

М.Видео-Эльдорадо во втором квартале увеличила GMV на 38%, продажи через мобильную платформу – в 3,3 раза

22 июля 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 второй квартал и первое полугодие, окончившиеся 30 июня 2021 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события второго квартала и после отчётной даты.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ВТОРОЙ КВАРТАЛ 2021 ГОДА¹

- **Общие продажи (GMV²) Группы** выросли на 38,2% до 120,1 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании³** выросли на 35,7% до 81,5 млрд рублей (с НДС), составив 67,9% от GMV Группы:
 - **Оборот мобильной платформы⁴** вырос на 231,7% до 52,1 млрд рублей и составил 63,9% от общих онлайн-продаж
 - **Оборот веб-платформы⁵** снизился на 33,7% до 29,4 млрд рублей.
- **Количество активных идентифицированных клиентов⁶** достигло **19,8 миллионов**, из которых 56,9% являются OneRetail клиентами⁷; **рост числа OneRetail клиентов** составил 47,1%.
- **Средний чек OneRetail клиентов** превысил данный показатель для не-OneRetail клиентов на 40% – 10,7 тыс. рублей против 7,8 тыс. рублей.
- **Пользовательские мобильные приложения М.Видео и Эльдорадо во втором квартале были скачаны и установлены 5 млн раз**, что является абсолютным квартальным рекордом для Группы.
- **Среднемесячное количество активных пользователей мобильных пользовательских приложений (MAU)** составило более 3,2 млн, увеличившись более чем в 2,5 раз к аналогичному периоду прошлого года.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2021 ГОДА

- **Общие продажи (GMV) Группы** выросли на 24,0% до 258,3 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании** выросли на 48,8% до 173,9 млрд рублей (с НДС), составив 67,3% от GMV Группы:
 - **Оборот мобильной платформы** вырос на 139,5% до 108,9 млрд рублей и составил 62,6% от общих онлайн-продаж.
 - **Оборот веб-платформы** снизился на 9,0% до 64,9 млрд рублей.
- **Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** составили 16,6 миллионов и выросли почти в 5 раз к прошлому году.
- **Общее количество SKU**, представленных на онлайн-платформах Группы и в магазинах, увеличилось с начала года вдвое – с 75 тысяч до почти 150 тысяч.
- **Сеть магазинов** на конец июня 2021 года составила 1 137 магазинов всех форматов (+63 новых магазинов за полугодие) в 314 городах России.

ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ВТОРОЙ КВАРТАЛ 2021 ГОДА

- Общие продажи (GMV) Группы выросли на 38,2% до 120,1 млрд рублей (с НДС) благодаря росту продаж более чем на 57% в апреле-мае на фоне базы продаж 2020 года, на которую повлияли существенные ограничения в большинстве регионов России в рамках борьбы с распространением коронавирусной инфекции, оказавшие негативное влияние на непродовольственные розничные продажи, включая работу магазинов только как пунктов выдачи интернет-покупок и фулфилмент онлайн-заказов.
- Рост показателя GMV во втором квартале произошёл не только благодаря сниженной сравнительной базе прошлого года, что подтверждается тем фактом, что относительно аналогичного периода 2019 года рост составил более 30%. Основным драйвером роста GMV остаётся как привлечение новых клиентов, так и более эффективная конвертация трафика в постоянных лояльных покупателей, а также рост общих онлайн-продаж (+35,7%) и мобильной платформы (+231,7%) благодаря следующим факторам:
 - успешный запуск новых и обновление имеющихся цифровых продуктов, нацеленных на улучшение клиентского опыта и конверсию;
 - рост числа активных идентифицированных клиентов до почти 20 млн человек, включая более 11 млн OneRetail клиентов, сопровождающийся увеличением количества транзакций и среднего чека;
 - рост скачиваний и конверсии пользовательских мобильных приложений, активное продвижение и содействие осуществлению покупок в магазинах через мобильное приложение, расширение функциональности мобильной платформы, включая повышение бесшовности взаимодействия между клиентским приложением и приложением продавца.
- К числу других факторов роста GMV можно отнести также:
 - расширение розничной сети на 39 магазинов во втором квартале и выход в почти 20 новых городов, прежде всего, благодаря открытию магазинов малого формата «Эльдорадо 250», динамика продаж которых остаётся лучше ожиданий;
 - восстановление и дальнейший рост продаж сервисов (+178%) и аксессуаров (+53%);
 - рост объёма кредитных продаж (+65%) благодаря, в том числе, дальнейшему развитию сервиса онлайн-кредитования, доступного на мобильной и веб-платформе, и восстановлению POS-кредитования в магазинах;
 - рост доступности заказов к выдаче/доставке в течение 15 минут на +9,3 пп год-к-году до 53,5%;
 - сохраняющиеся в рамках устойчивых потребительских трендов высокие темпы роста спроса в категориях «дом и забота о себе» (+51%), «гаджеты и развлечения» (+44%), «телеком» (+38%).

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ВТОРОГО КВАРТАЛА 2021 ГОДА

- Совет директоров одобрил изменения в корпоративной структуре Группы и объединение всех управляющих функций брендов М.Видео и Эльдорадо в общий блок OneRetail с фокусом на дальнейшей цифровой трансформации брендов. Управляющим директором объединённой структуры с 01 июня 2021 года стала Дагмара Иванова, ранее занимавшая позицию управляющего директора М.Видео.
- Группа М.Видео-Эльдорадо завершила процесс обновления Совета директоров с целью совершенствования практик корпоративного управления. В мае 2021 года в соответствии с решением годового Общего собрания акционеров доля независимых директоров в Совете директоров была увеличена до одной трети, а представительство основного акционера ПАО «М.видео» в Совете сократилось до двух мест из девяти. На первом заседании нового Совета директоров, прошедшем 18 мая 2021 года, на позицию председателя Совета директоров был избран Александр Тынкован.

- Годовое Общее собрание акционеров Компании утвердило выплату дивидендов в размере 38 рублей на одну обыкновенную акцию ПАО «М.видео», общим размером 6 831 192 626 рублей. С учётом ранее выплаченных промежуточных дивидендов по итогам работы за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2020 года, в размере 5,4 млрд рублей или 30 рублей на одну обыкновенную акцию ПАО «М.видео» общая сумма дивидендных выплат Группы М.Видео-Эльдорадо по итогам работы в 2020 году составила 12,2 млрд рублей (68 рублей на одну обыкновенную акцию), что соответствует 100% показателя скорректированной чистой прибыли компании по МСФО (IAS 17) за 2020 год.
- Группа успешно закрыла книгу заявок в рамках размещения биржевых рублёвых облигаций на 10 млрд рублей. Ставка купона по облигациям со сроком оферты через два года была установлена на уровне 7,3% годовых. Организаторами размещения выступили Альфа-Банк, ВТБ Капитал, Газпромбанк, Московский Кредитный банк, Россельхозбанк, Sber CIB и Совкомбанк, агентом размещения – Газпромбанк.
- Сеть М.Видео усовершенствовала систему роботизированной поддержки клиентов с использованием искусственного интеллекта на сайте, в приложении и наиболее популярных мессенджерах (WhatsApp, Telegram, Viber), которая получила название «виртуальный помощник Алёна». Технологии речевой обработки позволили компании снизить нагрузку на специалистов контакт-центра, сократить время ответа на запросы и повысить уровень удовлетворённости и лояльности клиентов. По некоторым сценариям Алёна закрывает более половины обращений.
- М.Видео-Эльдорадо запустила новый формат магазинов М.Видео, полностью ориентированных на клиентский опыт в формате «управляй со смартфона». В новом дизайне отдано предпочтение цифровым информационным носителям перед бумажными, в оформлении используются преимущественно экологичные материалы. Первый магазин М.Видео в новой концепции открылся в «МЕГА Химки» в Москве.
- М.Видео-Эльдорадо в рамках корпоративных программ по профилактике социального сиротства и помощи семьям в трудной жизненной ситуации, провела первый грантовый конкурс и передала более 400 единиц техники 16 региональным некоммерческим организациям для поддержки локальных инициатив.
- Объёмы сбора техники на переработку в магазинах М.Видео и Эльдорадо выросли в 3,5 раза по сравнению с прошлым годом. В первом полугодии 2021 года компания утилизировала более 700 тонн электронных отходов и 16 тонн батареек.

Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Изосимов:

М.Видео-Эльдорадо демонстрирует высокие темпы роста продаж не только в сравнении с результатами локдауна второго квартала 2020 года, но, в первую очередь, за счёт привлечения новых клиентов и их успешной трансформации в активных постоянных покупателей. По сравнению с 2019 годом GMV компании в первом полугодии показал рост на 33%, общие онлайн-продажи выросли в три раза.

Мы отмечаем продолжающийся рост основных категории техники и электроники. Российские потребители, инвестируя в домашний комфорт, эффективную работу или учёбу, развлечения, помимо цены обращают внимание на скорость доставки, сопутствующие сервисы и комфортный и безопасный процесс оформления и оплаты заказа. 90% покупок в М.Видео-Эльдорадо совершают активные идентифицированные клиенты, количество OneRetail-клиентов, т.е. тех, кто покупает через веб или мобильную платформы, выросло в полтора раза, их доля достигла 57%, что полностью отвечает нашим стратегическим планам по совершенствованию клиентского сервиса и удвоению GMV до 1 трлн к 2025 году.

М.Видео-Эльдорадо, демонстрируя высокие темпы продаж и роста качества работы с покупателями, продолжает цифровую трансформацию всех бизнес-процессов компании. Мы




объединили управление М.Видео и Эльдорадо в рамках одного блока – OneRetail, что уже позволяет нам быстрее синхронизировать действия брендов на рынке, внедрять лучшие практики и запускать новые технологии. Как большинство ИТ компаний, мы выделили продуктовые команды в каждом из бизнес-блоков, и создание и дальнейшее развитие инновационных решений теперь является «кровеносной системой» всей компании. Параллельно с ключевым фокусом – мобильной платформой для персонализации и лучшего клиентского сервиса, во втором полугодии мы сосредоточимся на развитии логистических процессов, в первую очередь, фулфилмента, и общем развитии ИТ-архитектуры для поддержки активно развивающихся продуктов.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ




- Общие онлайн-продажи Группы в июле продолжают демонстрировать двузначный рост, продажи через мобильное приложение клиента выросли вчетверо за счёт развития функционала и инструментов персонализации ценовых предложений.
- М.Видео-Эльдорадо сформировала команду управления блоком OneRetail, объединившим оба бренда. Почти вся команда блока во главе с управляющим директором Дагмарой Ивановой сформирована по итогам внутренних конкурсов.
- К команде М.Видео-Эльдорадо присоединились Алина Рыженкова в качестве директора по персоналу, ранее занимавшая позицию вице-президента по организационному развитию ПАО «МТС», и директор по логистике и фулфилменту Андрей Павлович, до этого работавший операционным директором «Перекрёсток Впрок» (X5 Group).

Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо за 2 квартал и 1 полугодие 2021 года




GMV, млн рублей (с НДС)

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
	80 200	56 528	+41,9%	172 777	138 584	+24,7%
	39 899	30 373	+31,4%	85 534	69 805	+22,5%
	120 099	86 901	+38,2%	258 312	208 389	+24,0%

Общие онлайн-продажи, млн рублей (с НДС)

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
	69 100	43 828	+57,7%	146 913	91 688	+60,2%
	12 405	16 248	-23,7%	26 939	25 141	+7,2%
	81 505	60 076	+35,7%	173 852	116 829	+48,8%

Доля общих онлайн-продаж от GMV, %

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
	86,2%	77,5%	+8,6%	85,0%	66,2%	+18,9%
	31,1%	53,5%	-22,4%	31,5%	36,0%	-4,5%
	67,9%	69,1%	-1,3%	67,3%	56,1%	+11,2%

Количество активных идентифицированных клиентов, млн

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
Клиенты OneRetail	11,3	7,7	+47,1%	11,3	7,7	+47,1%
Доля клиентов OneRetail	56,9%	44,0%	+12,9пп	56,9%	44,0%	+12,9пп
Клиенты non-OneRetail	8,5	9,7	-12,5%	8,5	9,7	-12,5%
Итого	19,8	17,4	+13,8%	19,8	17,4	+13,8%

Средний чек по группам клиентов, руб.

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
OneRetail	10 744	9 740	+10,3%	10 417	9 756	+6,8%
non-OneRetail	7 848	8 742	-10,2%	7 415	7 119	+4,2%
Итого	10 003	9 521	+5,1%	9 640	8 892	+8,4%

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

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
Веб-платформа	29 435	44 377	-33,7%	64 937	71 348	-9,0%
Моб. платформа, в т.ч.	52 070	15 699	+231,7%	108 915	45 481	+139,5%
Приложения клиента	11 457	4 606	+148,7%	23 701	5 824	+306,9%
Приложение продавца	40 613	11 093	+266,1%	85 214	39 657	+114,9%
Итого	81 505	60 076	+35,7%	173 852	116 829	+48,8%

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










	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
Магазины	78 575	37 093	+111,8%	168 362	130 048	+29,5%
Самовывоз	31 439	31 975	-1,7%	68 699	53 841	+27,6%
Доставка на дом	10 084	17 832	-43,4%	21 251	24 501	-13,3%
Итого	120 099	86 901	+38,2%	258 312	208 389	+24,0%

Суммарные показатели веб-сайта, среднемесячные посещения, млн

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
Посещения	57,5	75,9	-24,3%	64,4	75,9	-15,1%

Суммарные показатели пользовательских приложений⁸

	2 кв. 2021	2 кв. 2020	Изм., %	1П 2021	1П 2020	Изм., %
Установки, тыс. ⁹	-	-	-	16 595	3 574	+364,3%
MAU, тыс. ¹⁰	-	-	-	3 223	1 224	+163,3%

Развитие сети	30.06.2021	31.12.2020	Изм. за 1П 2021
Магазины			
 М	557	542	+15
 Э	580	532	+48
	1 137	1 074	+63
Торговая площадь, тыс. м²			
 М	828	810	+18
 Э	679	665	+14
	1 507	1 475	+32
Общая площадь, тыс. м²			
 М	1 154	1 131	+23
 Э	893	883	+10
	2 047	2 015	+33

Презентация операционных показателей за первый квартал и полугодие, окончившиеся 30 июня 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 июня 2021 года Группа объединяет 557 магазинов под брендом М.Видео, 580 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 047 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

Тимур Ахмеджанов

Руководитель направления по работе с инвесторами
timur.akhmedzhanov@mvideo.ru
Тел.: +7 (495) 644-28-48, ext. 1384

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

⁵ Оборота 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 продажи.

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.