

Консолидированная чистая прибыль Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросла на 20% до 8,4 миллиарда рублей, рентабельность по EBITDA достигла 6,5%

21.03.2019 10:39

Ключевые показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» за 2018 год (консолидированные МСФО, включающие результаты «Эльдорадо» за май-декабрь 2018 года)^[1]:

- Консолидированная выручка Группы увеличилась в 2018 году на 62,0% по сравнению с 2017 годом до 321,1 миллиарда рублей
- Консолидированная валовая прибыль компании выросла на 69,0% и составила 78,6 миллиарда рублей, а валовая маржа улучшилась на 1,0 процентных пункта год-к-году до 24,5% в 2018 году
- Консолидированный показатель EBITDA по Группе показал рост 76,0% год-к-году и достиг 20,8 миллиарда рублей, а рентабельность по показателю EBITDA увеличилась на 0,5 процентных пункта год-к-году до 6,5% в 2018 году
- Консолидированная чистая прибыль по Группе выросла на 20,3% год-к-году до 8,4 миллиарда рублей в 2018 году

Ключевые показатели по Группе «М.Видео-Эльдорадо» за 2018 год (объединённые проформа)^[2]:

- Объединённая проформа выручка по Группе «М.Видео-Эльдорадо» выросла на 15,7% год-к-году до 352,5 миллиарда рублей в 2018 году
- Объединённая проформа валовая прибыль компании увеличилась на 19,4% год-к-году и составила 86,7 миллиарда рублей, а валовая маржа выросла на 0,8 процентных пункта в годовом исчислении до 24,6% в 2018 году
- Объединённый проформа показатель EBITDA по Группе увеличился на 39,2% год-к-году и достиг 21,3 миллиарда рублей, а рентабельность по показателю EBITDA выросла на 1,0 процентных пункта год-к-году до 6,0% в 2018 году

«Значительный рост всех ключевых проформа бизнес-показателей компании наглядно подтверждает, что «М.Видео» успешно консолидировала «Эльдорадо» и всего за несколько месяцев создала эффективно управляемый бизнес с годовым оборотом более 420 миллиардов рублей, входящий в десятку крупнейших ритейлеров бытовой электроники в мире. Мы объединили все функции поддержки, оставив две

независимые друг от друга и по-прежнему конкурирующие розничные сети. Это позволило Группе «М.Видео-Эльдорадо», с одной стороны, привлечь новых покупателей и расширить аудиторию. С другой стороны, мы получили дополнительные синергии в размере 6 миллиардов рублей в 2018 году, в полтора раза больше, чем рассчитывали на этапе планирования сделки. Рентабельность по EBITDA Группы выросла до 6%, это один из лучших результатов в мире на рынке бытовой техники и электроники, который говорит как об эффективности бизнес-модели, так и об экспертизе менеджерской команды», – отметил президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован.

«Стратегия развития двух конкурирующих брендов в рамках одной Группы предполагает детальную проработку розничных форматов и позиционирования для каждой из сетей. «М.Видео» сосредоточилась на тендсеттерах и тех, кто ищет инновационные решения в технике, «Эльдорадо» ориентирована на лучшее соотношение цены и качества. Результаты такого позиционирования мы видим уже по итогам 2018 года – продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросли почти на 18% при среднерыночных темпах роста в 17%, а в цифровых категориях, таких как смартфоны, ноутбуки, аксессуары к ним, Группа опережает рынок почти вдвое. Оба бренда успешно конкурируют не только в традиционной рознице, но и онлайн – продажи «М.Видео» в интернете выросли в полтора раза быстрее рынка, «Эльдорадо» демонстрирует уверенный рост после перехода на омниканальную модель», – прокомментировал итоги года главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес.

Г-н Фернандес также подчеркнул: «Группа в 2019 году продолжит развитие ИТ-систем и внедрение инновационных решений на основе биометрии, блокчейн, аналитики данных, что позволит повысить эффективность бизнеса и предложить клиентам лучший сервис. Развитие интернет-продаж, абсолютная синхронизация всех сервисов в магазинах и онлайн, включая мобильные решения, как и рост продаж цифровых категорий, остаются приоритетом для обеих сетей. «М.Видео» продолжит открытие отдельно стоящих магазинов цифровой техники под брендом m_mobile и планирует до конца года полностью перевести работу продавцов на мобильные устройства вместо стационарных терминалов. «Эльдорадо» сосредоточится на развитии нового компактного формата магазинов площадью около 600 кв. м. и регулярных специальных промо-предложений с лучшими ценами на рынке».

Ключевые консолидированные финансовые показатели МСФО по Группе «М.Видео-Эльдорадо» за 2018 год (включающие результаты «Эльдорадо» за май-декабрь 2018 года)^[3]

В млн руб. (без НДС)	2018 г.	2017 г.	Год-к-году, %
Валовая прибыль	78 639	46 527	69,00%
Валовая маржа, %	24,50%	23,50%	+1,0 пп
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	69 234	40 754	69,90%
Прочие операционные доходы за вычетом прочих операционных расходов	5 278	2 407	119,30%
Операционная прибыль	14 683	8 180	79,50%
Финансовые доходы / (расходы)	-3 108	659	-571,60%
Прибыль до налогообложения	11 575	8 839	31,00%
Налог на прибыль	3 210	1 885	70,30%
Чистая прибыль	8 365	6 954	20,30%
Чистая маржа, %	2,60%	3,50%	(0,9 пп)
EBITDA	20 753	11 794	76,00%
EBITDA маржа, %	6,50%	6,00%	+0,5 пп

Ключевые объединённые финансовые показатели по Группе «М.Видео-Эльдорадо» за 2018 год (pro-forma)^[41]:

В млн руб. (без НДС)	2018 г.	2017 г.	Год-к-году, %
Чистые продажи (с НДС)	421 365	358 093	17,7%
Выручка	352 519	304 720	15,7%
Валовая прибыль	86 709	72 599	19,4%
Валовая маржа, %	24,6%	23,8%	+0,8 пп
EBITDA	21 274	15 282	39,2%
EBITDA маржа, %	6.0%	5.0%	+1,0 пп

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. Совокупный годовой оборот компаний превышает 420 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 2018 года Группа объединяет 475 магазинов под брендом «М.Видео», 461 магазин под брендом «Эльдорадо» и 5 магазинов «m_mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1,391 тыс. м кв., общая площадь – 1,845 тыс. м кв.

Контакты для прессы:

Валерия Андреева,

руководитель по связям с
общественностью,

pr@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 7386

Контакты для инвесторов:

Наталья Белявская,

директор по связям с инвесторами,

natalya.belyavskaya@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 1425

[1] Аудированные консолидированные финансовые итоги Группы по МСФО за 12 месяцев, закончившиеся 31 декабря 2018 года, включают финансовые результаты Эльдорадо с момента приобретения 29 апреля 2018 года, т.е. за 8 месяцев (май-декабрь) 2018 года.

[3] Сокращённые финансовые результаты проформа (pro-forma) по Группе, подготовленные на основе данных управленческого учёта, за 12 месяцев, закончившиеся 31 декабря 2018 года, включают финансовые результаты Эльдорадо не с момента закрытия сделки по её приобретению, а за весь отчётный период 2018 года и ретроспективно за сопоставимый период - 2017 год.

[3] Аудированные консолидированные финансовые итоги Группы по МСФО за 12 месяцев, закончившиеся 31 декабря 2018 года, включают финансовые результаты Эльдорадо с момента приобретения 29 апреля 2018 года, т.е. за 8 месяцев (май-декабрь) 2018 года.

[4] Сокращённые финансовые результаты проформа (pro-forma) по Группе, подготовленные на основе данных управленческого учёта, за 12 месяцев, закончившиеся 31 декабря 2018 года, включают финансовые результаты Эльдорадо не с момента закрытия сделки по её приобретению, а за весь отчётный период 2018 года и ретроспективно за сопоставимый период - 2017 год.