

Рентабельность по EBITDA Группы «М.Видео-Эльдорадо» достигла 7,3% в 2019 году.

25.03.2020 01:12

24 марта 2020 года, Москва, Россия. ПАО «М.видео» (далее – «Группа «М.Видео-Эльдорадо», «компания» или «Группа»), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой (ММВБ: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, раскрыла аудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря 2019 года

Ключевые показатели по Группе «М.Видео-Эльдорадо» за 2019 год[2]:

- Выручка выросла год-к-году на 3,6% годом до 365 216 миллионов рублей.
- Валовая прибыль увеличилась на 4,8% год-к-году и составила 91 015 миллионов рублей, валовая маржа выросла на 0,3 процентных пункта до 24,9% в 2019 году.
- Показатель EBITDA по Группе вырос на 18,1% год-к-году и достиг 26 746 миллионов рублей (46 617 миллионов рублей по «МСФО 16»), а рентабельность по показателю EBITDA увеличилась на 0,9 процентных пункта год-к-году до 7,3% (12,8% по «МСФО 16») в 2019 году.
- Скорректированная чистая прибыль Группы[3] выросла на 44,8% год-к-году до 11 178 миллионов рублей (9 089 миллионов рублей по «МСФО 16») в 2019 году.

Президент и председатель правления Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован подчеркнул:

«Как и все, мы очень обеспокоены сложившейся эпидемиологической ситуацией, и мы желаем здоровья тем, кого она затронула. Как компания мы несём ответственность за защиту и поддержку наших сотрудников и их семей, а также наших клиентов и партнёров. Мы по-прежнему уверены в силе наших брендов и нашей стратегии и считаем, что те результаты, которых мы смогли достичь в 2019 году, заложили прочную основу для дальнейшего развития в текущем году, который не обещает быть простым.

Группа «М.Видео-Эльдорадо» на фоне умеренной динамики российского рынка потребительской электроники показала заметный качественный рост

ключевых финансовых показателей – рентабельность по EBITDA достигла рекордного за последние несколько лет уровня в 7,3%, скорректированная чистая прибыль выросла до 11 178 миллионов рублей. Финансовый успех компании в 2019 году является следствием того, что мы успешно и в беспрецедентно короткие сроки полностью завершили интеграцию двух розничных сетей после покупки «Эльдорадо». За год с небольшим команде Группы «М.Видео-Эльдорадо» удалось не только перейти на единое юридическое лицо и общую ИТ-систему, но и перестроить все ключевые бизнес-процессы от закупок до клиентского сервиса, что дало дополнительные синергии. По итогам интеграции в 2018-2019 гг. и полученных синергий компания в декабре 2019 года выплатила дивиденды в размере 6 миллиардов рублей».

Главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес отметил:

«Основной задачей Группы в 2019 году было завершение всех интеграционных процессов и создание эффективной бизнес-модели, в рамках которой каждый из брендов, каждая функция имеют свою роль. Мы завершили развёртывание ключевых проектов – цифровых зон m_mobile в рознице и отдельно стоящих цифровых бутиков, а также мобильного приложения для продавцов (RTD). Эти проекты определяют текущую эффективность Группы и легли в основу наших планов по дальнейшему росту бизнеса. Группа за счёт цифровизации всех бизнес-процессов и авторизации покупателей не только на сайте и через мобильное приложение, но и в магазинах, развивается как онлайн-бизнес. Наша модель трансформируется из omni в ONE RETAIL, в основе которой лежит не только единый ценовой, сервисный и ассортиментный подход во всех точках контакта покупателей с нами, но и аналитика данных, персонализация промо-предложений, а в будущем – и цен. Взаимодействие покупателя с ритейлером происходит через смартфон

В 2020 году, несмотря на высокий уровень неопределённости макроэкономической ситуации, наш основной фокус остаётся неизменным, и мы будем продолжать делать то, что делаем лучше всего: обслуживать наших клиентов наилучшим образом, предоставляя необходимые технологии и девайсы для общения и работы, приготовления пищи, домашних дел и развлечений».

Выручка Группы увеличилась на 3,6% год-к-году до 365 216 миллионов рублей в 2019 году благодаря открытию новых магазинов, росту трафика и онлайн-продаж обоих брендов.

Валовая прибыль компании выросла на 4,8% год-к-году и составила 91 015

миллионов рублей, а валовая маржа увеличилась на 0,3 п.п. год-к-году до 24,9% в 2019 году за счёт повышения эффективности в управлении закупками, промоакциями и ассортиментом.

Показатель EBITDA по стандарту «МСБУ 17» («IAS 17») вырос на 18,1% год-к-году и достиг 26 746 миллионов рублей, при этом показатель рентабельности EBITDA увеличился на 0,9 п.п. год-к-году и составил 7,3% за 2019 год. Улучшение было вызвано ростом валовой прибыли и эффективным управлением коммерческими, общехозяйственными и административными расходами, главным образом, затратами на персонал, которые составили 23 438 миллионов рублей и снизились как процент от выручки на 0,57 п.п. до 6,4% в 2019 году с 7,0% в 2018 году. Группа снизила расходы на персонал, в том числе, как следствие интеграции с «Эльдорадо» и полученных в результате оптимизации бизнес-процессов синергий.

В 2019 году Группа открыла 97 магазинов, 61 из которых пришёлся на второе полугодие, вследствие чего расходы на аренду по стандарту «МСБУ 17» («IAS 17») увеличились до 21 335 миллионов рублей в 2019 году с 19 000 миллионов рублей в 2018 году, и как процент от выручки выросли на 0,45 п.п. до 5,8%, эта динамика была частично компенсирована оптимизацией арендных ставок.

Операционная прибыль по стандарту «МСБУ 17» («IAS 17») увеличилась на 17,1% год-к-году до 19 699 миллионов рублей в 2019 году благодаря росту показателя EBITDA. Расходы на амортизацию по стандарту «МСБУ 17» («IAS 17») сократились до 7 047 миллионов рублей в 2019 году с 7 862 миллионов рублей в 2018 году в связи с разовыми неденежными списаниями активов и начислением дополнительной амортизации при переоценке активов «Эльдорадо» в 2018 г. Без учёта данного начисления, расходы на амортизацию по стандарту «МСБУ 17» («IAS 17») возросли до 7 047 миллионов рублей в 2019 году с 5 833 миллионов рублей в 2018 году, и как процент от выручки увеличились на 0,3 п.п. год-к-году до 1,9% в 2019 году. Увеличение расходов на амортизацию было вызвано, в основном, интеграцией и активной экспансией.

Скорректированная чистая прибыль Группы по стандарту «МСБУ 17» («IAS 17») выросла на 44,8% год-к-году до 11 178 миллионов рублей в 2019 году по сравнению с 7 718 миллионами рублей в 2018 году, в результате описанных выше факторов роста эффективности бизнеса.

По состоянию на 31 декабря 2019 года общий долг Группы составил 49 410 миллионов рублей, долговые обязательства компании полностью номинированы в рублях. За 2019 г. общий долг Группы сократился на

17,0%, а коэффициент общий долг/ЕВITDA составил 1,8х по состоянию на 31 декабря 2019 года, продемонстрировав снижение с отметки 2,6х на 31 декабря 2018 года. Соотношение чистый долг ЕВITDA на 31 декабря 2019 года остаётся на комфортном уровне 1.7х.

Влияние «МСФО 16» (“IFRS 16”) на финансовую отчётность Группы «М.Видео-Эльдорадо»

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

Влияние на ЕВITDA

Показатель ЕВITDA Группы значительно выше в соответствии с новым стандартом «МСФО 16» (“IFRS 16”), так как основная часть расходов по аренде, ранее признаваемых в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, признается по «МСФО 16» (“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 16» (“IFRS 16”) на 17 190 миллионов рублей, а расходы на техническое обслуживание и прочие операционные расходы до амортизации - ниже на 2 681 миллион рублей в 2019 году.

Таким образом, ЕВITDA Группы по «МСФО 16» (“IFRS 16”) выросла до 46 617 миллионов рублей по сравнению с 26 746 миллионами рублей по стандарту «МСБУ 17» (“IAS 17”) в 2019 году. Рентабельность по ЕВITDA по «МСФО 16» (“IFRS 16”) составила 12,8% или, что на 5,5 п.п. выше по сравнению с рентабельностью по ЕВITDA, равной 7,3% по «МСБУ 17» (“IAS 17”) в 2019 году.

Влияние на чистую прибыль

На чистую прибыль Группы в 2019 году оказали влияние дополнительные расходы в размере 15 456 миллионов рублей амортизации лизинговых активов в соответствии со стандартом «МСФО 16» (“IFRS 16”).

Влияние этих дополнительных амортизационных расходов было полностью компенсировано вычетом расходов на долгосрочную аренду из состава операционных расходов, как упоминалось выше.

Таким образом, чистый положительный эффект от операционных расходов

на чистую прибыль по «МСФО 16» (“IFRS 16”) составил 4 414 миллионов рублей в 2019 году. При этом финансовые затраты увеличились на 7 214 миллионов рублей по «МСФО 16» (“IFRS 16”) за счёт дополнительных процентных расходов по лизинговым обязательствам в 2019 году. Внедрение стандарта «МСФО 16» (“IFRS 16”) также привело к снижению расходов по налогу на прибыль из-за снижения прибыли до налогообложения в 2019 году.

В результате скорректированная чистая прибыль Группы по стандарту по «МСФО 16» (“IFRS 16”) достигла 9 089 миллионов рублей по сравнению с 11 178 миллионами рублей скорректированной чистой прибыли по «МСБУ 17» (“IAS 17”) в 2019 году. Скорректированная чистая маржа по «МСФО 16» (“IFRS 16”) составила 2,5% по сравнению с 3,1% по стандарту «МСБУ 17» (“IAS 17”) в 2019 году.

Влияние на отчёт о движении денежных средств

Внедрение стандарта «МСФО 16» (“IFRS 16”) не оказывает влияния на чистое изменение денежных средств в отчёте о движении денежных средств. Однако стандарт «МСФО 16» (“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.

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания, объединяющая бренды на рынке бытовой техники и электроники «М.Видео» и «Эльдорадо». Совокупный годовой оборот компаний превышает 430 млрд рублей с НДС. Группа «М.Видео-Эльдорадо» – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 31 декабря 2019 года Группа объединяет 513 магазинов под брендом «М.Видео», 506 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 19 магазинов «m_mobile» в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 455 тыс. м кв., общая площадь – 1 997 тыс. м кв. на 31 декабря 2019 года.

[1] В целях сопоставимости данных для анализа и сравнения финансовые результаты по Группе включают финансовые результаты «Эльдорадо» не с

момента приобретения в апреле 2018, а с начала 2018 года, то есть за полный 2018 год (про-форма). Данные за 2018 года основаны на данных управленческой отчетности Группы и подготовлены в соответствии с действовавшими до 2019 года Международными стандартами финансовой отчетности «МСБУ 17» (“IAS 17”).

[2] Результаты за 2018 г. были пересмотрены в связи с деконсолидацией маркетплейса goods.ru. В результате изменения договорного соглашения между акционерами ООО «МАРКЕТПЛЕЙС» в 2017 году, Группа утратила контроль над ООО «МАРКЕТПЛЕЙС», но при этом Группа получила совместный контроль над ООО «МАРКЕТПЛЕЙС». Соответственно, Группа учла инвестицию в ООО «МАРКЕТПЛЕЙС» как инвестицию в совместное предприятие начиная с 31 декабря 2017 года и скорректировала сравнительные показатели в консолидированном отчете о финансовом положении по состоянию на 31 декабря 2018 года, а также сравнительные показатели в консолидированном отчете о прибылях и убытках за 2018 год и в консолидированном отчете о движении денежных средств за 2018 год.

[3] Чистая прибыль, скорректированная на убыток в ассоциированных и совместных предприятиях.