

М.Видео-Эльдорадо в третьем квартале увеличила GMV на 40%

- Общие продажи (GMV) выросли на 40% и превысили уровень 3 квартала 2021 года (рекордного года для Группы).
- EBITDA¹ Группы за 3 квартал 2023 года превысит 4 млрд рублей, увеличившись более чем на 80% год-к-году (согласно предварительным данным).
- Компания сохраняет прогноз по существенному снижению долговой нагрузки и возврату к умеренному уровню нагрузки по показателю Net debt/Ebitda на конец 2023 года.
- Компания готова к высокому сезону, в том числе благодаря существенному расширению ассортимента

24 октября 2023 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, окончившийся 30 сентября 2023 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события третьего квартала и после отчётной даты.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ 2023 ГОДА²

- **Общие продажи (GMV³) Группы** выросли на 40% год к году и составили 140,3 млрд рублей (с НДС). В 3 квартале 2023 года Группа превысила товарооборот 3 квартала 2021 года.
 - **Общие онлайн-продажи⁴ компании** выросли на 50% до 98,1 млрд рублей (с НДС), составив 70% от GMV Группы.
 - **Оборот мобильной платформы⁵** вырос на 51% до 73,7 млрд рублей и составил 75% от общих онлайн-продаж. На мобильные решения уже приходится 53% оборота Группы.
 - **Трафик, включая онлайн и магазины,** в третьем квартале 2023 г. показал рост на 3,3% год к году, при одновременном росте конверсии в покупку, и составил порядка 300 млн посещений. Рост трафика в мобильном приложении составил 9,3%.
 - **Общие установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** увеличились на 45% к прошлому году, превысив 65 миллионов.
 - **Продажи на собственном маркетплейсе** выросли в 3 квартале в 2,5 раза год к году на фоне увеличения количества селлеров более чем в два раза и удвоения доступного ассортимента компании до порядка 150 тысяч наименований. Доля площадки в общих онлайн-продажах Компании возросла на 70%.
 - **Сеть магазинов М.Видео и Эльдорадо** на конец сентября 2023 года составила 1 213 магазинов всех форматов (+15 новых магазинов в третьем квартале) в более чем 360 городах России. С начала года компания открыла 28 магазинов М.Видео в новом эффективном компактном формате, до конца года планируется появление ещё порядка 30 таких розничных точек.
-

Главный исполнительный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Ли:

«Ускорение роста основных операционных и финансовых показателей компании в третьем квартале подтверждает правильность выбранного курса и обновлённой бизнес-модели. По уровню общих продаж (GMV) и общих онлайн-продаж мы превысили результат 3 квартала 2021 года. Впереди у нас один из ключевых периодов года – высокий сезон, по итогам которого мы намерены поддерживать высокие темпы роста. Для этого мы усилили направление логистики и нарастили объёмы товарных запасов более чем на 40% к прошлому году. Мы также увеличили выбор брендов относительно прошлого года и представленность эксклюзивных товаров, расширив ассортимент на 35%, в том числе за счёт широко известных у нас в стране брендов и быстрорастущих в последнее время Haier, Hisense, Huawei, Grundig».

Финансовый директор Группы М.Видео-Эльдорадо Анна Гарманова:

«Увеличение GMV в июле-сентябре на уровне 40%, высокая оборачиваемость товара и контроль расходов позволили обеспечить высокие финансовые показатели и снизить долговую нагрузку. По предварительным данным, в третьем квартале рост EBITDA¹ год к году составит не менее 80%, а в абсолютном значении мы получим более 4 млрд рублей. Показатель Net debt/EBITDA¹ продолжает снижаться по сравнению с уровнем на конец первого полугодия 2023 года и уже находится на отметке менее 5х. Мы сохраняем свой прогноз по существенному снижению долговой нагрузки и возврату к умеренному уровню нагрузки по показателю Net debt/EBITDA на конец 2023 года. Мы ведём постоянный конструктивный диалог с кредиторами и инвесторами и в настоящий момент ожидаем сохранения текущего графика платежей по долгу компании».

ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ 2023 ГОДА:

- Рост общих продаж (GMV) Группы в третьем квартале ускорился до 40% год к году на фоне восстановления спроса на основные категории товаров бытовой техники и электроники как в денежном, так и в натуральном выражении относительно прошлого года.
- В результате стабилизации поставок и расширения ассортимента товаров Группа существенно увеличила продажи товаров, традиционно пользующихся повышенным спросом в 3 квартале в период подготовки к учебному году и старта делового сезона. В большинстве таких категорий М.Видео-Эльдорадо показала рост выше рынка. Так, продажи смартфонов удвоились относительно того же периода в прошлом году, смарт-колонок – увеличились на 55%, смарт-часов и фитнес-трекеров – на треть, в компьютерной технике оборот в сегменте планшетов вырос почти на 75%, в моноблоках прибавил более 90%, в ПК — на 80%. В несколько раз вырос спрос на софт для компьютеров от российских разработчиков.
- В 3 квартале продолжился рост продаж брендов из Китая, Турции, а также России, Беларуси и Узбекистана. При этом доля брендов и товарных линеек, эксклюзивно представленных на площадках М.Видео-Эльдорадо, включая собственные торговые марки, достигла 11,5% от оборота, формируя все более значимую точку роста и дифференциации на рынке.
- В условиях волатильности курсов и цен традиционно выросла роль магазинов и профессиональных консультаций при выборе товаров и совершении покупок, что позволило Группе эффективно реализовать преимущество разветвлённой сети магазинов с квалифицированным персоналом и сервисом. Порядка 90% всех продаж совершались с использованием инфраструктуры магазинов Группы.
- Объем кредитных продаж Группы, характеризующихся в том числе более высоким средним чеком, в 3 квартале вырос на 80%, увеличив долю в продажах на 3,5 п.п., на фоне макроэкономической волатильности. При этом Группа сохранила рекордный уровень одобрения кредитов (офлайн

~80%, онлайн ~60%), несмотря на произошедшее повышение ключевой ставки. Дополнительную поддержку кредитным продажам, оказал высокий интерес покупателей к обновлённым кредитным продуктам и программам, охватывающим расширенный ассортимент техники и реализуемым на срок до 30 месяцев. Все финансовые продукты, предлагаемые покупателям, Группа реализует через свою дочернюю компанию «Директ Кредит», охватывающую порядка 20% рынка POS-кредитования.

- В рамках развития финтех-направления на базе собственной платформы потребительского кредитования «Директ Кредит» Группа запустила ряд новых финансовых продуктов, включая первые в стране рассрочки до 36 месяцев с кэшбэком в виде бонусов на следующие покупки. Кроме того, новая программа М.Рассрочка предоставляет клиенту возобновляемый лимит средств в рамках единой одобренной суммы без первоначального взноса на покупки техники. В рамках М.Рассрочки запущен сервис оплат без комиссии ежемесячных платежей непосредственно в мобильном приложении М.Видео, что позволяет дополнительно наращивать регулярный трафик в приложении.
- Динамика клиентской базы в 3 квартале была в среднем на 7% лучше, чем за сопоставимый период прошлого года. Рост обеспечивается активным притоком новых клиентов (+21% год к году) и реактивацией действующих, совершавших покупки более 12 месяцев назад (+29% год к году), что подтверждает высокую степень лояльности клиентов к брендам Группы. Около четверти новых и реактивированных клиентов привлечены в цифровые каналы продаж. Клиенты Группы продолжили активно пользоваться мобильными инструментами при совершении покупок. Доля мобильной платформы, включающей приложения покупателя и продавца, в общем обороте выросла год к году на 4 п.п. до 53%. Это позволяет компании все в большей мере напрямую коммуницировать с покупателями и более эффективно использовать промо и рекламные механики.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА 2023 ГОДА И ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ:

- 19, 20 октября Группа М.Видео-Эльдорадо в соответствии с графиком выплатила купонный доход по биржевым облигациям серии 001P-01, 001P-04. Общий объем выплат составил более 459,5 млн рублей.
- 22 августа на срочном рынке Московской биржи начались торги поставочными фьючерсными контрактами на акции ПАО «М.видео». Лот контракта составляет 10 обыкновенных акций, шаг цены – 1 российский рубль, короткий код MV (код базового актива – MVID). Решение Мосбиржи начать торги деривативами М.Видео является реакцией на высокий интерес инвесторов к ценным бумагам Группы участников фондового рынка и подтверждает высокую ликвидность ценных бумаг компании.
- Группа получила наивысшие оценки цифровизации клиентского опыта по версии сразу двух влиятельных рейтингов — Naumen и Фонда Сколково. Согласно исследованиям, ритейлеру удалось создать лучший в ритейле бесшовный опыт в мобильных приложениях, на сайтах и в магазинах обоих брендов, а также обеспечить качественное обслуживание клиентов как в контакт-центре, так и в цифровых каналах с помощью собственного чат-бота.
- Группа запустила пилот по подключению магазинов к интеллектуальной системе автоматизированного управления электропотреблением с помощью IoT-устройств («умных» датчиков, контроллеров и специального ПО). Решение будет реализовано в 650 магазинах по всей стране в течение трёх лет. По итогам первых месяцев пилота в девяти «умных» магазинах расходы на электроэнергию снизились в 1,5 раза по сравнению с сопоставимыми розничными объектами. В целом по итогам года технология позволит сэкономить уже около 11% расходов на электроэнергию розничной сети.
- Группа стала крупнейшим оператором электронных отходов в России и ключевым партнёром первого в России комплекса заводов по переработке электроники «Корпорации Экополис». М.Видео и Эльдорадо агрегируют ~15% от общего объёма поступивших на заводы утилизатора устройств.

- Группа М.Видео-Эльдорадо начала долгосрочное сотрудничество с основателем и ведущим YouTube-канала Wylsacom - техноблогером Валентином Петуховым, присоединившимся к компании в качестве директора по анпакингу.

Презентация операционных показателей за третий квартал, окончившийся 30 сентября 2023 года, размещена на корпоративном сайте Группы по адресу:
<https://www.mvideoeldorado.ru/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/results-center>

Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо за 3 квартал и 9 месяцев 2023 года

млрд руб. с НДС	3 кв `22	3 кв `23	Изм., %	9М `22	9М `23	Изм., %
GMV ³	100,3	140,3	+40,0%	362,4	359,3	-0,9%
Общие онлайн-продажи ⁴	65,3	98,1	+50,3%	241,5	253,5	+5,0%
Доля общих онлайн-продаж от GMV, %	65,1%	69,9%	+4,8пп	66,6%	70,5%	+3,9пп
Оборот мобильной платформы ⁵	48,7	73,7	+51,3%	170,6	184,3	+8,0%
Доля мобильной платформы в общих онлайн продажах	74,6%	75,1%	+0,5пп	70,6%	72,7%	+2,1пп

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. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,2 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой⁶.

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинов в российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

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).

IR:

Екатерина Тузикова
ekaterina.tuzikova@mvideo.ru

Пресс-служба:
Валерия Андреева
valeriya.andreeva@mvideo.ru
 Тел.: +7 916 98 0210

Андрей Петров
pr@mvideo.ru
 Тел.: +7 916 684 76 22

¹ В соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17

² Здесь и далее данные по сравнительной динамике указаны год-к-году, если не указано иное.

³ 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.

⁴ 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».

⁵ Оборот мобильной платформы включает в себя продажи через пользовательские приложения М.Видео и Эльдорадо и приложение продавцов в магазинах.

⁶ По данным количественного маркетингового трекинг-исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.