

Группа М.Видео-Эльдорадо увеличила скорректированную чистую прибыль на 9,3% по МСФО 17

4 марта 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, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает аудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО), за год, закончившийся 31 декабря 2020 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИТОГИ ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 2020 ГОД¹

- **Выручка Группы** выросла на 14,4% год-к-году до 417 857 млн руб. благодаря более чем двукратному росту общих онлайн-продаж² (+108,6% год-к-году), росту среднего чека в мобильной и веб-платформах, а также росту активных идентифицированных клиентов Группы³, которые имели более высокий средний чек и частоту покупок.
- **Валовая прибыль** увеличилась на 6,9% год-к-году и достигла 97 275 млн руб. (97 335 млн руб. по МСФО (IFRS) 16), валовая маржа составила 23,3%.
- **Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учёта амортизации** составили 74 682 млн руб. (54 723 млн руб. по МСФО (IFRS) 16) и снизились как процент от выручки на 1,2 процентных пункта (п.п.) год-к-году до 17,9% благодаря мерам по повышению эффективности бизнеса, затронувшим расходы на персонал, аренду, рекламу и маркетинг.
- **Скорректированный показатель EBITDA⁴ Группы** вырос на 6,5% год-к-году и достиг 28 474 млн руб. (48 618 млн руб. по МСФО (IFRS) 16), скорректированная EBITDA маржа⁴ составила 6,8% (11,6% по МСФО (IFRS) 16).
- **Скорректированная чистая прибыль⁵ Группы** выросла на 9,3% год-к-году до 12 212 млн руб. (10 287 млн руб. по МСФО (IFRS) 16).
- **Чистый долг Группы** на 31 декабря 2020 года составил 40 483 млн руб. (снижение на 9,4% по сравнению с 31 декабря 2019 года), показатель чистый долг / скорректированная EBITDA⁴ – 1,42x (снижение на 0,25x по сравнению с 31 декабря 2019 года).
- В соответствии с новой дивидендной политикой М.Видео-Эльдорадо планирует направлять на дивидендные выплаты не менее 100% чистой прибыли с исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий по стандарту МСФО 17 (IAS 17) и осуществлять дивидендные выплаты два раза в год.
- Компания при подготовке рекомендации акционерам по распределению прибыли и выплате дивидендов планирует не учитывать расходы единовременного характера, возникшие в 2020 году.

Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Изосимов:

«2020 год был одним из самых непростых, но одновременно и крайне интересных периодов в почти тридцатилетней истории Группы. Мы научились работать в совершенно нетипичных и сложных обстоятельствах, продолжили создавать и выводить на рынок новые продукты и сервисы в кратчайшие сроки, активно вовлекать в своё цифровое пространство и лучше узнавать наших клиентов. Безусловно, успешные результаты 2020 года Группы М.Видео-

Эльдорадо были бы невозможны без вовлеченности, упорной работы и высочайшего профессионализма каждого сотрудника.

Хотя 2020 год и позволил нам быстрее перестроить наш бизнес и создать прочную цифровую основу для дальнейшего развития, наш основной рост и трансформация ещё впереди. Наша уверенность в будущем, основанная на глубокой экспертизе и многолетнем опыте, нашла отражение в новой среднесрочной стратегии развития, согласно которой мы планируем удвоить показатель GMV⁶ к 2025 году до 1 триллиона рублей.

Мы также готовы делиться своим успехом с акционерами. Поэтому, основываясь на сильных результатах прошлого года и уверенности в долгосрочной устойчивости бизнеса, Компания планирует использовать максимальный показатель скорректированной чистой прибыли в качестве базы для начисления дивидендов по итогам второго полугодия 2020 года».

КЛЮЧЕВЫЕ АУДИРОВАННЫЕ КОНСОЛИДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО ГРУППЕ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 2020 ГОД

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к-году	МСФО 16		Год-к-году
	2020	2019		2020	2019	
Выручка	417 857	365 216	+14,4%	417 857	365 216	+14,4%
Валовая прибыль	97 275	91 015	+6,9%	97 335	91 073	+6,9%
Валовая маржа, %	23,3%	24,9%	-1,6пп	23,3%	24,9%	-1,6пп
Скорректированная EBITDA⁴	28 474	26 746	+6,5%	48 618	46 617	+4,3%
Скорректированная EBITDA маржа ⁴ , %	6,8%	7,3%	-0,5пп	11,6%	12,8%	-1,1пп
Скорректированная чистая прибыль⁵	12 212	11 178	+9,3%	10 287	9 089	+13,2%
Скорректированная чистая маржа ⁵	2,9%	3,1%	-0,1пп	2,5%	2,5%	0,0пп

ВЫРУЧКА

Выручка Группы увеличилась на 14,4% год-к-году до 417 857 млн руб. в 2020 году благодаря:

- более чем двукратному росту общих онлайн-продаж, который ускорился в период действия ограничений для непродовольственной розницы в рамках борьбы с коронавирусной инфекцией; данные ограничения поддержали рост продаж через мобильную и веб-платформу и увеличение числа активных идентифицированных клиентов, которые имеют более высокий средний чек и частоту покупок;
- сохранению удалённого режима работы и учёбы для значительной части населения в течение года, приведшему к высокому спросу на товары для домашнего офиса и формированию нового спроса на домашние товары длительного пользования;
- реализации отложенного спроса на целый ряд товаров, прежде всего из числа крупной бытовой техники и электроники, после снятия наиболее жёстких ограничений для розничной торговли и ослабления режима самоизоляции в большинстве регионов России со второй половины года;
- увеличение продаж бытовой техники и электроники в первом квартале, обусловленному колебаниями валютного курса и реализацией потребителями ряда отложенных крупных покупок;
- повышению эффективности логистики и развития целого ряда новых партнёрств в области «последней мили» начиная со второго квартала для обеспечения растущего спроса с учётом введённых ограничений;
- двукратному расширению ассортимента бытовой техники и электроники до 75 000 товарных позиций за счёт увеличения прямых контрактов с поставщиками по модели вендор-каталога,

расширения линейки товаров под собственными торговыми марками и интеграции ассортимента маркетплейса goods.ru по модели white label.

ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

Валовая прибыль Компании в отчётном периоде выросла на 6,9% год-к-году и составила 97 275 млн руб., в то время как валовая маржа снизилась на 1,6 п.п. год-к-году до 23,3% в силу следующих факторов:

- вынужденного увеличения Группой доли спотовых закупок с целью поддержания высоких темпов роста продаж, а также достаточного ассортимента и уровня товарных запасов. Данный рост был обусловлен возникновением дефицита отдельных категорий и моделей техники как на мировом рынке, так и в России из-за нарушений равномерности производственных циклов товаров на фоне ограничений COVID-19, а также высокой волатильностью спроса на бытовую технику и электронику, в первую очередь в категориях домашнего офиса, телекома, развлечений;
- повышения эффективности работы с товарными запасами, в т.ч. роста оборачиваемости стока за счёт реализации низкооборотимых товаров;
- изменения структуры спроса на рынке с ростом доли цифровых категорий, а именно категорий, связанных с организацией удалённой работы и имеющих маржинальность ниже средней по Группе;
- снижения доли высокомаржинальных сервисов и услуг, связанных с непосредственным контактом специализированного персонала с клиентами на фоне введения ограничительных мер, связанных с пандемией COVID-19.

КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

Ключевыми факторами изменения операционных расходов стали:

- снижение отношения расходов на персонал к выручке по итогам 2020 года на 0,1 п.п. до 6,3% за счёт роста эффективности розничного персонала в связи с внедрением проектов по универсализации персонала, оптимизации работы офиса в рамках онлайн-трансформации и заморозки вакансий в первом полугодии;
- сокращение отношения затрат на аренду к выручке на 0,9 п.п. до 5,2% в результате переговоров, проведённых с арендодателями магазинов Группы в первом полугодии 2020 по согласованию новых условий о снижении фиксированной оплаты и привязке арендной платы к обороту в подавляющем большинстве магазинов;
- сокращение затрат на рекламу и маркетинг на 0,3 п.п. от выручки до 1,4% в результате уменьшения затрат на ТВ и наружную рекламу при одновременном усилении фокуса на интернет-рекламу для поддержания роста онлайн-продаж;
- рост банковских расходов на фоне роста выручки, а также объёма и доли операций по эквайрингу банковских карт клиентов до 63% в общей структуре платежей от клиентов, что на 9 п.п. выше уровня 2019 года. Объём безналичных онлайн-платежей вырос в 4 раза и достиг 14% от общего объёма платежей (+10 п.п. к 2019 году). В рамках масштабирования платформы OneRetail Компания как самостоятельно, так и совместно с платёжными системами и банками уже прорабатывает ряд мер, направленных на сближение стоимости платёжных транзакций в онлайн с традиционными способами оплаты;
- рост расходов на складские услуги, который был обусловлен ростом объёмов хранения в арендуемых дистрибуционных центрах для поддержания продаж и ростом тарифов 3PL операторов на хранение и обработку товаров.

Расходы на амортизацию выросли до 8 194 млн руб. в отчётном периоде с 7 047 млн руб. годом ранее в связи с инвестициями в IT-инфраструктуру Компании.

КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к- году	МСФО 16		Год-к- году
	2020	2019		2020	2019	
Расходы на персонал	26 261	23 438	+12,0%	26 261	23 438	+12,0%
<i>Расходы на персонал, %</i>	<i>6,3%</i>	<i>6,4%</i>	<i>-0,1пп</i>	<i>6,3%</i>	<i>6,4%</i>	<i>-0,1пп</i>
Расходы на аренду	21 806	22 300	-2,2%	3 656	4 170	-12,3%
<i>Расходы на аренду, %</i>	<i>5,2%</i>	<i>6,1%</i>	<i>-0,9пп</i>	<i>0,9%</i>	<i>1,1%</i>	<i>-0,3пп</i>
Реклама и маркетинг	5 781	6 025	-4,0%	5 688	5 914	-3,8%
<i>Реклама и маркетинг, %</i>	<i>1,4%</i>	<i>1,6%</i>	<i>-0,3пп</i>	<i>1,4%</i>	<i>1,6%</i>	<i>-0,3пп</i>
Банковские расходы	4 346	3 141	+38,4%	4 346	3 141	+38,4%
<i>Банковские расходы, %</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,9%</i>	<i>+0,2пп</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,9%</i>	<i>+0,2пп</i>
Складские услуги	4 174	3 332	+25,3%	2 460	1 903	+29,3%
<i>Складские услуги, %</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,9%</i>	<i>+0,1пп</i>	<i>0,6%</i>	<i>0,5%</i>	<i>+0,1пп</i>
Расходы на безопасность	2 008	2 135	-5,9%	2 008	2 135	-5,9%
<i>Расходы на безопасность, %</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,1пп</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,1пп</i>
Ремонт и обслуживание	2 006	2 342	-14,3%	2 006	2 342	-14,3%
<i>Ремонт и обслуживание, %</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,2пп</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,2пп</i>
Прочее	8 299	7 007	+18,4%	8 299	7 001	+18,5%
<i>Прочее, %</i>	<i>2,0%</i>	<i>1,9%</i>	<i>+0,1пп</i>	<i>2,0%</i>	<i>1,9%</i>	<i>+0,1пп</i>
SG&A расходы без учёта амортизации	74 682	69 720	+7,1%	54 723	50 044	+9,4%
<i>SG&A расходы без учёта амортизации, %</i>	<i>17,9%</i>	<i>19,1%</i>	<i>-1,2пп</i>	<i>13,1%</i>	<i>13,7%</i>	<i>-0,6пп</i>
Амортизация	8 194	7 047	+16,3%	24 094	22 502	+7,1%
<i>Амортизация, %</i>	<i>2,0%</i>	<i>1,9%</i>	<i>+0,0пп</i>	<i>5,8%</i>	<i>6,2%</i>	<i>-0,4пп</i>
Общие SG&A расходы	82 876	76 767	+8,0%	78 818	72 546	+8,6%
<i>Общие SG&A расходы, %</i>	<i>19,8%</i>	<i>21,0%</i>	<i>-1,2пп</i>	<i>18,9%</i>	<i>19,9%</i>	<i>-1,0пп</i>

ЕБИТДА

Показатель скорректированная ЕБИТДА⁴ вырос на 6,5% год-к-году и достиг 28 474 млн руб., скорректированная ЕБИТДА маржа снизилась на 0,5 п.п. год-к-году и составила 6,8% в 2020 году. Рост абсолютного показателя связан с увеличением выручки, а также с эффективным управлением коммерческими, общехозяйственными и административными расходами (без учёта амортизации), которые снизились как процент от выручки на 1,2 п.п. до уровня 17,9%. Вместе с этим, ряд факторов, указанных выше в разделе «Валовая прибыль», привёл к снижению маржинальности скорректированной ЕБИТДА относительно 2019 года. Тем не менее, несмотря на целый ряд экстраординарных событий, произошедших в 2020 году, рентабельность скорректированной ЕБИТДА находится выше средних значений за последние годы и ближе к верхней границе диапазона 5-7%, утверждённого в рамках Стратегии Группы 2025.

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

Скорректированная чистая прибыль Группы⁵ выросла на 9,3% год-к-году до 12 212 млн руб. в 2020 году по сравнению с 11 178 млн руб. за 2019 год в результате роста выручки и описанных выше факторов повышения эффективности бизнеса.

ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА

По состоянию на 31 декабря 2020 года общий долг Группы сократился год-к-году на 1 481 млн руб. и составил 47 928 млн руб., в то время как денежные средства и их эквиваленты на конец отчётного периода выросли на 2 707 млн руб. по сравнению с 31 декабря 2019 года и составили 7 445 млн руб. Чистый долг Группы по итогам года снизился на 4 188 млн руб. и составил 40 483 млн руб. Все долговые обязательства Группы номинированы в рублях.

В результате соотношение чистый долг / скорректированная EBITDA⁴ на 31 декабря 2020 года составило 1,42x – снижение на 0,25x по сравнению с 31 декабря 2019 года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ

- Компания при подготовке рекомендации акционерам по распределению прибыли и выплате дивидендов планирует не учитывать расходы единовременного характера, возникшие в 2020 году. Данное решение отражает уверенность Группы в успешном прохождении трансформационного периода, способности Компании генерировать значительный свободный денежный поток и создавать стоимость для акционеров как через дальнейший устойчивый рост бизнеса, так и через возврат капитала акционерам путём регулярных дивидендных выплат.
- По итогам первых двух месяцев 2021 года Группа продолжила демонстрировать уверенный рост GMV⁶, составивший более 24% год-к-году. Количество OneRetail клиентов⁷ с начала года выросло более чем на 40% до 11,1 млн человек или 57% от общего количества идентифицированных покупателей. Как следствие, продолжается активный рост продаж сервисов и аксессуаров, а также рост объёма кредитных продаж благодаря, в том числе, запуску сервиса онлайн-рассрочки, доступной на мобильной и веб-платформе. В топ-10 самых продаваемых категорий техники в феврале вошли: смартфоны, телевизоры, ноутбуки, холодильники, стиральные машины, пылесосы, компьютеры, роботы-пылесосы, кофемашины, смарт-часы.
- В январе Совет директоров Компании утвердил новую дивидендную политику, в соответствии с которой М.Видео-Эльдорадо планирует направлять на дивидендные выплаты не менее 100% чистой прибыли с исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий по стандарту МСФО 17 (IAS 17) и осуществлять дивидендные выплаты два раза в год.
- В феврале 2021 года Группа представила среднесрочную стратегию развития, в рамках которой были обозначены стратегические цели Компании: удвоение бизнеса до 1 триллиона рублей GMV⁶ к 2025 году; поддержание рентабельности EBITDA в диапазоне 5-7%; выплата дивидендов на уровне не менее 100% чистой прибыли с исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий при поддержании долговой нагрузки по показателю чистый долг / EBITDA на уровне или менее 2,0.

ВЛИЯНИЕ МСФО (IFRS) 16 НА ФИНАНСОВУЮ ОТЧЁТНОСТЬ ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16, вступившего в силу с 1 января 2019 года, оказало влияние на показатель EBITDA, операционную прибыль и чистую прибыль Группы.

Влияние на валовую прибыль

Отличие показателя валовой прибыли Группы в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16 незначительно и объясняется разницей учёта автомобилей в лизинге. Таким образом валовая прибыль Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 97 335 млн руб. по сравнению с 97 275 млн руб. валовой прибыли по МСФО (IFRS) 17 в 2020 году. Валовая маржа составила 23,3% в 2020 году в соответствии с обоими стандартами.

Влияние на EBITDA

Показатель EBITDA Группы значительно выше в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16, так как основная часть расходов по аренде, ранее признаваемых в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, признается по МСФО (IFRS) 16 как задолженность на балансе Компании, а также в расходах на проценты по кредитам в отчёте о прибылях и убытках.

Расходы на аренду и коммунальные услуги были ниже по стандарту МСФО (IFRS) 16 на 18 150 млн руб. в 2020 году. Таким образом, скорректированная EBITDA Группы⁴ по МСФО (IFRS) 16 выросла до 48 618 млн руб. по сравнению с 28 474 млн руб. по стандарту МСФО (IFRS) 17 в 2020 году. Скорректированная EBITDA маржа⁴ по МСФО (IFRS) 16 составила 11,6%, что на 4,8 п.п. выше по сравнению со скорректированной EBITDA маржой⁴, равной 6,8% по МСФО (IFRS) 17 в 2020 году.

Влияние на чистую прибыль

На чистую прибыль Группы в 2020 году оказали влияние дополнительные расходы в размере 15 900 млн руб. амортизации активов в форме права пользования в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16. Влияние этих дополнительных амортизационных расходов было полностью компенсировано вычетом расходов на долгосрочную аренду из состава операционных расходов, как упоминалось выше.

При этом финансовые затраты увеличились на 6 464 млн руб. по МСФО (IFRS) 16 за счёт дополнительных процентных расходов по обязательствам по аренде в 2020 году. Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 также привело к снижению расходов по налогу на прибыль из-за снижения прибыли до налогообложения.

В результате скорректированная чистая прибыль⁵ Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 10 287 млн руб. по сравнению с 12 212 млн руб. скорректированной чистой прибыли⁵ по МСФО (IFRS) 17 в 2020 году. Скорректированная чистая маржа⁵ по МСФО (IFRS) 16 составила 2,5% по сравнению с 2,9% по стандарту МСФО (IFRS) 17 в 2020 году.

Влияние на отчёт о движении денежных средств

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 не оказывает влияния на чистое изменение денежных средств в отчёте о движении денежных средств. Однако стандарт МСФО (IFRS) 16 влияет на представление отчёта о движении денежных средств, поскольку основные платежи по аренде классифицируются как финансовая деятельность, предоплата – как инвестиционная деятельность, а процентные платежи – как проценты, выплачиваемые в операционной деятельности.

Аудированная консолидированная финансовая отчётность, подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за двенадцать месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 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 (GMV⁶) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 года. 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).

По состоянию на 31 декабря 2020 года Группа объединяет 542 магазина под брендом М.Видео, 532 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 475 тыс. м кв., общая площадь – 2 015 тыс. м кв. на 31 декабря 2020 года.

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 финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное.

² Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо 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».

³ Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продаж.

⁴ Здесь и далее показатель EBITDA скорректирован на расходы единовременного характера в размере 1 598 миллионов рублей на меры по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и на единовременную выплату компенсации на основании решения Совета Директоров за успешную реализацию проекта по антикризисному управлению, связанному с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору.

⁵ Здесь и далее показатель чистой прибыли скорректирован на убыток ассоциированных и совместных предприятий (2019: 1 953 млн руб., 2020: 2 468 млн руб.), а также на расходы единовременного характера в размере 1 278 млн рублей (1 598 млн рублей с учетом налогов) на меры по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и на единовременную выплату компенсации (с учетом налогов) на основании решения Совета директоров за успешную реализацию проекта по антикризисному управлению, связанному с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору.

⁶ 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.

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.