

Онлайн-продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 70% до 144 миллиардов рублей в 2019 году

28 января 2020 года, Москва, Россия. ПАО «М.видео» (далее – «Группа «М.Видео-Эльдорадо», «компания» или «Группа»), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой (ММВБ: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные про-форма показатели чистых продаж и продаж сопоставимых магазинов (like-for-like), а также результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо» за двенадцать месяцев и четвёртый квартал, окончившиеся 31 декабря 2019 года.

Ключевые объединённые показатели 2019 года (про-форма*):

- Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» увеличились на 3,8% год-к-году до 437,5 млрд рублей (с НДС).
- Общие онлайн-продажи компании** выросли на 70,2% год-к-году до 144,0 млрд рублей (с НДС). Доля общих онлайн-продаж в продажах Группы составила 32,9%.
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе за 2019 год показали снижение на 5,5% и выросли на 7,1% по сравнению с 2017 годом преимущественно из-за высокой базы 2018 года.
- Группа расширила сеть на 97 новых магазинов до 1 038 на 31 декабря 2019 года.

Ключевые объединённые показатели четвёртого квартала 2019 года:

- Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» в четвёртом квартале 2019 года составили 138,3 млрд рублей (с НДС), что на 1,4% ниже показателей четвёртого квартала 2018 года.
- Общие онлайн-продажи увеличились на 57,2% год-к-году до 52,6 млрд рублей (с НДС) и достигли рекордных 38,0% от продаж Группы.
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе за четвёртый квартал 2019 года снизились на 9,7% и выросли на 3,5% по отношению к четвёртому кварталу 2017 года как следствие высокой базы 2018 года.

* Про-форма операционной отчётности 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 её приобретению, а с начала 2018 года.

** Общие онлайн-продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» в соответствии со стратегией ONE RETAIL учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильные устройства продавцов (RTD, Real Time Dealing или продажи в режиме реального времени). В настоящее время продажи через RTD доступны только в магазинах «М.Видео».

«Группа «М.Видео-Эльдорадо» в 2019 году завершила интеграцию бизнеса «Эльдорадо» – мы создали одно юридическое лицо, перевели все операции на единую ERP-систему, реализовали все запланированные синергии и подтвердили эффективность нашей бизнес-модели, в рамках которой два бренда управляются одной компанией и усиливают друг друга. В результате, Группа, в соответствии с озвученными ранее целями, вышла на новый устойчивый уровень прибыльности по показателю EBITDA, а также в декабре 2019 года вернулась к практике дивидендных выплат. Следующим этапом мы видим реализацию потенциала дальнейшего роста бизнеса при сохранении текущего уровня рентабельности – одного из самых высоких в мире среди публичных компаний сектора потребительской электроники.

По данным GfK, рынок бытовой техники и электроники в России вырос на 2,9% по итогам 2019 года. Группа «М.Видео-Эльдорадо» продолжила опережать рынок и нарастила продажи на 3,8% до 437,5 миллиардов рублей, интегрировав все преимущества онлайн и офлайн каналов в рамках единой бизнес-модели. Онлайн-продажи Группы выросли на 70% за последний год, достигнув 144 миллиардов рублей, в то время как онлайн рынок бытовой техники и электроники, согласно GfK, показал рост на 20%. Уже треть наших общих продаж приходится на онлайн, что говорит об успешной трансформации компании из омниканальной в ONE RETAIL», – отметил президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован.

«Мы видим, что несмотря на высокий рост продаж через Интернет, доля клиентов, использующих многоканальный подход (как онлайн, так и в магазинах), растёт и достигла порядка 70% на рынке бытовой электроники. Понимая это, мы развернули наше решение RTD (мобильное приложение для продавцов) на все магазины «М.Видео» в течение 2019 года. С августа более 10 000 продавцов могут зарегистрировать клиента в магазине с помощью этого приложения и сделать уникальные персональные предложения, что положительно влияет на продажи.

М.ВидеоЭльдорадо

Мы можем сравнивать и анализировать поведение клиента и онлайн, и в магазине. Таким образом мы получаем уникальные данные для создания удобной среды и возможности делать индивидуальные предложения для каждого клиента. В прошлом году мы также запустили мобильное приложение «М.Видео», которое было скачано более миллиона раз и имеет один из самых высоких рейтингов в своей категории. Мы планируем дальнейшую цифровую трансформацию нашего бизнеса для будущего роста и повышения эффективности», – подчеркнул главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес.

«Телеком остаётся одним из ключевых драйверов рынка электроники. Группа вошла в этот сегмент несколько лет назад и сегодня является одним из основных игроков. Продажи смартфонов «М.Видео-Эльдорадо» в 2019 году выросли на 17% год-к-году, что выше динамики рынка. Более того, наши клиенты покупают каждое второе устройство с аксессуаром или дополнительной услугой. Этот «экосистемный» подход, в основе которого находятся потребности наших покупателей, позволяет нам укреплять лидерство на рынке и повышать эффективность», – добавил г-н Фернандес.

Продажи Группы выросли на 3,8% год-к-году до 437,5 млрд рублей (с НДС) по итогам 2019 года благодаря активному открытию новых магазинов и сильному росту общих онлайн-продаж. Продажи бренда «М.Видео» в 2019 году увеличились на 4,6% год-к-году и достигли 292,5 млрд рублей (с НДС). Продажи «Эльдорадо» выросли на 2,4% год-к-году до 144,9 млрд рублей (с НДС).

Общие онлайн-продажи Группы (заказы онлайн с доставкой на дом или самовывозом из магазинов и авторизованные продажи в магазинах через мобильные устройства продавцов, RTD) показали рост на 70,2% к 2018 году и достигли 144,0 миллиардов рублей. Общие онлайн-продажи составили 32,9% от всех продаж Группы по итогам 2019 года и достигли 38,0% в четвёртом квартале 2019 года.

Онлайн-продажи «М.Видео» почти удвоились год-к-году до 116,4 млрд рублей (с НДС) в 2019 году благодаря внедрению проекта RTD, росту числа транзакций и среднего чека. В августе 2019 года Группа успешно внедрила проект RTD во всех магазинах сети «М.Видео».

Онлайн-продажи «Эльдорадо» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) выросли на 12,8% год-к-году до 27,6 млрд рублей (с НДС) за счет увеличения числа транзакций и среднего чека.

За 2019 год Группа «М.Видео-Эльдорадо» увеличила сеть на 97 магазинов, включая 38 магазинов «М.Видео», 45 «Эльдорадо» и 14 магазинов m_mobile. Общее число магазинов Группы составило 1 038 на 31 декабря 2019 года.

Операционные показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» в 4-м квартале и за 2019 год (про-форма*):

| Чистый оборот, млн рублей (с НДС) | 4 кв. 2019 | 4 кв. 2018 | год к году, % | 2019 | 2018 | год к году, % |
|-----------------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| «М.Видео» | 92 468 | 92 806 | -0,4% | 292 531 | 279 769 | +4,6% |
| «Эльдорадо» | 45 798 | 47 380 | -3,3% | 144 941 | 141 596 | +2,4% |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | 138 265 | 140 186 | -1,4% | 437 472 | 421 365 | +3,8% |

| Общие онлайн-продажи (доставка + самовывоз + RTD), млн рублей (с НДС) | 4 кв. 2019 | 4 кв. 2018 | год к году, % | 2019 | 2018 | год к году, % |
|---|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| «М.Видео» | 43 568 | 25 127 | +73,4% | 116 433 | 60 133 | +93,6% |
| «Эльдорадо» | 9 002 | 8 304 | +8,4% | 27 584 | 24 460 | +12,8% |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | 52 569 | 33 431 | +57,2% | 144 017 | 84 593 | +70,2% |

* Про-форма операционной отчётности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает сводную отчётность, как если бы «Эльдорадо» входила в Группу не с момента приобретения, а с начала 2018 года.

| Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL 2019/2018)*, % | 4кв 2019 к 4кв 2018, % | 2019 к 2018, % |
|---|------------------------|----------------|
| «М.Видео» | -8,5% | -4,9% |
| «Эльдорадо» | -12,3% | -6,7% |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | -9,7% | -5,5% |
| Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL 2019/2017)**, % | 4кв 2019 к 4кв 2017, % | 2019 к 2017, % |
| «М.Видео» | +2,2% | +7,2% |
| «Эльдорадо» | +6,0% | +7,1% |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | +3,5% | +7,1% |

| Развитие сети | 31.12.2018 | 31.12.2019 | Новые за 12М 2019*** | |
|-------------------------------------|--------------|--------------|----------------------|--------------|
| Магазины | | | | |
| «М.Видео» | 480 | 532 | +52 | |
| «Эльдорадо» | 461 | 506 | +45 | |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | 941 | 1,038 | +97 | |
| Торговая площадь, тыс. кв. м | | | | |
| «М.Видео» | 759 | 794 | +35 | +4,7% |
| «Эльдорадо» | 633 | 661 | +28 | +4,5% |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | 1 392 | 1 455 | +63 | +4,6% |
| Общая площадь, тыс. кв. м | | | | |
| «М.Видео» | 1 031 | 1 115 | +84 | +8,2% |
| «Эльдорадо» | 814 | 882 | +68 | +8,3% |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | 1 845 | 1 997 | +152 | +8,2% |

* Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) 2019/2018 основана на сравнении 782 магазинов, открытых не позднее 1 января 2018 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%. LFL продажи включают в себя продажи через RTD и самовывоз из магазинов.

** Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) 2019/2017 основана на сравнении 739 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%. LFL продажи включают в себя продажи через RTD и самовывоз из магазинов.

***За 2019 год было открыто 42 магазина «М.Видео» и 14 магазинов «M_Mobile», и закрыто 4 магазина «М.Видео». За 2019 год было открыто 49 и закрыто 4 магазина «Эльдорадо».

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды «М.Видео» и «Эльдорадо». Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 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 2019 года Группа объединяет 513 магазинов под брендом «М.Видео», 506 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 19 магазинов «m_mobile» в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 455 тыс. м кв., общая площадь – 1 997 тыс. м кв. на 31 декабря 2019 года.

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