«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	6
«М.Видео»	55,610	46,000	+20.9%		116,583	
«Эльдорадо»	28,895	26,083	+10.8%		58,721	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	84,504	72,083	+17.2%		175,304	

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

* Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает свод
она выглядела бы, если бы «Эльдорадо» входила в Группу не с момента приобретения в
сравниваемого периода, т.е. с начала первого полугодия 2017 года.

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

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)*, %	2кв 2018 к 2кв 2017, %	6М 20
«М.Видео»	+16.1%	
«Эльдорадо»	+14.1%	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	+15.4%	

Развитие сети	31.12.2017	30.06.2018	Новы
Магазины			
«М.Видео»	424	429	
«Эльдорадо»	415	411	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	839	840	

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 инвестора

natalya.belyavskaya@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 142