

ЕБИТДА М.Видео-Эльдорадо в 2023 году выросла на 49% до 21,5 млрд руб.

12 марта 2024 года, Москва, Россия

ПАО «М.видео» (Группа М.Видео-Эльдорадо, «Компания» или «Группа»; МосБиржа: MVID), ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, сообщает операционные и аудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за год, закончившийся 31 декабря 2023 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИТОГИ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 2023 ГОД¹

- **Общие продажи (GMV²) Группы** в 2023 году выросли на 11% год к году до 540 млрд руб. (с НДС), общие онлайн-продажи составили 71% GMV, увеличившись на 18% до 386 млрд рублей (с НДС).
- **Выручка Группы** выросла на 7,9% год к году до 434,4 млрд руб.
- **Валовая прибыль** увеличилась на 10% год к году и составила 91,4 млрд руб. (аналогично по МСФО (IFRS) 16). **Валовая маржа** увеличилась на 0,4 процентных пункта (п.п.) до 21,0% на фоне расширения ассортимента и стабилизации бизнес-модели.
- **Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учёта амортизации** сократились на 0,9 п.п. до 16,1 % от выручки – минимального уровня за всю историю М.Видео-Эльдорадо. В абсолютном значении показатель составил 70,0 млрд руб. (49,8 млрд руб. по МСФО (IFRS) 16).
- **Показатель ЕБИТДА Группы** вырос на 49% до 21,5 млрд руб. **ЕБИТДА маржа** выросла на 1,4 п.п. до 4,95%, вернувшись к целевому диапазону, благодаря росту операционной эффективности. При этом в 4 квартале показатель ЕБИТДА вырос на 91%, а ЕБИТДА маржа – на 1,8 п.п. до 6,7%
- **Чистый убыток Группы** по итогам года сократился на 31%, до 5,2 млрд руб. (6,6 млрд руб. по МСФО (IFRS) 16). **В 4 квартале 2023 года Группа получила чистую прибыль** в размере 1,6 млрд руб., что на 2,5 млрд руб. лучше показателя за 4 квартал 2022 года.
- **Чистый долг Группы** на 31 декабря 2023 года составил 67,8 млрд руб., **долговая нагрузка по показателю чистый долг / ЕБИТДА** снизилась до 3,2х (по сравнению с 4,5х на 31.12.2022 г.).

Главный исполнительный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Ли:

«За последние два года наша компания успешно трансформировала бизнес-модель и в прошлом году показала уверенный рост по ключевым показателям бизнеса. По итогам 2023 года количество SKU бытовой техники и электроники, которые мы предлагаем в наших магазинах и онлайн каналах, достигло рекордного уровня, превысив 190 тысяч, что на 22% больше, чем в 2022 году. В IV квартале 2023 года мы также добились рекордного квартального GMV за всю историю Группы – он вырос на 43% год к году до 181,1 млрд рублей. В прошлом году мы открыли 62 новых магазина компактного формата и вышли в 15 новых городов, в 2024 году мы планируем продолжить экспансию и открыть ещё не менее 100 магазинов такого формата. Знаменательными для компании событиями стали ребрендинг и запуск нового формата кобрендинговых магазинов на базе Эльдорадо, усиленных брендом М.Видео. Итоги пилотного проекта показали позитивную динамику продаж и трафика, мы видим, что постоянные клиенты бренда М.Видео стали чаще использовать эти локации для покупок. Поэтому в 2024 году мы планируем продолжить наращивать количество таких кобрендинговых магазинов. Ещё одним важным проектом в 2024 году станет расширение зон М.Мастер – единого сервиса по обслуживанию и ремонту электроники и бытовой техники самых разных брендов и из любых магазинов. К середине года мы планируем открыть фирменные зоны «М.Мастер» сразу в нескольких городах страны. Мы видим серьёзное преимущество в нашем комплексном сервисе, выступая главным экспертом по технике для наших клиентов».

Финансовый директор Группы М.Видео-Эльдорадо Анна Гарманова:

«В 2023 году компания достигла всех финансовых целей, которые ставила себе на год – обеспечить рост бизнеса, повысить его маржинальность, а также эффективность расходов и инвестиций. Это подтверждается рекордно высокой оборачиваемостью товарных запасов, достигнутой к концу года, минимальным уровнем операционных расходов за всю историю Группы М.Видео-Эльдорадо, а также возвращением показателя маржинальности по EBITDA к целевому диапазону. Так в 4 квартале компания получила чистую прибыль в размере 1,6 млрд рублей, по сравнению с 0,9 млрд рублей убытка за аналогичный период годом ранее. Высокие финансовые показатели, сопоставимые с доковидным периодом, позволили снизить долговую нагрузку ниже уровня последних двух лет и достичь 3,2х по показателю Net debt / EBITDA. Мы видим устойчивость нашей обновлённой бизнес-модели и ожидаем дальнейшего улучшения ключевых показателей, включая снижение долговой нагрузки, к концу 2024 года».

КЛЮЧЕВЫЕ КОНСОЛИДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО ГРУППЕ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО, 2023 ГОД

млрд руб. (без НДС)	МСФО 17		Год к году	МСФО 16		Год к году
	2023	2022		2023	2022	
Выручка	434,4	402,5	7,9%	434,4	402,5	7,9%
Валовая прибыль	91,4	83,0	10,0%	91,4	83,1	10,0%
<i>Валовая маржа, %</i>	<i>21,0%</i>	<i>20,6%</i>	<i>+0,4пп</i>	<i>21,0%</i>	<i>20,6%</i>	<i>+0,4пп</i>
ЕБИТДА	21,5	14,4	48,8%	41,8	33,8	23,5%
<i>ЕБИТДА маржа, %</i>	<i>4,95%</i>	<i>3,6%</i>	<i>1,4пп</i>	<i>9,6%</i>	<i>8,4%</i>	<i>+1,2пп</i>
Чистый убыток	-5,2	-7,6	-30,7%	-6,6	-10,3	-35,8%

ВЫРУЧКА

Выручка Группы в 2023 году выросла на 7,9% год к году до 434,4 млрд руб. благодаря расширению ассортимента, инструментов и каналов продаж, открытию новых магазинов при одновременном продолжении восстановления спроса на бытовую технику и электронику. Среди ключевых драйверов роста можно отметить:

- уверенный рост общих онлайн-продаж³ (+18% год к году), достигших 71% от GMV;
- расширение ассортимента, представленного в магазинах и на онлайн-платформах на 22% по сравнению с концом 2022 года – до более чем 191 тыс. наименований;
- развитие эксклюзивного ассортимента, доля которого в продажах достигла 18% в 4 квартале 2023 года, а в целом по году составила 15%;
- привлечение новых клиентов (+14% год к году), а также активную работу с существующей клиентской базой – по результатам 2023 года реактивировано на 15% больше клиентов (не совершавших покупок за предшествующие 12 месяцев) чем в 2022 году;
- рост объёма кредитных продаж, характеризующихся в том числе более высоким средним чеком, до 15,7% оборота (+5,3 п.п. год к году);
- расширение сети за счёт открытия 62 магазинов в новом эффективном компактном формате, в том числе в 15 новых городах, где Группа ранее не была представлена.

ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

В 2023 году валовая маржа увеличилась на 0,4 п.п. до 21,0% на фоне роста доли высокомаржинальных сервисов в общих продажах, развития партнёрских отношений с поставщиками. Дополнительную поддержку валовой прибыли оказали внедрённые в 4 квартале 2023 года изменения программы лояльности, обеспечившие повышение сопоставимого среднего чека более чем на 25%, при сохранении проникновения программы лояльности на уровне более 90%.

КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

В 2023 году в результате реализации программы операционной эффективности и контроля расходов Группа снизила долю SG&A к выручке до минимального уровня за все время деятельности Группы - 16,1% (-0,9 п.п. год к году или 70,0 млрд руб. Ключевыми факторами сокращения операционных расходов стали:

- снижение затрат на рекламу и маркетинг в проценте от выручки на 0,2 п.п. на фоне приоритизации более эффективных каналов продвижения, объединения рекламных кампаний двух брендов и развития коммуникации через собственную мобильную платформу;
- сокращение расходов на аренду на 0,3 п.п. в результате опережающих индексацию темпов роста выручки, достижения договорённостей с арендодателями и оптимизированных показателей стоимости аренды новых магазинов;
- сокращение доли затрат на складскую логистику на 0,2 п.п. в результате оптимизации и автоматизации процессов обработки и хранения;
- снижение банковских расходов на 0,3 п.п. за счёт снижения расходов на эквайринг и инкассацию на фоне внедрения новых методов оплаты, включая СБП.

Расходы на амортизацию в отчётном периоде, несмотря на открытие более 60 новых магазинов, остались практически на уровне прошлого года, составив 11,8 млрд руб. по сравнению с 11,7 млрд руб. годом ранее на фоне сохраняющегося эффекта от ускоренной амортизации существенных инвестиций в ИТ 2020-2021 годов.

ЕБИТДА

Показатель ЕБИТДА Группы составил 21,5 млрд руб. по итогам 2023 года по сравнению с 14,4 млрд руб. годом ранее. ЕБИТДА маржа увеличилась на 1,4 п.п. год к году и составила 4,95% в 2023 году вследствие одновременного роста валовой маржи и сокращения доли операционных расходов к выручке. При этом в 4 квартале 2023 года показатель ЕБИТДА вырос на 91%, а ЕБИТДА маржа – на 1,8 п.п. до 6,7%.

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ/УБЫТОК

Чистый убыток Группы по итогам 2023 года снизился на 31% и составил 5,2 млрд руб. по сравнению с 7,6 млрд руб. убытка за 2022 год. Сокращение убытка произошло благодаря улучшению ключевых бизнес-показателей, которое было частично нивелировано ростом финансовых расходов и высоким уровнем отчислений на амортизацию по капитальным вложениям прошлых периодов. Высокий уровень расходов на амортизацию обусловлен существенным объёмом инвестиций в инфраструктуру и ИТ в период 2020-2021 годов. В 2022-2023 годах размер инвестиций был нормализован, что обеспечит снижение амортизационных отчислений в среднесрочной перспективе.

В 4 квартале 2023 года Группа получила чистую прибыль в размере 1,6 млрд руб., что на 2,5 млрд рублей лучше показателя за 4 квартал 2022 года.

ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА

По состоянию на 31 декабря 2023 года общий долг Группы снизился год к году на 9,2 млрд руб. и составил 86,4 млрд руб., в то время как денежные средства и их эквиваленты на конец отчётного периода составили 18,7 млрд руб.

Чистый долг Группы по итогам отчётного периода остался на сопоставимом с прошлым годом уровне и составил 67,8 млрд руб. (+2,3 млрд руб. год к году). Все долговые обязательства Группы номинированы в рублях.

В результате соотношение чистый долг / EBITDA на 31 декабря 2023 года составило 3,2х – снижение по сравнению с 4,5х на 31 декабря 2022 года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ

- Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство (АКРА) подтвердило текущий кредитный рейтинг ПАО «М.Видео» на уровне A(RU), присвоенный годом ранее, повысив прогноз по нему со «Стабильного» до «Позитивного». «Позитивный» прогноз АКРА предполагает возможность повышение рейтинга на горизонте 12-18 месяцев. АКРА отметило, что изменение прогноза по рейтингу Группы на «Позитивный» связано с ожидаемым Агентством дальнейшим ростом продаж и рентабельности бизнеса в 2024-2026 гг., что отразится в том числе на улучшении оценок долговой нагрузки и покрытия.
- В рамках развития сервисного направления Группа открыла пилотные фирменные зоны «М.Мастер» для предоставления полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах. К середине года мы планируем открыть фирменные зоны «М.Мастер» сразу в нескольких городах страны. Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в оперативном режиме, так и с выездом специалистов.
- В 2024 году Группа планирует увеличить темпы региональной экспансии — рассчитывает открыть ещё более 100 магазинов М.Видео, большая часть из которых придётся на демонстрирующую эффективность компактную концепцию, предполагающую существенно более низкий объем инвестиций в открытие при более высоком обороте с 1 кв. метра по сравнению со стандартными по площади розничными точками. Концепция компактных магазинов позволяет компании гибко подходить к расширению физического присутствия, выходить в новые населённые пункты, открывает дополнительные возможности и локации для выбора торговых площадей на рынке коммерческой недвижимости.

ВЛИЯНИЕ МСФО (IFRS) 16 НА ФИНАНСОВУЮ ОТЧЁТНОСТЬ ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16, вступившего в силу с 1 января 2019 года, оказало влияние на показатель EBITDA, операционную прибыль и чистую прибыль Группы.

Влияние на валовую прибыль

Отличие показателя валовой прибыли Группы в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16 незначительно и объясняется разницей учёта автомобилей в лизинге. Валовая прибыль Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 91,4 млрд руб. Валовая маржа в соответствии с обоими стандартами составила 21% в 2023 году.

Влияние на EBITDA

Показатель EBITDA Группы значительно выше в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16, так как основная часть расходов по аренде, ранее признаваемых в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, признается по МСФО (IFRS) 16 как задолженность на балансе Компании, а также в финансовых расходах в отчёте о прибылях и убытках.

Расходы на аренду и коммунальные услуги были ниже по стандарту МСФО (IFRS) 16 на 17,8 млрд руб. в 2023 году. Таким образом, EBITDA Группы по МСФО (IFRS) 16 выросла до 41,8 млрд руб. по сравнению с 21,5 млрд руб. по стандарту МСФО (IAS) 17 в 2023 году. EBITDA маржа по МСФО (IFRS) 16 составила 9,6%, что на 4,7 п.п. выше по сравнению с EBITDA маржой, равной 4,95% по МСФО (IAS) 17 в 2023 году.

Влияние на чистую прибыль

На чистую прибыль Группы в 2023 году оказали влияние дополнительные расходы в размере 13,6 млрд руб. амортизации активов в форме права пользования в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16. Влияние этих дополнительных амортизационных расходов было полностью компенсировано вычетом расходов на долгосрочную аренду из состава операционных расходов, как упоминалось выше.

При этом финансовые затраты увеличились на 8,3 млрд руб. по МСФО (IFRS) 16 за счёт дополнительных процентных расходов по обязательствам по аренде в 2023 году. Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 также привело к изменению расходов по налогу на прибыль из-за изменения прибыли до налогообложения.

В результате чистый убыток Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 составил 6,6 млрд руб. по сравнению с 5,2 млрд руб. чистого убытка по МСФО (IAS) 17 в 2023 году.

Влияние на отчёт о движении денежных средств

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 не оказывает влияния на чистое изменение денежных средств в отчёте о движении денежных средств. Однако стандарт МСФО (IFRS) 16 влияет на представление отчёта о движении денежных средств, поскольку основные платежи по аренде классифицируются как финансовая деятельность, предоплата – как инвестиционная деятельность, а процентные платежи – как проценты, выплачиваемые в операционной деятельности.

Аудированная консолидированная финансовая отчётность, подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за двенадцать месяцев, закончившихся 31 декабря 2023 года, размещена на корпоративном сайте Группы по адресу:

<https://www.mvideoeldorado.ru/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/results-center>

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

IR:

Екатерина Тузикова
ekaterina.tuzikova@mvideo.ru

PR:

Сергей Коляда
pr@mvideo.ru

¹ Здесь и далее финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное.

² Показатель GMV (gross merchandise value) включает покупки в розничных магазинах (включая заказы самовывозом), оплаченные и доставленные на дом онлайн-заказы, а также оплаченные отгрузки со складов юридическим лицам. Покупки в магазинах и онлайн заказы могут совершаться физическими и юридическими лицами. GMV включают продажи товаров и сервисов, которые могут быть собственными и агентскими. GMV включает НДС, идёт за вычетом скидок, предоставленных покупателям, а также за вычетом возвратов, совершённых за отчётный период. Показатель GMV не является выручкой Компании.

³ Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильное приложение продавца. В настоящее время продажи через мобильное приложение продавца доступны только в магазинах «М.Видео».