

# «М.Видео» и «Эльдорадо» после объединения демонстрируют рекордный рост LFL

18.07.2018 09:31

Ключевые объединённые показатели второго квартала 2018 года (про-форма\*):

- Продажи по Группе «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 17,2% год-к-году до 84,5 млрд рублей (с НДС)
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе показали рост 15,4%
- Объединенные продажи через интернет увеличились на 38,7% год-к-году до 15,5 млрд рублей (с НДС). Доля онлайн в общих продажах Группы составила 18%. Доля самовывоза в интернет-продажах Группы составила 73%.

Ключевые объединённые показатели первого полугодия 2018 года (про-форма\*):

- Продажи по Группе «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 16,0% до 175,3 млрд рублей (с НДС)
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) Группы увеличились на 13,8%
- Интернет-продажи объединённой компании выросли на 39,6% год-к-году до 32,3 млрд рублей (с НДС)

\* Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает сводные продажи, LFL и результаты развития сетей «М.Видео»

и «Эльдорадо», включающие итоги работы «Эльдорадо» не с момента закрытия сделки по ее приобретению, а за весь отчетный период (первое полугодие 2018 года) и ретроспективно - итоги «Эльдорадо» за первое полугодие 2017 года.

Продажи Группы выросли на 17,2% год-к-году до 84,5 млрд рублей (с НДС) во втором квартале 2018 года и на 16,0% год-к-году до 175,3 млрд рублей (с НДС) по итогам первого полугодия 2018 года.

Продажи сети «М.Видео» показали впечатляющий рост на 20,9% год-к-году и достигли 55,6 млрд рублей (с НДС) во втором квартале 2018 года. Продажи «Эльдорадо» также росли двузначными темпами, впервые за последние несколько кварталов – на 10,8% год-к-году до 28,9 млрд рублей (с НДС) во втором квартале 2018 г. Рост был вызван сильными показателями продаж сопоставимых магазинов (LFL) по обеим сетям и поддержан устойчивой динамикой интернет-продаж «М.Видео».

Продажи LFL по Группе показали рост на 15,4% во втором квартале 2018 года за счёт увеличения числа покупок и среднего чека. Во втором квартале продажи LFL «М.Видео» увеличились на рекордные 16,1%, в то время как рост LFL продаж «Эльдорадо» составил 14,1% - лучший показатель для сети за последние несколько лет.

Во втором квартале 2018 года интернет-продажи «М.Видео» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) увеличились на 63,0% год-к-году, благодаря росту количества покупок и среднего чека. Интернет-продажи «Эльдорадо» выросли на 7,0% год-к-году во втором квартале 2018 года, благодаря растущему среднему чеку, при снижении числа транзакций. В рамках перехода на единую операционную модель «Эльдорадо» оптимизировала ассортимент, сократив непрофильные категории и увеличив долю цифровых устройств, а также выровняла уровень цен в интернет-магазине с розницей. Вследствие этого, в первом полугодии 2018 года наблюдалось разовое перераспределение трафика из интернета в офлайн магазины «Эльдорадо». При этом доля интернет-продаж «Эльдорадо» от общих продаж сети осталась на среднерыночном уровне 18%.

«Группа «М.Видео-Эльдорадо» впервые подводит совместные операционные итоги работы сетей. За короткий период объединённая компания добилась заметных результатов в укреплении своего лидерства. На фоне растущего рынка потребительской электроники Группа работала более эффективно. Уже сейчас мы видим первые результаты от перехода

«Эльдорадо» на бизнес-модель «М.Видео», внедрения единых для обоих брендов эффективных процедур управления ассортиментом, промо и персоналом. Уже по итогам первых двух месяцев работы объединенной компании «Эльдорадо» показала лучшую динамику продаж за последние полтора года», - прокомментировал президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован.

«Во втором квартале мы наблюдали заметный рост рынка. Обе сети не только сумели использовать благоприятный рыночный тренд, но и превзошли его по темпам роста, продемонстрировав внушительный двузначный LFL по итогам квартала. Это стало возможно благодаря качественной работе операционного менеджмента и эффективности бизнес-модели, которая легла в основу объединенной компании. Особенно приятно констатировать положительные итоги работы «Эльдорадо». Во втором квартале бренд оптимизировал ассортимент, усилив цифровой сегмент, продажи которого выросли почти на 60% год-к-году, втрое опередив рынок. Доля кредитных покупок также укрепилась и достигла здорового для нашего рынка показателя в 19%. Одновременно «Эльдорадо» пересмотрела подход к промо, начала переход на ОМНИ-модель и привела цены в онлайн и рознице к единому уровню. Рост продаж «Эльдорадо» в первом полугодии, целиком обусловленный рекордным LFL, будет поддержан активной программой экспансии до конца года», - подчеркнул главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес.

«В «М.Видео» важнейшим драйвером остаются онлайн-продажи. По итогам второго квартала они выросли более чем на 60% благодаря развитию функциональности сайта и улучшению эффективности интернет-рекламы. «М.Видео» продолжает наращивать присутствие на цифровом рынке: во втором квартале 2018 года продажи товаров этого сегмента выросли на треть благодаря развитию стратегического проекта «M\_Mobile». В текущем году компания уже пилотирует отдельно стоящие магазины под этим брендом.

Кроме того, позитивную динамику второго квартала поддержали успешно реализованные обеими сетями футбольные промоакции, которые стали дополнительным стимулом к покупке», - добавил г-н Фернандес.

Операционные показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» во 2-м квартале и 1-м полугодии 2018 года (про-форма\*):

| Чистый оборот**, млн. рублей (с НДС) | 2кв 2018 | 2кв 2017 | год к году, % | 6М 2018 | 6М 2017 |
|--------------------------------------|----------|----------|---------------|---------|---------|
| «М.Видео»                            | 55,610   | 46,000   | +20.9%        | 116,583 | 96,300  |
| «Эльдорадо»                          | 28,895   | 26,083   | +10.8%        | 58,721  | 53,100  |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо»           | 84,504   | 72,083   | +17.2%        | 175,304 | 149,400 |

| Онлайн-продажи (доставка + самовывоз), млн. рублей (с НДС) | 2кв 2018 | 2кв 2017 | год к году, % | 6М 2018 | 6М 2017 |
|--|----------|----------|---------------|---------|---------|
| «М.Видео»  | 10,321   | 6,334    | +63.0%        | 22,135  | 14,200  |
| «Эльдорадо»  | 5,196    | 4,855    | +7.0%         | 10,170  | 9,400   |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо»                                 | 15,517   | 11,189   | +38.7%        | 32,306  | 23,600  |

\* Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает, как если бы «Эльдорадо» входила в Группу не с момента приобретения в 2017 году, а с начала первого полугодия 2017 года.

\*\* Чистый оборот рассчитывается как общие продажи за вычетом продаж аукционных купонов. В данном пресс-релизе цифры за 2 кв и 6 месяцев 2017 года были приведены к Чистому обороту для сопоставимости данных в сравниваемых периодах.

| Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)*, % | 2кв 2018 к 2кв 2017, % | 6М 2018 к 6М 2017, % |
|--|------------------------|----------------------|
| «М.Видео»  | +16.1%                 | +15.4%               |
| «Эльдорадо»                                      | +14.1%                 | +15.4%               |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо»                       | +15.4%                 | +15.4%               |

| Развитие сети              | 31.12.2017 | 30.06.2018 | Новые магазины |
|----------------------------|------------|------------|----------------|
| Магазины                   |            |            |                |
| «М.Видео»                  | 424        | 429        | 5              |
| «Эльдорадо»                | 415        | 411        | (4)            |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо» | 839        | 840        | 1              |

|                              |       |       |     |
|------------------------------|-------|-------|-----|
| Торговая площадь, тыс. кв. м |       |       |     |
| «М.Видео»                    | 693   | 702   | +8  |
| «Эльдорадо»                  | 592   | 586   | -7  |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо»   | 1,286 | 1,287 | +2  |
| Общая площадь, тыс. кв. м    |       |       |     |
| «М.Видео»                    | 937   | 967   | +30 |
| «Эльдорадо»                  | 762   | 753   | -9  |
| Группа «М.Видео-Эльдорадо»   | 1,699 | 1,720 | +21 |

\* Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) основана на сравнении 759 магазинов, открытых не позднее 1 января 2017 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

\*\*За 6 месяцев 2018 года было открыто 5 магазинов «М.Видео» и 2 магазина «M\_Mobile», и закрыто 2 магазина «М.Видео» в связи с их переездом.

За 6 месяцев 2018 года было закрыто 7 магазинов «Эльдорадо», (6 из которых по предписанию ФАС), и открыто 3 новых магазина.

#### 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», а также маркетплейс Goods. Совокупная годовая выручка компаний превышает 360 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 30 июня 2018 года Группа объединяет 427 магазинов под брендом «М.Видео», 411 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 2 магазина «M\_Mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 287 тыс. м кв., общая площадь – 1 720 тыс. м кв.

Контакты для прессы:

Регина Роднянская, пресс-служба,  
regina.rodnyanskaya@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 7040

Контакты для инвесторов:

Наталья Белявская,

директор по связям с инвесторами

natalya.belyavskaya@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 142