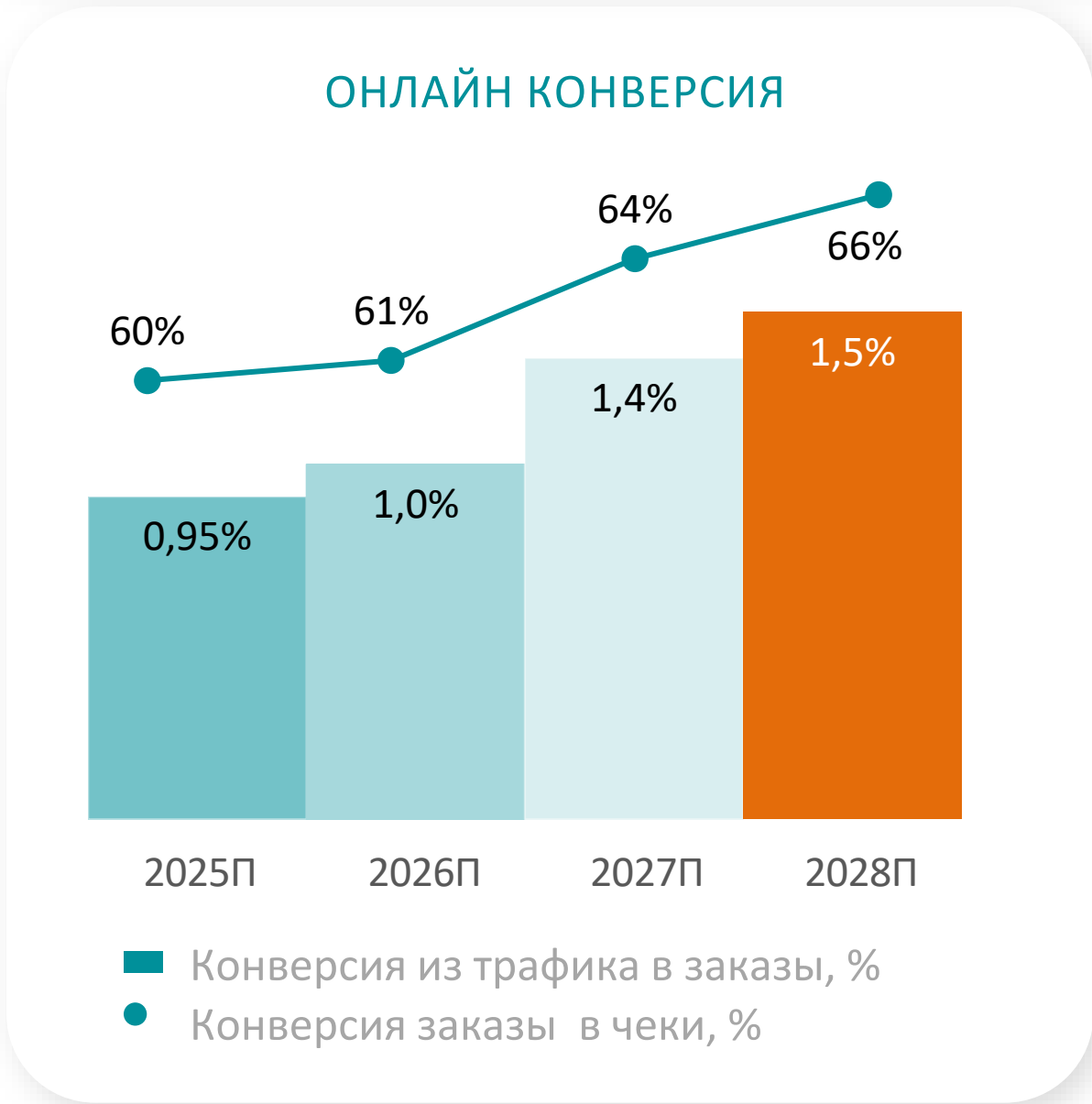
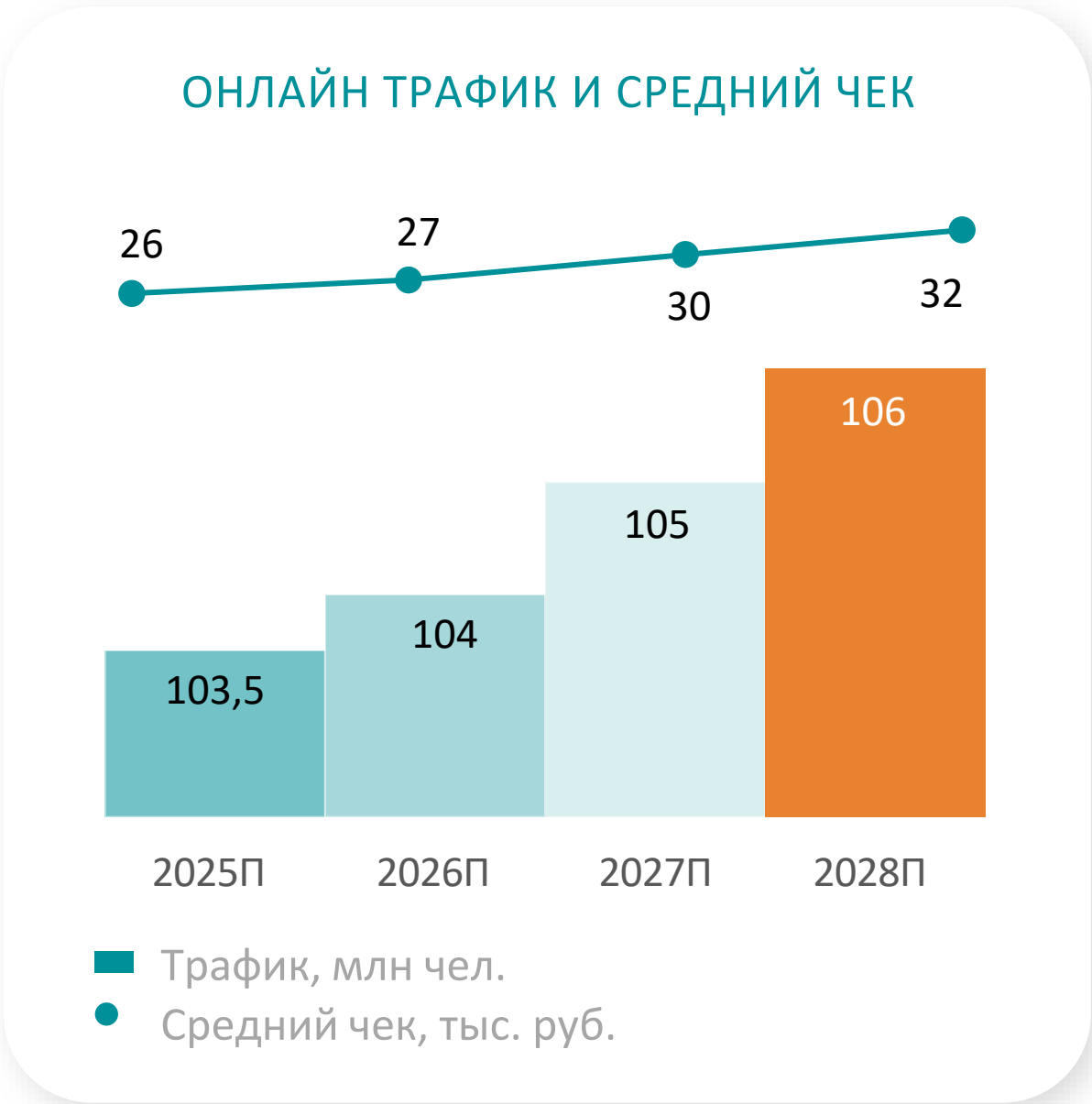
Компоненты роста онлайн продаж lifestyle-маркетплейс

Активное развитие онлайн-продаж. Максимальная гибкость и удобство для покупателей – полная интеграция онлайн и офлайн магазинов.

Онлайн

- Объединение трафика приложений и сайтов всех брендов группы на единой платформе. Рост cross selling
- Развитие финансовых сервисов
- Развитие подписок
- Развитие единой программы лояльности для всех брендов группы

- ИИ и Big Data: Активное использование искусственного интеллекта для анализа данных, персонализации предложений, прогнозирования спроса и оптимизации цен.
- Развитие собственных онлайн-платформ для конкуренции с маркетплейсами, а также интеграция онлайн-и офлайн-каналов продаж для бесшовного взаимодействия с клиентами.
- Ориентация на сервис и впечатления

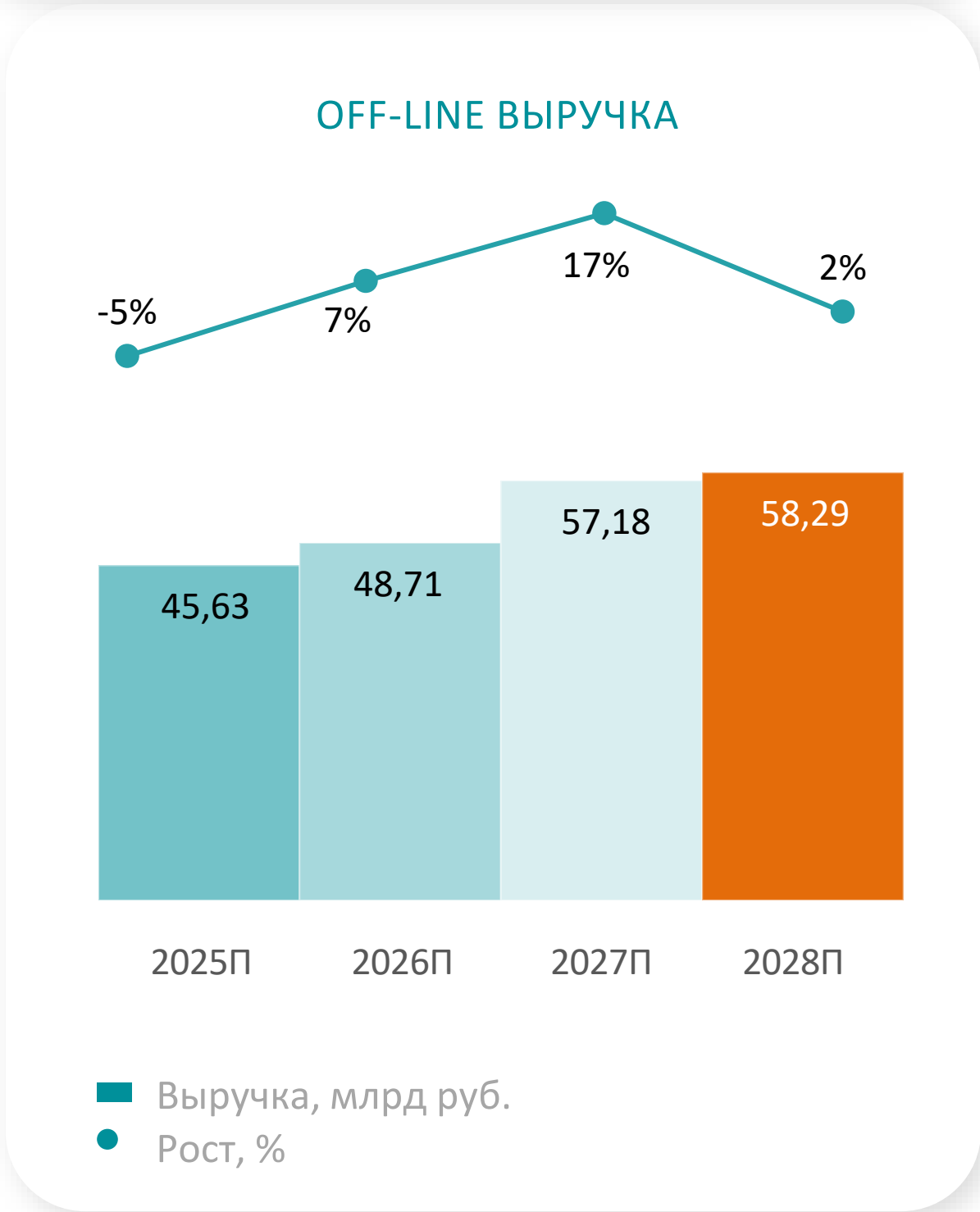
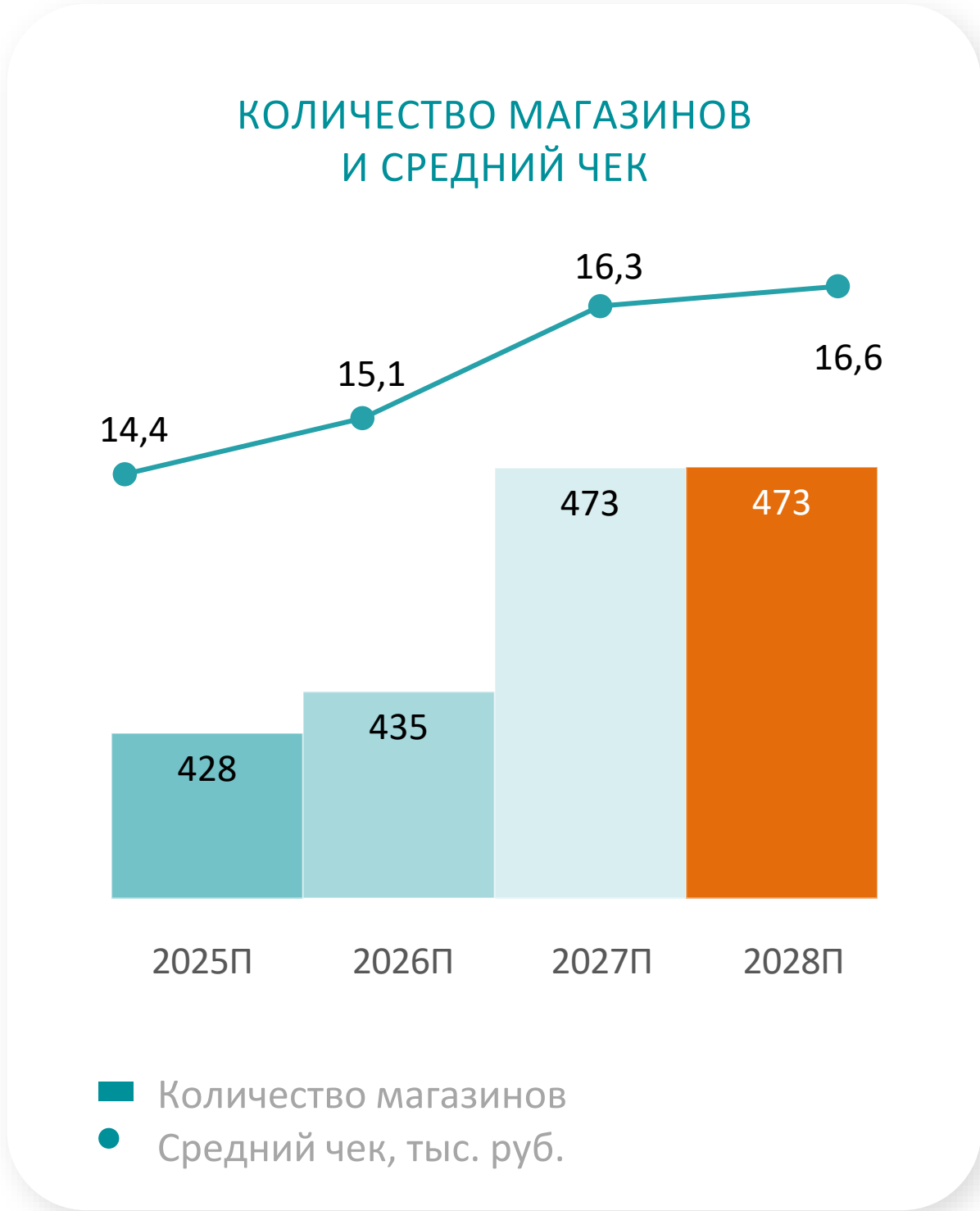
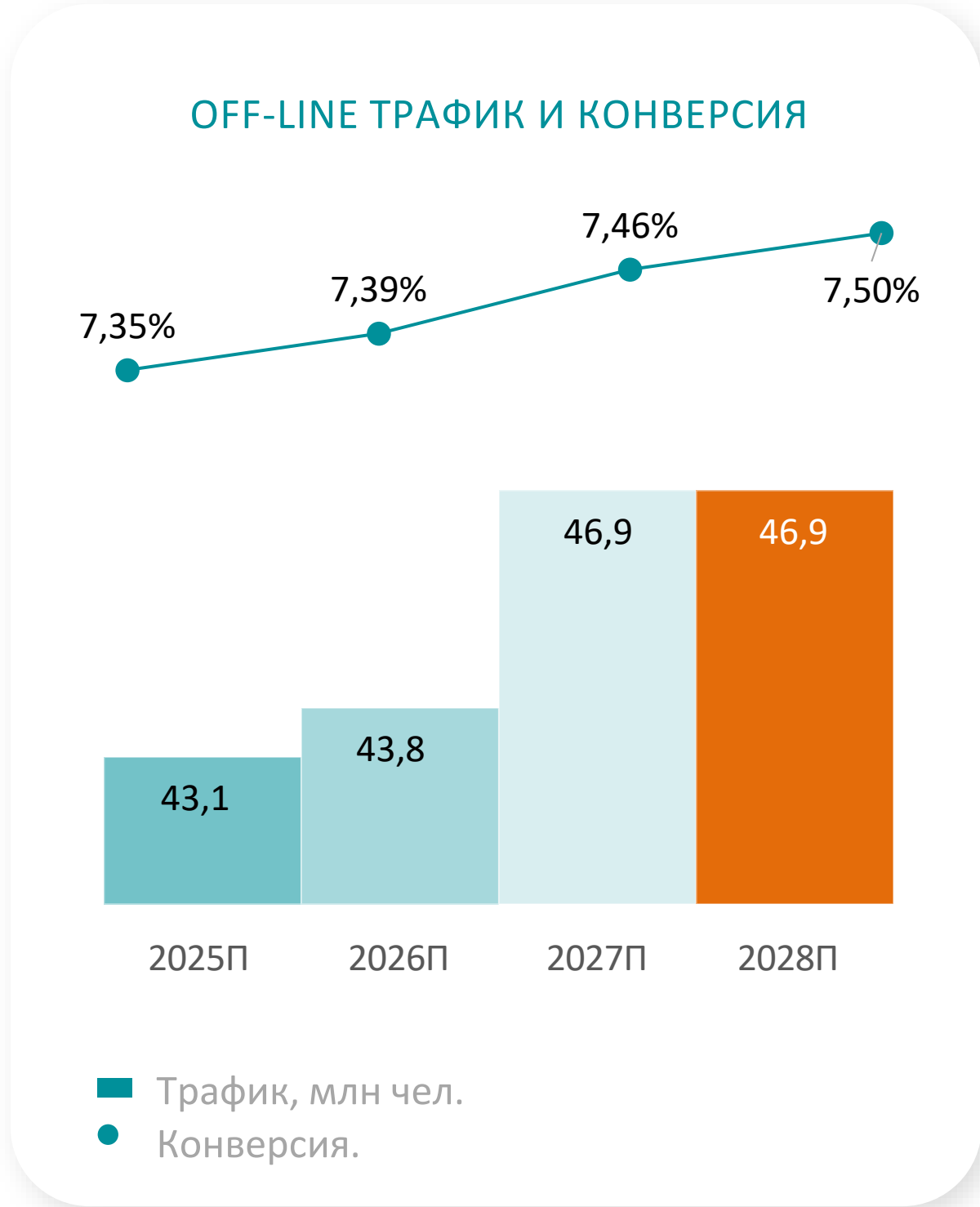


Источник: данные управленческой отчетности Компании

Органический рост оффлайн магазинов

Оффлайн остается стратегическим элементом роста, усиливая доверие и создавая точки контакта с клиентом, в то время как онлайн масштабирует охват и повышает эффективность. Вместе формируются устойчивая бизнес- модель.

- Сеть магазинов (off-line) становится витриной и сервисом для клиента.
- Сохранение оптимальной рознично сети.
- Магазины как «приемлюм ПВЗ» (с отличным сервисом , в топовых локациях



Финансовые показатели Inventive Retail Group

Млрд, руб	2023	2024	2025П	2026П	2027П	2028П
Выручка(без НДС)	65,5	77,2	75,0*	79,7	95,1	101,1
Выручка, рост (%)	10%	18%	−3%	6%	19%	6%
EBITDA	2,9	4,1	3,9	5,6	8,8	9,6
EBITDA, рентабельность (%)	4%	5%	5%	7%	9,3%	9,5%
Чистый долг	10,0	10,7	9,5	11,5	12,6	11,7
Чистый Долг/EBITDA	3,5	2,6	2,5	2,1	1,4	1,2

Финансовые показатели restore:

Млрд, руб	2023	2024	2025П	2026П	2027П	2028П
Выручка (без НДС)	27,7	27,5	27,2*	28,7	32,2	33,9
EBITDA	1,0	1,2	0,9	1,3	1,7	1,9
EBITDA, рентабельность (%)	4%	4%	3%	5%	5%	6%
NWC	3,1	2,5	2,9	3,0	3,4	3,5
ROIC	34%	49%	33%	43%	51%	55%

*Выручка GMV
П – прогноз Компании.
Источник: данные управленческой отчетности Компании, отчетность Компании по МСФО

Конкурентные преимущества компании

Для клиентов

Аутентичность товара и покупательского опыта

Уникальный формат, премиальный сервис, индивидуальный подход

Высокий уровень компетенции персонала в магазинах, глубокая продуктовая экспертиза

Программа лояльности во всех магазинах

Присутствие во всех торговых центрах класса А

Удобные интернет-магазины, омниканальность

Самый широкий ассортимент и наличие

Для партнеров

Высокая экспертиза по работе со стандартами брендов и их политиками.

Эффективное управление ассортиментной матрицей.

Глубокая омниканальная экспертиза.

Партнерские отношения с ключевыми арендодателями.

Лояльная клиентская база – розничные покупатели и B2B.

Управленческая команда с многолетним опытом.

Полный спектр услуг для бренда, покрывающих весь цикл продаж

Активное использование искусственного интеллекта для анализа данных

Для инвесторов

Долгосрочные отношения с брендами-лидерами индустрий и многолетний опыт в розничной торговле.

Диверсифицированный портфель брендов и направлений бизнеса.

Низкая долговая нагрузка и стабильный денежный поток, высокий кредитный рейтинг.

Высокие темпы роста, выше среднерыночных.

Высокий уровень корпоративного управления, соответствие международным стандартам аудита.

Активное использование искусственного интеллекта для анализа данных

ИНДИКАТИВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ВЫПУСКА

УЧАСТНИКИ И КРЕДИТНЫЕ РЕЙТИНГИ

Эмитент	ООО «реСтор»
Обеспечение	Внешняя публичная безотзывная оферта от Рестор Ритейл Груп Лимитед
Кредитный рейтинг Оферента	A-(RU) «Стабильный» от АКРА

Параметры выпуска

Объем выпуска	1 000 000 000 рублей
Срок обращения	2 года (720 дней)
Предварительная дата начала размещения	26 ноября 2025 г.
Размещение и обращение	ПАО Московская Биржа, III уровень Списка
Депозитарий	НКО АО НРД
Организаторы	Альфа-Банк, Газпромбанк
Агент по размещению	Газпромбанк

inventive retail group

+7 (495) 651-62-88
123290, Москва,
Причальный проезд, 2 (БЦ Якорь)

www.inventive.ru