

## М.Видео-Эльдорадо увеличила долю импорта на конец 2022 до 25% и скорректированную EBITDA – до 15,5 млрд руб. по итогам года

02 мая 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 операционные и аудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) за год, закончившийся 31 декабря 2022 года.

### КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ИТОГИ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 2022 ГОД<sup>1</sup>

- **Общие продажи (GMV<sup>2</sup>) Группы** снизились на 14,3% год-к-году до 488,9 млрд руб. (с НДС), общие онлайн-продажи<sup>3</sup> достигли 326,8 млрд руб. (с НДС), что составило 67% от GMV.
- **Трафик, включая онлайн и магазины**, составил 1,3 млрд посещений, снизившись на 7,2% год-к-году на фоне общего снижения спроса на рынке электроники во втором полугодии 2022 г. Одновременно трафик в мобильном приложении клиента вырос на 32% год-к-году.
- **Доля импорта** во 2 полугодии 2022 существенно выросла, составив в 4 квартале 2022 года 25% от GMV.
- **Оборот собственного маркетплейса** вырос в 2022 году более чем в 3 раза на фоне двукратного расширения доступного ассортимента техники и электроники до 110 000 наименований.
- **Выручка Группы** снизилась на 15,5% год-к-году до 402,5 млрд руб.
- **Валовая прибыль<sup>4</sup>** снизилась на 5,1% год-к-году и составила 83,0 млрд руб. (83,1 млрд руб. по МСФО (IFRS) 16). **Валовая маржа<sup>4</sup>** увеличилась на 2,3 процентных пункта (п.п.) до 20,6%, несмотря на общую волатильную макроэкономическую ситуацию.
- **Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учёта амортизации** составили 68,7 млрд руб. (49,4 млрд руб. по МСФО (IFRS) 16), сократившись в результате реализации Группой программы повышения операционной эффективности на 17,9% по сравнению с сопоставимыми расходами 2021 года<sup>5</sup>. Совокупное снижение операционных и капитальных затрат без учёта амортизации по итогам 2022 года составило 24 млрд руб.
- **Скорректированный показатель EBITDA Группы<sup>6</sup>** вырос на 69% до 15,5 млрд руб. **Скорректированный показатель EBITDA маржи<sup>6</sup>** вырос на 1,9 п.п. до 3,8%.
- **Скорректированный чистый убыток Группы<sup>6</sup>** сократился на 10,2%, до 6,7 млрд руб. (9,5 млрд руб. по МСФО (IFRS) 16).
- **Чистый долг Группы** на 31 декабря 2022 года составил 65,5 млрд руб., показатель чистый долг / скорректированная EBITDA<sup>6</sup> – 4,2х (по сравнению с 6,3х на 31 декабря 2021 года).
- **Сеть магазинов М.Видео и Эльдорадо** на конец декабря 2022 года составила 1 226 магазинов всех форматов.

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

«Команда М.Видео-Эльдорадо выполнила те задачи, которые ставила перед собой на 2022 год – мы перестроили бизнес-модель и адаптировали её под новые экономические условия, сохранили практически в полном объёме розничную сеть, при этом существенно повысили операционную эффективность всех ключевых бизнес-процессов – пересмотрели подход к маркетингу и промо,

объединив коммуникации обоих брендов, оптимизировали логистические процессы, арендные отношения, заместили ряд ушедших с рынка ИТ-решений собственными разработками. В результате, компания снизила операционные и капитальные затраты на 24 миллиарда рублей, скорректированная EBITDA Группы выросла до 15,5 миллиардов, показатель маржи по EBITDA показал рост до 3,8%.

М.Видео-Эльдорадо в 2022 году запустила ряд фундаментально новых процессов, таких как импортные операции, и ускорила развитие уже имеющихся проектов, нацеленных на расширение ассортимента и поддержание высокого уровня сервиса для покупателей. Так, доля импорта в обороте компании к концу 2022 года выросла с нуля до 25%, в первом квартале 2023 импорт достигал 30-37% в отдельные периоды. Активно растущий маркетплейс Группы привлекает сотни новых мерчантов-партнёров, в том числе, небольшие компании и российских производителей, и покупатели М.Видео и Эльдорадо получили огромный выбор электроники и техники, сопутствующих товаров из более чем 180 тысяч наименований. Компания разработала новый компактный магазин М.Видео, в котором, при существенно меньшей площади и расходах на открытие, представлен почти весь ассортимент стандартного формата – это позволило Группе вернуться к экспансии розничной сети в 2023 году. На сегодня мы открыли уже пять таких магазинов, на очереди в ближайшее время – ещё десять.

Эффективная работа с ассортиментом, маркетплейс, развитая онлайн-платформа, в том числе, мобильные приложения, скачивание которых превысило 50 миллионов, инструменты ритейл-маркетинга, позволяющие нам выводить на российский рынок новые бренды и помогать новым брендам-производителям – всё это даёт импульс для роста М.Видео-Эльдорадо в текущем году. В апреле продажи Группы показали двузначную динамику роста относительно аналогичного периода прошлого года. Ожидаемый уровень маржинальности по EBITDA за 1 квартал 2023 года составит не менее 4%».

## КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ, ОКАЗАВШИЕ ВЛИЯНИЕ НА ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ В 2022 ГОДУ:

- На фоне общей волатильности рынка бытовой техники и электроники в 2022 году продажи Группы также демонстрировали отличную от стандартной сезонность. В 1 квартале инвестиционный спрос на премиальную технику позволил Группе показать опережающий относительно рынка темп роста продаж. Начиная со 2 квартала, на фоне высокой экономической неопределённости, нестабильной ситуации с поставками и с уходом или приостановкой деятельности в РФ целого ряда известных брендов, ранее представленных в магазинах и на сайте Группы, произошло замедление продаж.
- При этом оборот Группы поддержали следующие факторы:
  - рост до 6 раз продаж техники собственных торговых марок на фоне изменений в ассортименте электроники на российском рынке и росте интереса потребителей к низкому и среднему ценовым сегментам. В 2022 году Группа увеличила предложение торговых марок Novex и Hi до около 400 наименований техники в 37 востребованных категориях. Лидерами продаж являются телевизоры и аксессуары к ним, холодильники, климатическая техника, встраиваемая техника, стиральные машины, пылесосы, посудомоечные машины, другая кухонная техника и товары для ухода за собой. Так, спрос на электрические зубные щётки вырос в 6 раз, на пылесосы – в 4 раза, морозильники и посудомоечные машины – в 3 раза, кондиционеры – в 2 раза;
  - усиление продаж брендов из Китая, Турции, а также Беларуси, Узбекистана и других стран СНГ – спрос на такие бренды как Haier, Beko, Candy, Витязь, Hisense, Grundig, Artel и пр. в рамках Группы вырос в 2 раза по сравнению с прошлым годом;
  - отстраивание процессов импортных закупок и логистики, привлечение новых партнёров как в рамках прямых закупок электроники, так и в формате маркетплейса для обеспечения наличия востребованного ассортимента в розничных и онлайн продажах. Доля импорта достигла 25% в 4 квартале 2022 года. На конец года Группа наладила процесс параллельного импорта более чем с 15 странами;

- запуск обновлённых кредитных продуктов и программ, включая расширение ассортимента техники, доступной к покупке по программам «рассрочки». Увеличение периода действия кредитов без переплат до 30 месяцев также способствовало восстановлению кредитных продаж до уровня 2021 года;
- более чем трехкратный рост оборота собственного маркетплейса на фоне двукратного расширения доступного ассортимента техники и электроники до 110 000 наименований. В 2022 году количество партнёров маркетплейса М.Видео-Эльдорадо возросло вдвое, при этом около четверти составили поставщики - субъекты малого бизнеса;
- рост продаж на 9% год-к-году в период Чёрной Пятницы (1-7 ноября) благодаря эффективной организации и проведению рекламной компании.
- Клиенты Группы продолжили активно пользоваться мобильными инструментами при совершении покупок. Доля мобильной платформы, включающей приложения покупателя и продавца, в общем обороте выросла на 3 п.п. и достигла 48%, в том числе в результате перевода пользователей с веб-сайта на мобильные продукты. Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо увеличились на 73% к прошлому году, достигнув 51 миллион, среднемесячное число активных пользователей (MAU<sup>7</sup>) выросло на 33%. Это позволяет компании в все в большей мере напрямую коммуницировать с покупателями и более эффективно использовать промо и рекламные механики.
- Трафик, включая онлайн и магазины составил 1,3 млрд посещений, снизившись на умеренные 7,2% год-к-году на фоне общей турбулентности и сокращения посещаемости торговых центров в связи с уходом ряда компаний с российского рынка. Одновременно трафик в мобильном приложении клиента вырос на 32% год-к-году, достигнув 35% от общего трафика.
- В 2022 году Группа М.Видео-Эльдорадо в целом сохранила масштабы сети, несмотря на приостановку экспансии в связи с высоким уровнем неопределённости рыночной ситуации. Сокращение на 32 магазина было обусловлено регулярными процессами закрытия неэффективных магазинов и находилось на уровне, сопоставимом с прошлыми периодами.

## КЛЮЧЕВЫЕ КОНСОЛИДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО ГРУППЕ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО 2022 ГОД

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к-году	МСФО 16		Год-к-году
	2022	2021 <sup>4</sup>		2022	2021 <sup>4</sup>	
<b>Выручка</b>	<b>402 462</b>	<b>476 364</b>	<b>-15,5%</b>	<b>402 462</b>	<b>476 364</b>	<b>-15,5%</b>
<b>Валовая прибыль</b>	<b>83 045</b>	<b>87 520</b>	<b>-5,1%</b>	<b>83 107</b>	<b>87 579</b>	<b>-5,1%</b>
<i>Валовая маржа, %</i>	<i>20,6%</i>	<i>18,4%</i>	<i>+2,3пп</i>	<i>20,6%</i>	<i>18,4%</i>	<i>+2,3пп</i>
<b>ЕБИТДА</b>	<b>14 443</b>	<b>19 516</b>	<b>-26,0%</b>	<b>33 795</b>	<b>35 678</b>	<b>-5,3%</b>
<i>ЕБИТДА маржа, %</i>	<i>3,6%</i>	<i>4,1%</i>	<i>-0,5пп</i>	<i>8,4%</i>	<i>7,5%</i>	<i>+0,9пп</i>
<b>Скорректированная ЕБИТДА<sup>6</sup></b>	<b>15 476</b>	<b>9 132</b>	<b>69,5%</b>	<b>34 828</b>	<b>25 294</b>	<b>37,7%</b>
<i>Скорректированная ЕБИТДА маржа<sup>6</sup>, %</i>	<i>3,8%</i>	<i>1,9%</i>	<i>+1,9пп</i>	<i>8,7%</i>	<i>5,3%</i>	<i>+3,3пп</i>
<b>Скорректированный Чистый убыток<sup>6</sup></b>	<b>(6 725)</b>	<b>(7 489)</b>	<b>-10,2%</b>	<b>(9 472)</b>	<b>(12 814)</b>	<b>-26,1%</b>

### ВЫРУЧКА

Выручка Группы снизилась на 15,5% год-к-году до 402,5 млрд руб. Факторы, повлиявшие на динамику выручки, указаны выше в разделе «Ключевые факторы, оказавшие влияние на операционные результаты в 2022 году».

## ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

При подготовке консолидированной финансовой отчётности за 2022 год Группа сторнировала часть бонусов к получению от поставщиков за 2021 год, которые были начислены на основе предварительных оценок и впоследствии не были подтверждены финальными соглашениями с поставщиками. Оценочный подход в начислении бонусов использовался Группой на протяжении многих отчётных периодов и всегда впоследствии подтверждался поставщиками.

Принимая во внимание высокий уровень неопределённости текущей операционной среды, а также выявленную корректировку данных за прошлый период, Группа пересмотрела подход к начислению бонусов поставщиков в отчётности за 2022 год. Если ранее бонусы поставщиков начислялись, в том числе, на основе оценок руководства, то в отчётном периоде были начислены только бонусы, подтверждённые первичными документами.

Для корректного представления финансовых результатов Группы в отчётность за 2021 год были внесены корректировки по исключению из результатов 2021 года оценочных начислений бонусов поставщиков, неподтверждённых впоследствии.

Показатель валовой прибыли компании в отчётном периоде снизился на 5,1% год-к-году и составил 83,0 млрд руб., при этом валовая маржа выросла на 2,3 п.п. год-к-году до 20,6%. В числе ключевых факторов, оказавших поддержку валовой прибыли:

- изменение микса продаж в разрезе категорий с сокращением доли продаж низко маржинальных категорий телефонов отдельных брендов;
- актуализация коммерческих условий с поставщиками и повышение вовлечения поставщиков в бизнес-процессы компании за счёт развития технологической платформы и личного кабинета поставщика, а также совершенствования систем аналитики;
- оптимизация процессов складской логистики и последней мили.

## КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

С апреля 2022 года Группа реализует программу снижения SG&A за счёт повышения операционной эффективности. В результате экономия сопоставимых SG&A расходов без учёта SLA-корректировки<sup>5</sup> и амортизации за 2022 год достигла 14,9 млрд руб. или 17,9%, несмотря на наличие значительной доли постоянных затрат. Ключевыми факторами изменения операционных расходов стали:

- сокращение доли затрат на персонал от выручки на 0,2 п.п. до 5,8% в результате оптимизации уровней управления и автоматизации процессов;
- снижение затрат на рекламу и маркетинг в проценте от выручки на 0,4 п.п. до 1,3% благодаря приоритизации более эффективных каналов продвижения, объединению рекламных кампаний двух брендов и развитию коммуникации через собственную мобильную платформу;
- снижение прочих расходов на 0,1 п.п. до 1,5% за счёт внедрения программы повышения операционной эффективности бизнеса;
- расходы на аренду и коммунальные услуги сократились на 2,1 млрд руб. в результате достижения договорённостей с арендодателями о переводе магазинов на условия переменной арендной платы в проценте от выручки и/или получении скидок на фиксированные арендные платежи. При этом рост относительного показателя от выручки на 0,4 п.п. обусловлен, в частности, высокими расходами начала 2022 года на фоне всплеска продаж в феврале-марте, а также дополнительными, по сравнению с 2021 годом, расходами на аренду большого числа новых магазинов, открытых в конце 2021 года;
- снижение банковских расходов на 0,2 п.п. до 0,9% за счёт снижения расходов на эквайринг и инкассацию.

Расходы на амортизацию выросли в отчётном периоде до 11,7 млрд руб. по сравнению с 8,9 млрд руб. годом ранее в связи с внедрением ряда технологических разработок, являвшихся следствием существенных инвестиций в ИТ в течение 2021 года.

## КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к- Году	МСФО 16		Год-к- Году
	2022	2021		2022	2021	
<b>Расходы на персонал</b>	<b>23 178</b>	<b>28 533</b>	<b>-18,8%</b>	<b>23 178</b>	<b>28 533</b>	<b>-18,8%</b>
<i>Расходы на персонал, %</i>	<i>5,8%</i>	<i>6,0%</i>	<i>-0,2пп</i>	<i>5,8%</i>	<i>6,0%</i>	<i>-0,2пп</i>
<b>Расходы на аренду и коммунальные услуги<sup>5</sup></b>	<b>21 920</b>	<b>23 972</b>	<b>-8,6%</b>	<b>4 792</b>	<b>4 701</b>	<b>1,9%</b>
<i>Расходы на аренду, %</i>	<i>5,4%</i>	<i>5,0%</i>	<i>+0,4пп</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,0%</i>	<i>+0,2пп</i>
<b>Реклама и маркетинг</b>	<b>5 144</b>	<b>8 078</b>	<b>-36,3%</b>	<b>5 030</b>	<b>7 963</b>	<b>-36,8%</b>
<i>Реклама и маркетинг, %</i>	<i>1,3%</i>	<i>1,7%</i>	<i>-0,4пп</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,7%</i>	<i>-0,4пп</i>
<b>Банковские расходы</b>	<b>3 535</b>	<b>5 085</b>	<b>-30,5%</b>	<b>3 535</b>	<b>5 085</b>	<b>-30,5%</b>
<i>Банковские расходы, %</i>	<i>0,9%</i>	<i>1,1%</i>	<i>-0,2пп</i>	<i>0,9%</i>	<i>1,1%</i>	<i>-0,2пп</i>
<b>Складские услуги<sup>5</sup></b>	<b>4 253</b>	<b>5 315</b>	<b>-20,0%</b>	<b>2 196</b>	<b>3 578</b>	<b>-38,6%</b>
<i>Складские услуги, %</i>	<i>1,1%</i>	<i>1,1%</i>	<i>-0,1пп</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,8%</i>	<i>-0,2пп</i>
<b>Расходы на безопасность</b>	<b>2 476</b>	<b>2 320</b>	<b>6,7%</b>	<b>2 476</b>	<b>2 320</b>	<b>6,7%</b>
<i>Расходы на безопасность, %</i>	<i>0,6%</i>	<i>0,5%</i>	<i>+0,1пп</i>	<i>0,6%</i>	<i>0,5%</i>	<i>+0,1пп</i>
<b>Ремонт и обслуживание</b>	<b>2 168</b>	<b>2 590</b>	<b>-16,3%</b>	<b>2 168</b>	<b>2 590</b>	<b>-16,3%</b>
<i>Ремонт и обслуживание, %</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,5%</i>	<i>-0,0пп</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,5%</i>	<i>-0,0пп</i>
<b>Прочее</b>	<b>5 981</b>	<b>7 696</b>	<b>-22,3%</b>	<b>5 981</b>	<b>7 696</b>	<b>-22,3%</b>
<i>Прочее, %</i>	<i>1,5%</i>	<i>1,6%</i>	<i>-0,1пп</i>	<i>1,5%</i>	<i>1,6%</i>	<i>-0,1пп</i>
<b>Сопоставимые SG&amp;A расходы без учёта SLA-корректировки и амортизации<sup>5</sup></b>	<b>68 655</b>	<b>83 589</b>	<b>-17,9%</b>	<b>49 356</b>	<b>62 466</b>	<b>-21,0%</b>
<i>Сопоставимые SG&amp;A расходы без учёта SLA-корректировки и амортизации, %</i>	<i>17,1%</i>	<i>17,5%</i>	<i>-0,5пп</i>	<i>12,3%</i>	<i>13,1%</i>	<i>-0,8пп</i>
<i>SLA-корректировка учёта расходов по аренде<sup>5</sup></i>	<i>-</i>	<i>(5 104)</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<b>SG&amp;A расходы без учёта амортизации</b>	<b>68 655</b>	<b>78 484</b>	<b>-12,5%</b>	<b>49 356</b>	<b>62 466</b>	<b>-21,0%</b>
<i>SG&amp;A расходы без учёта амортизации, %</i>	<i>17,1%</i>	<i>16,5%</i>	<i>+0,6пп</i>	<i>12,3%</i>	<i>13,1%</i>	<i>-0,8пп</i>
<b>Амортизация</b>	<b>11 707</b>	<b>8 867</b>	<b>32,0%</b>	<b>27 060</b>	<b>25 338</b>	<b>6,8%</b>
<i>Амортизация, %</i>	<i>2,9%</i>	<i>1,9%</i>	<i>+1,0пп</i>	<i>6,7%</i>	<i>5,3%</i>	<i>+1,4пп</i>
<b>Общие SG&amp;A расходы</b>	<b>80 362</b>	<b>87 351</b>	<b>-8,0%</b>	<b>76 417</b>	<b>87 804</b>	<b>-13,0%</b>
<i>Общие SG&amp;A расходы, %</i>	<i>20,0%</i>	<i>18,3%</i>	<i>+1,6пп</i>	<i>19,0%</i>	<i>18,4%</i>	<i>+0,6пп</i>

### СКОРРЕКТИРОВАННАЯ EBITDA

Скорректированный показатель EBITDA Группы<sup>6</sup> составил 15,5 млрд руб. по итогам 2022 года по сравнению с 9,1 млрд руб. годом ранее. Скорректированная EBITDA маржа<sup>6</sup> увеличилась на 1,9 п.п. год-к-году и составила 3,8% в 2022 году вследствие роста валовой маржи.

### СКОРРЕКТИРОВАННАЯ ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ/УБЫТОК

Скорректированный чистый убыток Группы<sup>6</sup> по итогам 2022 года составил 6,7 млрд руб. по сравнению с 7,5 млрд руб. убытка за 2021 год на фоне снижения продаж, существенных финансовых расходов и расходов на амортизацию.

## ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА

По состоянию на 31 декабря 2022 года общий долг Группы вырос год-к-году на 26,5 млрд руб. и составил 95,7 млрд руб., в то время как денежные средства и их эквиваленты на конец отчётного периода увеличились на 18,1 млрд руб. по сравнению с 31 декабря 2021 года до 30,2 млрд руб.

Чистый долг Группы по итогам отчётного периода увеличился на 8,4 млрд руб. год-к-году и составил 65,5 млрд руб. Основными причинами роста чистого долга являются запуск параллельного импорта и необходимость авансирования импортных поставок в условиях низкого проникновения финансовых инструментов вследствие нестабильной геополитической ситуации. Все долговые обязательства Группы номинированы в рублях.

В результате соотношение чистый долг / скорректированная EBITDA на 31 декабря 2022 года составило 4,2x – снижение на 2,0x по сравнению с 31 декабря 2021 года.

## КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ

- Группа провела успешное размещение четвёртого выпуска биржевых облигаций в объёме 7 млрд рублей. Порядка 3,8 миллиардов рублей, то есть больше половины привлечённых средств, компания получила от физических лиц, проявивших беспрецедентный интерес к размещению.
- Компания начала пилотирование нового формата магазинов «М.Компакт» с широким ассортиментом цифровой и бытовой техники, расположенных на площади 500-600 кв. метров. Новый формат магазинов предполагает сопоставимый со стандартными магазинами ассортимент, при этом требует в 3 раза более низкий объем инвестиций и предполагает выход на целевые показатели рентабельности уже в течение первого года работы.
- Группа стала крупнейшим партнёром с Яндекс.Маркета по числу магазинов с самовывозом, запустив новые форматы сотрудничества – модель Click&Collect (самовывоз из магазинов Эльдорадо в день заказа) и FBS (Fulfillment By Seller) - доставку товаров силами маркетплейса курьером напрямую покупателю или самовывозом в пункт выдачи заказов.
- К команде М.Видео-Эльдорадо присоединился Михаил Бижан в качестве директора по информационным технологиям. Михаил имеет более чем 10-летний опыт на руководящих постах в сфере ИТ, занимал менеджерские позиции в сфере ИТ в ведущих компаниях, таких как Сбербанк-Технологии, Райффайзенбанк и ОТП Банк.

## 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 83,1 млрд руб. по сравнению с 83,0 млрд руб. валовой прибыли по МСФО (IAS) 17 в 2022 году. Валовая маржа в соответствии с обоими стандартами составила 20,6% в 2022 году.

### Влияние на скорректированную 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 финансовых расходах в отчёте о прибылях и убытках.

Расходы на аренду и коммунальные услуги были ниже по стандарту МСФО (IFRS) 16 на 17,1 млрд руб. в 2022 году. Таким образом, EBITDA Группы по МСФО (IFRS) 16 выросла до 34,8 млрд руб. по сравнению с 15,5 млрд руб. по стандарту МСФО (IAS) 17 в 2022 году. EBITDA маржа по МСФО (IFRS)

16 составила 8,7%, что на 4,8 п.п. выше по сравнению со скорректированной EBITDA маржой, равной 3,8% по МСФО (IAS) 17 в 2022 году.

## Влияние на скорректированную чистую прибыль

На скорректированную чистую прибыль Группы в 2022 году оказали влияние дополнительные расходы в размере 15,4 млрд 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 7,4 млрд руб. по МСФО (IFRS) 16 за счёт дополнительных процентных расходов по обязательствам по аренде в 2022 году. Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 также привело к изменению расходов по налогу на прибыль из-за изменения прибыли до налогообложения.

В результате скорректированный чистый убыток Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достиг 9,5 млрд руб. по сравнению с 6,7 млрд руб. чистого убытка по МСФО (IAS) 17 в 2022 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 2022 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. 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 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой<sup>8</sup>.

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинами 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](mailto:ekaterina.tuzikova@mvideo.ru)

## Пресс-служба:

**Валерия Андреева**  
[valeriya.andreeva@mvideo.ru](mailto:valeriya.andreeva@mvideo.ru)  
Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 7386

**Андрей Петров**  
[pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)  
Тел.: +7 (495) 787-78-00 ext. 3635

- 
- <sup>1</sup> Здесь и далее финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное.
- <sup>2</sup> 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.
- <sup>3</sup> Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо учитывают продажи на веб-платформе (на веб-сайте и в контактном центре), а также на мобильной платформе (в Приложении покупателя и Приложении продавца в магазине).
- <sup>4</sup> Для корректного сопоставимого представления финансовых результатов Группы в отчётность за 2021 год были внесены корректировки по исключению из результатов 2021 года оценочных начислений бонусов Поставщиков, неподтверждённых впоследствии.
- <sup>5</sup> Для сопоставимости данные отражены без учёта SLA-корректировки в результате изменения учётных оценок в отношении аренды в 2021 году. Группа провела анализ договоров аренды, в отношении которых считала корректировку для равномерного признания расходов по аренде. В результате массового пересмотра условий договоров аренды в 2020 году Группа пришла к выводу о том, что отсутствуют основания для дальнейшего начисления данной корректировки и есть все основания для списания накопленных обязательств.
- <sup>6</sup> Скорректированный показатель EBITDA и чистый убыток Группы за 2021 год приведён с учётом пересмотренной консолидированной финансовой отчётности, без учёта единовременных операций: дохода, полученного из-за переоценки активов goods.ru, прибыли от продажи goods.ru, дохода, полученного в связи с прощением субсидированного кредита, полученного в 2020 году в рамках программы государственной поддержки отраслей, наиболее пострадавших от пандемии, расходов на средства индивидуальной защиты. Суммарный объём единовременных операций в 2021 году составляет 10,4 млрд руб. Скорректированный чистый убыток 2021 года отражён без учёта единовременных операций, приведённых выше, принимая во внимание, что доход, полученный в связи с прощением субсидированного кредита налогом на прибыль не облагается. Скорректированный показатель EBITDA и чистый убыток Группы за 2022 год приведён без учёта единовременных операций: результата от продажи финансовых активов.
- <sup>7</sup> MAU – monthly active users, среднее за месяц количество активных пользователей мобильных приложений.
- <sup>8</sup> По данным количественного маркетингового трекингового 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.