

М.Видео-Эльдорадо объявляет операционные результаты за 1 квартал 2020 года и полный переход на онлайн-платформу в апреле 2020 года

28 апреля 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 (МосБиржа: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные показатели чистых продаж, продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) за первый квартал, окончившийся 31 марта 2020 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события первого квартала и после отчётной даты.

Ключевые показатели 1 квартала 2020 года

- **Продажи Группы** выросли на 19,8% год-к-году до 121,5 миллиарда рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании**¹ выросли на 80% год-к-году до 56,7 миллиарда рублей (с НДС), составив 46,7% от общих продаж Группы.
- **Сопоставимые продажи (LFL)** показали рост на 13,5% к первому кварталу 2019 года и 15,1% – к первому кварталу 2018 года.
- **Общее количество магазинов** по сравнению с первым кварталом 2019 года выросло на 83, с начала года – не изменилось и на 31 марта 2020 года составило 1 038.

Факторы, повлиявшие на результаты первого квартала 2020 года

- Существенный рост продаж ноутбуков, периферии и других мобильных устройств в марте на фоне подготовки к переходу на удалённую работу и обучение.
- Ускорение темпов продаж бытовой техники и электроники, обусловленное колебаниями валютного курса и реализацией потребителями ряда отложенных крупных покупок.
- Рост продаж смартфонов выше рынка на фоне расширения ассортимента и товарных запасов, регулярных промоакций и эффективной работы розничных магазинов, а также сохраняющегося интереса потребителей к новым флагманским моделям ведущих производителей.

Ключевые события первого квартала 2020 года

- Группа первой в России начала коммерческое внедрение решения для управления складским двором SAP Yard Logistics.
- Группа М.Видео-Эльдорадо, X5 Retail Group, Билайн и Hoff создали альянс Retail Innovation Tech Alliance (RITA) для совместного поиска новых технологических решений как на рынке РФ, так и на крупнейших международных стартап-площадках.
- В феврале Дагмара Иванова была назначена Советом директоров управляющим директором М.Видео.
- ПАО «М.видео» и операционная компания Группы – ООО «МВМ» – вошли в перечень системообразующих компаний российской экономики.

Президент Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Тынкован:

«Сильные операционные результаты первого квартала 2020 года и всего 2019 года создают хорошую основу для прохождения нами турбулентного периода, начавшегося в экономике с конца марта. Текущая ситуация сыграла важную для нас роль – Группа полностью перешла на онлайн-платформу и трансформировалась в онлайн-бизнес. Мы планировали реализовать модель ONE RETAIL в течение трёх лет, но пандемия простимулировала нас мобилизовать ресурсы и сделать это за три недели в условиях жёсткой финансовой дисциплины и оптимизации расходов.

В рамках ONE RETAIL весь процесс выбора и покупки происходит в мобильном устройстве – и на стороне покупателя, и на стороне продавца. Единая онлайн-платформа позволяет нам авторизовать клиентов, делать персональные предложения в любой точке контакта с ними и совершать все транзакции онлайн – на сайте, в мобильном приложении, в магазине. Например, уже сейчас в магазине вы можете оплатить покупку безопасно и бесконтактно, в своём устройстве, не обращаясь на кассовую зону. Порядка 90% наших продаж сейчас – это онлайн-продажи.

Силы и средства, вложенные нами за последние несколько лет в построение концепции ONE RETAIL, позволили нам оперативно адаптировать бизнес к текущим условиям и изменению покупательского поведения. В апреле мы запустили целый ряд проектов, которые позволяют нам бесконтактно, безопасно и оперативно обеспечивать людей необходимой техникой и девайсами в условиях самоизоляции – от доставки службами такси до видеоконсультаций. При этом магазины остаются неотъемлемой частью наших онлайн-продаж, уникальным преимуществом: теперь это и точки онлайн-продаж, и курьерской доставки из магазинов, и место дистрибуции стока, и шоу-рум технологий и новинок. Их роль меняется, но их важность для экосистемы ONE RETAIL остаётся неизменной.

Несмотря на введённые ограничения мы смогли наладить максимально эффективную работу с соблюдением всех санитарно-эпидемиологических требований, за считанные дни перестроив магазины и переорганизовав многие процессы продаж и логистики. У нас работают около 30 000 сотрудников, и важнейшим приоритетом для нас остаются их безопасность и здоровье, сохранение трудоустройства и дальнейшее развитие человеческого потенциала.

Кроме того, мы лишний раз убедились в правильности начатой несколько лет назад стратегии по выходу в телеком-сегмент. В первом квартале этот рынок вырос на 15% в деньгах по сравнению с прошлым годом. М.Видео-Эльдорадо при этом нарастила продажи смартфонов вдвое быстрее рынка. С введением режима самоизоляции смартфоны и ноутбуки стали самими настоящими товарами первой необходимости, и многие наши магазины сейчас работают как салоны связи, предлагая полный ассортимент мобильных устройств и операторских сервисов».

Обзор бизнеса и ключевые события после отчётной даты

Защита людей, работа магазинов

- Безопасность сотрудников и покупателей остаётся главным приоритетом. Группа продолжает реализовывать все санитарно-эпидемиологические требования на всех объектах (регулярный замер температуры и гигиеническая обработка рук, использование санитайзеров, регулярная санитарная обработка во всех помещениях, использование разметки в магазинах).
- Компания прилагает все усилия для сохранения трудоустройства и благополучия персонала. Для сотрудников, продолжающих работать в магазинах, зафиксирован стабильный ежемесячный доход, который не зависит от результатов продаж. Незанятые в магазинах сотрудники имеют возможность перейти на работу в другие функции. В рамках социальной поддержки введены дополнительное страхование жизни и здоровья, материальная помощь в случае заболевания коронавирусом, бесплатный доступ к линии дистанционной медицинской помощи и психологических консультаций.
- По состоянию на 27 апреля порядка 97% от общего количества магазинов Группы продолжают работу с соблюдением всех санитарно-эпидемиологических норм – в обычном режиме, в формате пунктов выдачи, салонов связи или darkstore.

Онлайн и клиентский сервис

- Группа уже запустила или внедряет целый ряд проектов, ориентированных на развитие онлайн-продаж, повышение эффективности, оперативности и безопасности «последней мили», а также минимизацию социальных контактов: 1) партнёрство с X5 Retail Group по самовывозу онлайн-заказов в М.Видео и Эльдорадо из «Пятёрочек»; 2) открытие магазина М.Видео на площадке макретплейса Ozon; 3) доставка товаров на парковку возле магазина, если покупатель хочет остаться в машине; 4) экспресс-доставка службами такси (Gett, Яндекс.Taxi), DPD, Почтой России; 5) видео-консультации для клиентов по подбору техники, а также авторизованный канал поддержки в режиме 24/7 через мессенджер WhatsApp; 6) реализация мероприятий по повышению эффективности работы контактного центра в связи с существенным ростом количества обращений.
- С начала апреля онлайн-продажи с курьерской доставкой на дом по сравнению с прошлым годом показали рост в четыре раза, трафик магазинов снизился на 75% по сравнению с прошлым годом на фоне введения режима самоизоляции.
- Ежедневное количество курьерских доставок М.Видео и Эльдорадо за апрель выросло вдвое по сравнению с прошлым годом – до 7 000, что на 30% больше, чем накануне новогодних праздников.
- Трафик онлайн-площадок М.Видео и Эльдорадо в апреле вырос почти вдвое, установки мобильного приложения М.Видео – в семь раз. Мобильное приложение вошло в топ-10 самых популярных в сфере ритейла.
- Группа определила 10 основных товарных категорий, в которых на ряд товаров отказалась от торговой наценки и зафиксировала цены, несмотря на волатильность рубля.

Финансовая дисциплина и устойчивость

- В рамках введённого режима общей экономии и повышенной платёжной дисциплины Группа оптимизирует все операционные расходы, сохраняя фокус на выполнении социальных обязательств в отношении сотрудников Компании и минимально необходимых затрат для обеспечения функционирования сети в условиях карантина; также проведена оптимизация инвестиционной программы с фокусом на дальнейшее развитие онлайн-сервисов и улучшение покупательского опыта.
- Компания ведёт адресную работу со всеми группами партнёров по оптимизации платежей и условий взаимодействия в новых обстоятельствах.

Операционные показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» в 1 квартале 2020 года

Чистый оборот, млн рублей (с НДС)

	1 кв 2020	1 кв 2019	Изм., %
М.Видео (включая m_mobile)	82 044	68 131	+20,4%
Эльдорадо	39 422	33 289	+18,4%
Группа М.Видео-Эльдорадо	121 467	101 421	+19,8%

Общие онлайн-продажи (доставка + самовывоз + RTD), млн рублей (с НДС)¹

	1 кв 2020	1 кв 2019	Изм., %
М.Видео (включая m_mobile)	47 843	25 344	+88,8%
Эльдорадо	8 888	6 179	+43,8%
Группа М.Видео-Эльдорадо	56 731	31 524	+80,0%

Динамика сопоставимых продаж (LFL)², %

	1кв'20/1кв'19	1кв'20/1кв'18
М.Видео	+14,1%	+14,9%
Эльдорадо	+12,3%	+15,7%
Группа М.Видео-Эльдорадо	+13,5%	+15,1%

Развитие сети

	31.03.2020	31.12.2019	Изм. за 1 кв 2020
Магазины			
М.Видео (включая m_mobile)	534	532	+2
Эльдорадо	504	506	-2
Группа М.Видео-Эльдорадо	1 038	1 038	0

Торговая площадь, тыс. кв. м

	31.03.2020	31.12.2019	Изм.	Изм., %
М.Видео (включая m_mobile)	795	794	+1	+0,1%
Эльдорадо	656	661	-5,6	-0,9%
Группа М.Видео-Эльдорадо	1 451	1 456	-5	-0,3%

Общая площадь, тыс. кв. м

	31.03.2020	31.12.2019	Изм.	Изм., %
М.Видео (включая m_mobile)	1 116	1 115	+1	+0,1%
Эльдорадо	871	882	-11	-1,2%
Группа М.Видео-Эльдорадо	1 987	1 997	-10	-0,5%

О Группе

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 марта 2020 года Группа объединяет 514 магазинов под брендом М.Видео, 504 магазинов под брендом Эльдорадо и 20 магазинов m_mobile в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 451 тыс. м кв., общая площадь – 1 987 тыс. м кв. на 31 марта 2020 года.

Контакты для инвесторов:

Максим Новиков,
директор по связям с инвесторами,
maxim.novikov@mvideo.ru
Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 1425

Контакты для прессы:

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

¹ 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».

² Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) 2020/2019 основана на сравнении 461 магазина М.Видео и 421 магазина Эльдорадо, открытых не позднее 1 января 2019 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) 2020/2018 основана на сравнении 404 магазинов М.Видео и 380 магазинов Эльдорадо, 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.