

М.Видео-Эльдорадо за девять месяцев увеличила GMV на 15,4%, продажи через мобильную платформу выросли на 100,4%

21 октября 2021 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 объединённые неаудированные показатели общих продаж (GMV, gross merchandise value) за третий квартал и девять месяцев, окончившиеся 30 сентября 2021 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события третьего квартала и после отчётной даты.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ 2021 ГОДА¹

- **Общие продажи (GMV²) Группы** выросли на 2,0% до 134,7 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании³** выросли на 17,1% до 91,2 млрд рублей (с НДС), составив 67,7% от GMV Группы:
 - **Оборот мобильной платформы⁴** вырос на 46,6% до 65,2 млрд рублей и составил 71,5% от общих онлайн-продаж
 - **Оборот веб-платформы⁵** снизился на 22,3% до 26,0 млрд рублей.
- **Количество активных идентифицированных клиентов⁶** составило **19,6 миллионов**, из которых 59,1% являются OneRetail клиентами⁷; **число OneRetail клиентов** выросло на 30,7%.
- **Средний чек OneRetail клиентов превысил данный показатель для не-OneRetail клиентов на 28%** – 11,7 тыс. рублей против 9,1 тыс. рублей.
- **Пользовательские мобильные приложения М.Видео и Эльдорадо в третьем квартале были установлены 4,5 млн раз.**
- **Среднемесячное количество активных пользователей (MAU) мобильных приложений для клиентов** составило более 3,9 млн, увеличившись более чем в 2,5 раз к аналогичному периоду прошлого года.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ДЕВЯТЬ МЕСЯЦЕВ 2021 ГОДА

- **Общие продажи (GMV) Группы** выросли на 15,4% до 393,0 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании** выросли на 38,5% до 269,6 млрд рублей (с НДС), составив 68,6% от GMV Группы:
 - **Оборот мобильной платформы** вырос на 100,4% до 180,4 млрд рублей и составил 66,9% от общих онлайн-продаж.
 - **Оборот веб-платформы** снизился на 14,8% до 89,2 млрд рублей.
- **Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** превысили 21 миллион, увеличившись в 4,3 раза к прошлому году.
- **Общее количество SKU, представленных на онлайн-платформах Группы и в магазинах,** увеличилось с начала года в 2,5 раза – с 75 тысяч до почти 170 тысяч.
- **Сеть магазинов** на конец сентября 2021 года составила 1 178 магазинов всех форматов (+104 новых магазина за девять месяцев) в 328 городах России (+49 новых городов за период).

Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Изосимов:

Третий квартал стал для нас одним из самых активных с точки зрения запуска целого пула новых сервисов и фичей в рамках развития мобильной платформы, общей цифровизации бизнеса и одновременно периодом сознательного отказа от активных промо-механик для более прозрачного понимания рынка и результативности наших маркетинговых активностей.

На фоне роста стоимости привлечения трафика через традиционные инструменты огромную ценность получает собственная мобильная платформа М.Видео-Эльдорадо, которая позволяет напрямую коммуницировать с идентифицированными покупателями, максимально адаптируя предложения под интересы пользователя. Число активных пользователей мобильных клиентских приложений М.Видео и Эльдорадо выросло до почти четырёх миллионов, два из трёх наших постоянных покупателей используют мобильные решения для бесшовных транзакций в магазине или онлайн. Учитывая более высокий средний чек таких потребителей и частоту покупок, поэтапное развёртывание новых инструментов промо, таких, например, как персональная цена, постепенно трансформируется в рост продаж. В сентябре-октябре Группа вернулась к двузначным темпам роста GMV.

Ключевым фактором в оценке динамики Группы является также волатильность 2020 года, обусловленная связанными с пандемией ограничениями. В летние месяцы 2020 года, в течение которых были сняты основные запреты на полноценную работу непродуктовой розницы, продажи М.Видео-Эльдорадо показали максимальный за весь прошлый год рост, что обычно нехарактерно для этого сезона. Если взять за основу 2019 год, то продажи М.Видео-Эльдорадо в третьем квартале 2021 года выросли на 28%, нарастающим итогом за девять месяцев – на 31%.

ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ 2021 ГОДА

- Общие продажи (GMV) Группы сохранили положительную динамику год-к-году и выросли на 2,0% до 134,7 млрд рублей (с НДС), при этом общие продажи за третий квартал 2021 года к аналогичному периоду менее волатильного 2019 года выросли на 28%. В июле-августе 2020 году были сняты большинство ограничений, введённых весной прошлого года в рамках борьбы с распространением новой коронавирусной инфекции, что позволило возобновить работу магазинов в привычном режиме. В результате, третий квартал 2020 года показал максимальную за год динамику роста +25,3% к 2019 году.
- В третьем квартале 2021 года Группа продолжила развитие мобильной OneRetail платформы, в том числе, за счёт перевода пользователей с веб-сайта на мобильные продукты, что позволит компании в дальнейшем напрямую коммуницировать с покупателями и более эффективно использовать промо и рекламные механики. В результате, трафик клиентских приложений М.Видео и Эльдорадо вырос втрое, посещения веб-платформы снизились на 21%. Средний чек OneRetail клиентов составил 11 706 рублей, что на 28% выше, чем у обычных покупателей.
- Рост показателей мобильной платформы до 65,2 млрд рублей или 48% от GMV обеспечен следующими факторами:
 - успешный запуск новых и обновление имеющихся цифровых продуктов, нацеленных на улучшение клиентского опыта и конверсию, включая повышение бесшовности взаимодействия между клиентским приложением и приложением продавца.
 - развитие первых персонализированных ценовых предложений (ПЕРС_Цена) на основе технологий искусственного интеллекта для пользователей мобильной платформы и сайта М.Видео;
 - рост скачиваний и конверсии пользовательских мобильных приложений, активное продвижение и содействие осуществлению покупок в магазинах через мобильное приложение,
- К числу прочих факторов роста GMV можно отнести также:

- расширение розничной сети на 41 магазин в третьем квартале и выход в 14 новых городов, прежде всего, благодаря открытию магазинов малого формата «Эльдорадо 250», динамика продаж которых остаётся лучше ожиданий;
- восстановление и дальнейший рост продаж сервисов (+21%), в т.ч. продаж страховых продуктов (+14%);
- рост объёма кредитных продаж (+16%) благодаря, в том числе, дальнейшему развитию сервиса онлайн-кредитования, доступного на мобильной и веб-платформе, а также продолжающемуся восстановлению POS-кредитования в магазинах;
- рост доступности заказов к выдаче/доставке в течение 15 минут на +6,7 п.п. год-к-году до 41,2%;
- высокие темпы роста спроса и исторически высокая доля рынка в категории «домашний офис» (+15%) на фоне подготовки к новому учебному году.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА 2021 ГОДА

Развитие OneRetail платформы:

- Совет директоров одобрил проект по развитию финтех-направления в рамках Группы и приобретения с этой целью 100% участия в кредитной платформе «Директ Кредит» за 1,3 млрд рублей. М.Видео-Эльдорадо планирует дальнейшее развитие «Директ Кредит» как ведущего провайдера финтех-сервисов для всей отрасли розничной торговли, включая онлайн- и офлайн-кредитование, платёжные инструменты для клиентов и партнёров. Компания завершила сделку в октябре 2021 года.
- М.Видео-Эльдорадо объявила о стратегическом партнёрстве с Yandex.Cloud в сфере развития облачной инфраструктуры. Впервые на российском рынке ритейла разработка и эксплуатация клиентских цифровых продуктов компании полностью переводится в облако. На сегодняшний день уже 70% розничных операций Группы поддерживаются облачными решениями. В течение ближайших двух лет М.Видео-Эльдорадо планирует полностью перевести клиентские продукты в облака.
- Бренд М.Видео запустил персонализированные ценовые предложения (ПЕРС_ЦЕНА) на основе технологий искусственного интеллекта (ИИ) для пользователей мобильной платформы, предлагая авторизованным клиентам гарантированную скидку с учётом истории прошлых покупок и доступных бонусов. Это позволило обеспечить рост конверсии в мобильном приложении клиента в 1,5 раза.
- М.Видео-Эльдорадо реализовала пилот по интеграции сервисов кредитной платформы, которую использует для оформления кредитов в магазинах и онлайн, в рабочее мобильное приложение консультанта в магазине. Таким образом, клиентам М.Видео не потребуется проходить отдельную процедуру оформления и подписания договора в кредитной зоне – весь процесс заключения сделки от выбора товара до оплаты, в том числе с использованием заёмных средств, доступен через смартфон продавца в любой точке торгового зала.

Цифровая трансформация и эффективность бизнес-процессов:

- По итогам успешного тестирования двух пилотных проектов для эффективного управления розничными процессами и повышения конверсии магазинов (автоматизация планирования ассортимента, доступного в магазинах, на основе глубинной аналитики и система видеоаналитики в магазинах) Группа приступила к коммерческому развёртыванию данных технологий в розничных точках.
- Компания запустила пилотный проект на 100 магазинов по автоматизированному планированию ассортимента в магазинах на основе глубинной аналитики. Искусственный интеллект, анализируя поведение покупателей при выборе товаров, формирует оптимальный набор моделей на полках в магазинах, чтобы удовлетворить потребности разных групп клиентов. По результатам пилота, просто меняя ассортимент на полках, Группа увеличила продажи в тестовых категориях до 3,5%.

ESG




- Группа впервые опубликовала ESG Databook, где содержится широкий спектр данных о результатах деятельности компании в экономической, экологической, социальной сферах, а также аспектах корпоративного управления в удобном формате.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ




- Общие онлайн-продажи Группы в октябре продолжают демонстрировать двузначный рост, продажи через мобильное приложение клиента выросли вдвое за счёт развития функционала и инструментов персонализации ценовых предложений.
- М.Видео-Эльдорадо запустила разработанную собственными ресурсами пилотную версию платформы для работы с поставщиками и управления ассортиментом, размещённом по модели маркетплейса. В личном кабинете на веб-портале партнёры смогут пройти все этапы – от регистрации до получения обратной связи от покупателей.

Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо за 3 квартал и 9 месяцев 2021 года




GMV, млн рублей (с НДС)

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
	90 325	87 049	+3,8%	263 102	225 633	+16,6%
	44 391	45 002	-1,4%	129 928	114 811	+13,2%
	134 716	132 052	+2,0%	393 030	340 444	+15,4%

Общие онлайн-продажи, млн рублей (с НДС)

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
	80 051	65 216	+22,7%	231 521	156 903	+47,6%
	11 134	12 670	-12,1%	38 075	37 815	+0,7%
	91 185	77 885	+17,1%	269 596	194 718	+38,5%

Доля общих онлайн-продаж от GMV, %

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
	88,6%	74,9%	+13,7пп	88,0%	69,5%	+18,5пп
	25,1%	28,2%	-3,1пп	29,3%	32,9%	-3,6пп
	67,7%	59,0%	+8,7пп	68,6%	57,2%	+11,4пп

Количество активных идентифицированных клиентов (за последние 12 мес. на 30.09), млн

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
Клиенты OneRetail	-	-	-	11,6	8,9	+30,7%
Доля клиентов OneRetail	-	-	-	59,1%	48,6%	+10,6пп
Клиенты non-OneRetail	-	-	-	8,0	9,4	-14,7%
Итого	-	-	-	19,6	18,2	+7,3%

Средний чек по группам клиентов, руб.

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
OneRetail	11 706	11 427	+2,4%	10 856	10 353	+4,9%
non-OneRetail	9 122	8 218	+11,0%	7 829	7 421	+5,5%
Итого	11 034	10 311	+7,0%	10 077	9 395	+7,3%

Детализация общих онлайн-продаж по каналам, млн рублей (с НДС)

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
Веб-платформа	25 963	33 399	-22,3%	89 229	104 708	-14,8%
Моб. платформа, в т.ч.	65 222	44 486	+46,6%	180 367	90 010	+100,4%
Приложения клиента	12 188	4 755	+156,3%	35 889	10 579	+239,2%
Приложение продавца	53 034	39 731	+33,5%	144 478	79 431	+81,9%
Итого	91 185	77 885	+17,1%	269 596	194 718	+38,5%

Детализация GMV по каналам реализации товара, млн рублей (с НДС)










	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
Магазины	93 254	93 421	-0,2%	261 616	223 464	+17,1%
Самовывоз	32 473	26 789	+21,2%	101 173	80 635	+25,5%
Доставка на дом	8 988	11 842	-24,1%	30 242	36 345	-16,8%
Итого	134 716	132 052	+2,0%	393 030	340 444	+15,4%

Суммарные показатели веб-сайта, среднемесячные посещения, млн

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
Посещения	57,0	72,0	-20,9%	61,9	73,3	-15,5%

Суммарные показатели пользовательских приложений⁸

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм., %	9М 2021	9М 2020	Изм., %
Установки, тыс. ⁹	-	-	-	21 052	4 872	+332,1%
MAU, тыс. ¹⁰	3 864	1 392	+177,6%	3 480	1 075	+223,8%

Развитие сети			
	30.09.2021	31.12.2020	Изм. за 9М 2021
Магазины			
	563	542	+21
	615	532	+83
	1 178	1 074	+104
Торговая площадь, тыс. м²			
	836	810	+26
	698	665	+33
	1 533	1 475	+59
Общая площадь, тыс. м²			
	1 164	1 131	+33
	917	883	+33
	2 081	2 015	+66

Презентация операционных показателей за третий квартал и 9 месяцев, окончившиеся 30 сентября 2021 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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 года.

По состоянию на 30 сентября 2021 года Группа объединяет 563 магазина под брендом М.Видео, 615 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 081 тыс. м кв.

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), в свободном обращении находится 24% акций компании. 60% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гуцериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 1% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

IR команда:

Максим Новиков

Директор по связям с инвесторами

maxim.novikov@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 1425

Пресс-служба:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 7386

Андрей Петров

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 787-78-00 ext. 3635

Екатерина Чупрак

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 7102

¹ Здесь и далее данные по сравнительной динамике указаны год-к-году, 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 включает 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 в соответствии со стратегией OneRetail 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».

⁴ Оборот мобильной платформы включает в себя продажи через пользовательские приложения М.Видео и Эльдорадо и приложение продавцов в магазинах.

⁵ Оборот веб-платформы включает продажи через веб-сайт, контактный центр, вендор-каталог, ручные заказы.

⁶ Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продаж.

⁷ Компания определяет OneRetail клиентов как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку через веб-платформу или мобильную платформу, включающую пользовательские приложения и приложения продавца.

⁸ Розничная сеть М.Видео запустила мобильное приложение во втором квартале 2019 года, сеть Эльдорадо – в декабре 2020 года.

⁹ Количество установок пользовательских приложений на мобильные устройства на iOS и Android нарастающим итогом.

¹⁰ MAU – monthly active users, среднее за месяц количество активных пользователей мобильных приложений.