

## Группа «М.Видео-Эльдорадо» по итогам 2018 года показала рекордный результат – продажи выросли на 18% до 421 миллиарда рублей за счёт увеличения эффективности розницы и онлайн

18 января 2019 года, Москва, Россия — «Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные показатели чистых продаж и продаж сопоставимых магазинов (like-for-like, LFL), а также результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо» за четвёртый квартал и год, окончившийся 31 декабря 2018 года.

### Ключевые объединённые показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» за четвёртый квартал 2018 года (про-форма<sup>1</sup>):

- Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 21,2% год-к-году до 140,2 млрд рублей (с НДС)
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе увеличились на 14,6%
- Совокупные продажи через интернет показали рост на 25,2% по сравнению с четвертым кварталом 2017 года до 26,2 млрд рублей (с НДС)

### Ключевые объединённые показатели 2018 года (про-форма):

- Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» увеличились на 17,7% год-к-году до 421,4 млрд рублей (с НДС)
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) Группы показали рост на 13,5%
- Интернет-продажи объединённой компании выросли на 31,0% по сравнению с 2017 годом до 77,3 млрд рублей (с НДС)
- Доля онлайн в общих продажах Группы достигла 18,3%. Доля самовывоза в интернет-продажах Группы составила 74,4%

Продажи Группы в четвёртом квартале 2018 года выросли на 21,2% по сравнению с четвертым кварталом 2017 года до 140,2 млрд рублей (с НДС). За 2018 год продажи Группы увеличились на 17,7% по сравнению с 2017 годом и составили 421,4 млрд рублей (с НДС).

Продажи сети «М.Видео» в четвёртом квартале 2018 года показали рост на 20,2% год-к-году до 92,8 млрд рублей (с НДС). За 2018 год продажи «М.Видео» выросли на 19,6% и составили 279,8 млрд рублей (с НДС).

Продажи «Эльдорадо» показали уверенный рост на 23,2% год-к-году до 47,4 млрд рублей (с НДС) в четвёртом квартале 2018 г. Продажи «Эльдорадо» выросли на 14,1% и достигли 141,6 млрд рублей (с НДС) в 2018 году. Во второй половине 2018 года «Эльдорадо» обновила бренд, рекламную стратегию и формат магазинов, что позволило Группе расширить аудиторию и позитивно отразилось на результатах.

Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе выросли на 14,6% в четвёртом квартале и на 13,5% за полный 2018 год благодаря позитивной динамике числа покупок и росту среднего чека, обусловленному смещением спроса в более дорогие категории цифровых товаров и росту продаж дополнительных сервисов и аксессуаров. В четвёртом квартале 2018 года продажи LFL «М.Видео» выросли на 11,6%, в то время как «Эльдорадо» показала рекордный рост LFL продаж на 20,7%.

В четвёртом квартале 2018 года интернет-продажи «М.Видео» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) выросли на 26,2% по сравнению с четвертым кварталом 2017 года благодаря росту числа транзакций и среднего чека. Интернет-продажи «Эльдорадо» показали рост на 22,9% год-к-

---

<sup>1</sup> Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает сводные продажи, LFL и результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо», включающие итоги работы «Эльдорадо» не с момента закрытия сделки по ее приобретению, а за весь отчётный период (12 месяцев 2018 года) и ретроспективно — итоги «Эльдорадо» за 12 месяцев 2017 года.

году в четвёртом квартале 2018 года благодаря росту продаж цифровых категорий и, как следствие, увеличению среднего чека.

За 2018 год интернет-продажи «М.Видео» увеличились на 45,7% до 52,8 млрд рублей (с НДС), в то время как «Эльдорадо» показала рост интернет продаж на 7,5% до 24,5 млрд рублей (с НДС). Доля онлайн в продажах Группы составила 18,3%, доля самовывоза – 74,4% за 2018 год.

«Команда «М.Видео-Эльдорадо» параллельно с масштабным и сложным процессом объединения двух компаний с успехом реализовала все стоящие перед сетями бизнес-задачи. «М.Видео» показала рекордные итоги продаж за последние пять лет, увеличив на 20% результат прошлого года, а темпы роста оборота «Эльдорадо» достигли 23% в четвёртом квартале. Важно, что высокие результаты обеих сетей обеспечены не инфляцией или открытием новых магазинов, большая часть которых пришлась на декабрь, а точным позиционированием брендов, расширением аудитории и привлечением новых клиентов, а также развитием ассортимента, сервисов и ростом общей эффективности розницы, что подтверждают беспрецедентно высокие для обоих брендов продажи сопоставимых магазинов, — отметил президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован.

«Группа к концу 2022 года планирует управлять порядка 1100 магазинами бытовой техники и электроники, и сделка с «МедиаМаркт», завершённая в сентябре 2018 года, способствует успешной реализации нашей долгосрочной стратегии. В течение всего трёх месяцев нам удалось открыть 46 магазинов под брендами «М.Видео» и «Эльдорадо» в месте гипермаркетов «МедиаМаркт», и ещё около десяти заработают в 2019 году. Успешно открытые в конце 2018 года новые магазины, а также уже действующая розница и онлайн под управлением одной из самых результативных в стране розничных групп позволят «М.Видео» и «Эльдорадо» в новом, 2019 году, несмотря на прогнозируемое аналитиками замедление темпов роста рынка, предлагать своим покупателям огромный выбор техники по максимально привлекательным ценам, а партнёрам – продуктивное и долгосрочное развитие», — подчеркнул Александр Тынкован.

«Онлайн-продажи продолжают оставаться важным фактором развития ритейла в России, в том числе, в сегменте бытовой электроники. Доля интернета в общих продажах Группы за последний год выросла до 18,3% с 16,5%, приблизившись к показателям крупных европейских игроков, и несмотря на это, темпы онлайн-продаж «М.Видео» в полтора раза опережают среднерыночные. «Эльдорадо» в 2018 году смогла полностью перестроить подход к интернет-продажам, перейдя на омниканальную модель, в результате, динамика онлайн-продаж обоих брендов почти сравнялась в четвёртом квартале 2018 года. При этом оба бренда сохранили и даже немного увеличили трафик в магазинах, то есть, в нашем случае рост интернет-продаж идёт не за счёт миграции собственных клиентов, а является результатом успешной конкуренции с онлайн-игроками и привлечения новой аудитории, — прокомментировал главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес. — Ещё одним заметным трендом прошлого года, который будет развиваться и в 2019 году, стал активный рост сегмента цифровых устройств – смартфонов, ноутбуков, гейминга и сопутствующих аксессуаров. Опыт «М.Видео» по открытию отдельно стоящих магазинов цифровой техники m\_mobile оказался успешным, и в 2019 году мы планируем значительно увеличить их количество, в «Эльдорадо» мы продолжим развитие выделенных цифровых зон в рамках каждого магазина».

За 2018 год объединённая компания увеличила свою сеть на 102 магазина (87 из них было открыто в четвёртом квартале), включая 51 магазин «М.Видео», 46 магазинов «Эльдорадо» и 5 магазинов m\_mobile, а общее число магазинов Группы достигло 941 на 31 декабря 2018 года. При этом открытия четвёртого квартала 2018 года включают в себя 22 «М.Видео» и 24 «Эльдорадо», открытых в декабре 2018 года на месте ребрендериванных точек «МедиаМаркт».

## Операционные показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» в 4-м квартале и за 2018 год (про-форма\*):

Чистый оборот**, млн рублей (с НДС)	4 кв 2018	4 кв 2017	год к году, %	12М 2018	12М 2017	год к году, %
«М.Видео»	92 806	77 215	+20,2%	279 769	233 989	+19,6%
«Эльдорадо»	47 380	38 461	+23,2%	141 596	124 104	+14,1%
<b>Группа «М.Видео-Эльдорадо»</b>	<b>140 186</b>	<b>115 676</b>	<b>+21,2%</b>	<b>421 365</b>	<b>358 093</b>	<b>+17,7%</b>

Онлайн-продажи (доставка + самовывоз), млн. рублей (с НДС)	4кв 2018	4кв 2017	год к году, %	12М 2018	12М 2017	год к году, %
«М.Видео»	17 853	14 143	+26,2%	52 820	36 243	+45,7%
«Эльдорадо»	8 304	6 755	+22,9%	24 460	22 752	+7,5%
<b>Группа «М.Видео-Эльдорадо»</b>	<b>26 157</b>	<b>20 898</b>	<b>+25,2%</b>	<b>77 280</b>	<b>58 995</b>	<b>+31,0%</b>

\* Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает сводные продажи, LFL и результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо», включающие итоги работы «Эльдорадо» не с момента закрытия сделки по ее приобретению, а за весь отчетный период (12 месяцев 2018 года) и ретроспективно - итоги «Эльдорадо» за 12 месяцев 2017 года.

\*\* Чистый оборот рассчитывается как общие продажи за вычетом продаж аукционных купонов на скидку. В данном пресс-релизе цифры за 4 кв и 12 месяцев 2017 года были приведены к Чистому обороту для целей сопоставимости данных в сравниваемых периодах.

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)*, %	4 кв 2018 к 4 кв 2017, %	12М 2018 к 12М 2017, %
«М.Видео»	+11,6%	+12,9%
«Эльдорадо»	+20,7%	+14,8%
<b>Группа «М.Видео-Эльдорадо»</b>	<b>+14,6%</b>	<b>+13,5%</b>

\* Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) основана на сравнении 756 магазинов, открытых не позднее 1 января 2017 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

Развитие сети	31.12.2017	31.12.2018	Новые за 12М 2018*	
<b>Магазины</b>				
«М.Видео»	424	480	+56	
«Эльдорадо»	415	461	+46	
<b>Группа «М.Видео-Эльдорадо»</b>	<b>839</b>	<b>941</b>	<b>+102</b>	
<b>Торговая площадь, тыс. кв. м</b>				
«М.Видео»	693	759	+65	+9,4%
«Эльдорадо»	592	633	+41	+6,8%
<b>Группа «М.Видео-Эльдорадо»</b>	<b>1 286</b>	<b>1 391</b>	<b>+106</b>	<b>+8,2%</b>
<b>Общая площадь, тыс. кв. м</b>				
«М.Видео»	937	1,031	+94	+10,0%
«Эльдорадо»	762	814	+52	+6,9%
<b>Группа «М.Видео-Эльдорадо»</b>	<b>1 699</b>	<b>1 845</b>	<b>+146</b>	<b>+8,6%</b>

\*За 12 месяцев 2018 года было открыто 53 магазина «М.Видео» (включая 22 ребрендрованных магазина «МедиаМаркт») и 5 магазинов «М. Mobile», и закрыто 2 магазина «М.Видео» в связи с их переездом.

За 12 месяцев 2018 года было открыто 53 новых магазина «Эльдорадо» (включая 24 ребрендрованных магазина «МедиаМаркт») и закрыто 7 магазинов (6 из которых по предписанию ФАС).

## О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

**Группа «М.Видео-Эльдорадо»** (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания, объединяющая бренды на рынке бытовой техники и электроники «М.Видео» и «Эльдорадо», а также маркетплейс Goods. Совокупный годовой оборот компаний превышает 420 млрд рублей с НДС. Группа «М.Видео-Эльдорадо» – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 31 декабря 2018 года Группа объединяет 475 магазинов под брендом «М.Видео», 461 магазин под брендом «Эльдорадо» и 5 магазинов «M\_Mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1,391 тыс. м кв., общая площадь – 1,845 тыс. м кв.

### **Контакты для прессы:**

Валерия Андреева, руководитель департамента по связям с общественностью,  
valeriya.andreeva@mvideo.ru  
Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 7386

### **Контакты для инвесторов:**

Наталья Белявская,  
директор по связям с инвесторами,  
natalya.belyavskaya@mvideo.ru  
Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 1425