

Группа М.Видео-Эльдорадо в третьем квартале 2020 года увеличила оборот на 25%, онлайн-продажи выросли на 141%

27 октября 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 (МосБиржа: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные показатели чистых продаж за третий квартал и девять месяцев, окончившиеся 30 сентября 2020 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события третьего квартала и после отчётной даты.

Ключевые показатели третьего квартала 2020 года

- **Продажи Группы** выросли на 25,3% год-к-году до 132,1 миллиарда рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании** выросли на 141,2% год-к-году до 77,9 миллиарда рублей (с НДС), составив 59,0% от общих продаж Группы.
- **Среднемесячная аудитория сайтов** Группы выросла на 26,4% к аналогичному периоду прошлого года и достигла 72,0 миллиона.
- **Установки мобильного приложения** за квартал составили почти 1,3 миллиона.

Ключевые показатели девяти месяцев 2020 года

- **Продажи Группы** выросли на 13,9% год-к-году до 340,4 миллиарда рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании**¹ выросли на 113,0% год-к-году до 194,7 миллиарда рублей (с НДС), составив 57,2% от общих продаж Группы.
- Наибольший рост онлайн-продаж достигнут на Урале (+136%), Северо-Западе (+132%) и Приволжье (+131%).
- **Среднемесячная аудитория сайтов** Группы выросла на 34,9% к аналогичному периоду прошлого года и достигла 73,3 миллиона.
- **Оборот мобильного приложения М.Видео** за девять месяцев 2020 года вырос почти в восемнадцать раз по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, среднее за неделю число постоянных пользователей превысило 600 тыс. человек, что позволяет Группе развивать бесшовный клиентский опыт и оказывает положительное влияние на рост продаж.
- **Общее количество заказов через мобильное приложение** по итогам третьего квартала превысило 1 млн и составило за 9 месяцев 2020 года 1,4 млн заказов.
- **Установки мобильного приложения «М.Видео»** составили 4,9 миллионов и выросли в 5 раз к прошлому году.
- **Среднее за неделю количество постоянных пользователей мобильного приложения М.Видео (WAU)** в 3 квартале выросло более чем на 100 тыс. человек и составило по итогам 9 месяцев 664 тысячи.
- **Сеть магазинов** на конец сентября 2020 года составила 1 039 магазинов всех форматов (+49 год-к-году).

Факторы, повлиявшие на результаты третьего квартала 2020 года:

- Продажи Группы в третьем квартале 2020 года выросли более чем на четверть в результате успешного масштабирования онлайн-бизнеса одновременно с эффективными операциями в магазинах в рамках модели One Retail.
- Рекордный рост общих онлайн продаж Группы в третьем квартале 2020 года был достигнут, прежде всего, за счёт:
 - переориентации маркетинговой, операционной и розничной модели на обеспечение клиентского пути через мобильное приложение и сайт для реализации бесшовного опыта покупки,
 - повышения эффективности логистики и фулфиллмента, в том числе, быстрой доставки через службы такси,
 - эффективного управления стоком и расширения ассортимента бытовой техники и электроники и в смежных категориях по модели маркетплейса,
 - роста посещаемости и конверсии сайтов брендов, а также мобильного приложения, функциональность которого продолжила развиваться,
 - активного использования розничной сети для обеспечения высокой доступности и скорости исполнения всех онлайн-заказов
- Положительная динамика продаж в третьем квартале была также обусловлена рядом макроэкономических факторов, оказавших влияние на рынок бытовой техники и электроники в целом:

- отложенный спрос на целый ряд категорий бытовой техники и электроники на фоне ограничительных мер весной 2020 года;
 - сохранение высокого спроса на товары для домашнего офиса как результат сохранения удалённой работы для большей части офисных работников;
 - новый спрос на домашние товары длительного пользования в рамках работы и учёбы из дома;
 - окончательное снятие наиболее жёстких ограничений для непродовольственной розницы и открытие большинства торговых центров и магазинов по стране.
 - существенное снижение выездного туризма, которое позволило переориентировать часть затрат домохозяйств на обновление бытовых электронных товаров и иных товаров длительного пользования.
- Опережающий рынок рост в третьем квартале 2020 года по Группе М.Видео-Эльдорадо наблюдался в категориях «домашний офис», «мобильная техника», а также «гаджеты и развлечения» на фоне перехода многих потребителей на удалённую работу и обучение.

Ключевые события третьего квартала 2020 года

- Александр Изосимов был утверждён Советом директоров на должность CEO (Генерального директора) Группы «М.Видео-Эльдорадо» с 1 октября 2020 года.
- При Совете директоров Группы создан Комитет по стратегии и цифровой трансформации, который будет оказывать содействие менеджменту и Совету директоров в определении ключевых направлений стратегии, в том числе, дальнейшей цифровой трансформации компании и развития онлайн-бизнеса Группы. Председателем комитета избран Александр Тынкован.
- М.Видео-Эльдорадо объявила о начале сотрудничества с производителями, ритейлерами и дистрибьюторами по модели маркетплейса, а также white label интеграции части комплементарного ассортимента маркетплейса goods.ru на онлайн-платформы обоих брендов.
- Группа расширила ассортимент собственных товарных марок (СТМ), запустив в том числе производство и продажу телевизоров под маркой Novex в среднем ценовом сегменте с востребованными функциями Smart TV и 4K в сети «М.Видео».
- В третьем квартале Группа подключила 11 новых регионов к программе «Правильная утилизация» по сбору, транспортировке и переработке электронных отходов, что позволит удвоить объём собираемой на утилизацию техники до конца 2020 года.

Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Изосимов:

«Итоги третьего квартала и доля общих онлайн-продаж, превышающая 50%, позволяет однозначно говорить о том, что М.Видео-Эльдорадо – это онлайн-бизнес, энергичный и эффективный рост которого поддерживается разветвлённой фулфилмент-инфраструктурой на базе розничных магазинов. Компания успешно трансформировала опыт работы в кризисных условиях в новую внеканальную модель торговли One Retail и отвечает всем новым пост-пандемическим потребительским ожиданиям – от удобных мобильных сервисов и бесконтактных операций до экспресс-доставки. Эти внутренние факторы, обусловившие более чем 25% рост в третьем квартале, носят, безусловно, долгосрочный характер, что позволяет нам рассчитывать на высокие темпы роста выручки в как четвёртом квартале, так и по году в целом.»

«Высокая динамика роста продаж в третьем квартале и за девять месяцев отражает не только общие тренды рынка бытовой техники и электроники, но и преимущества Группы как крупнейшего игрока в этом сегменте – быстрый доступ к товарам, востребованный ассортимент, широкий набор сервисов и персонализированные предложения. Это позволяет нам уверенно наращивать долю и укреплять свои позиции как одного из ведущих e-комм игроков российского рынка.»

Обзор бизнеса и ключевые события после отчётной даты

- По итогам трёх недель октября Группа продолжает демонстрировать двузначный рост общих продаж, а также более чем двукратный рост общих онлайн продаж.
- В октябре бытовая техника и электроника сохраняет свои позиции как группа товаров первой необходимости, помимо ноутбуков и других устройств для организации работы из дома, продажи которых выросли на 45% в первые три недели октября по сравнению с прошлым годом, высокую динамику демонстрируют также холодильники (+40%) и стиральные машины (+25%).

М.ВидеоЭльдорадо

- Положительное влияние на рынок электроники в четвертом квартале 2020 года также должно оказать большое количество новинок. Так, Группа М.Видео-Эльдорадо в октябре открыла предзаказы на новые модели игровых консолей PlayStation 5 и Xbox Series S, а также новую линейку iPhone.
- Совет директоров ПАО «М.видео» рекомендовал акционерам на внеочередном общем собрании, которое пройдет 9 ноября 2020 года, утвердить дивиденды в размере 30 рублей на одну обыкновенную акцию ПАО «М.Видео» или совокупно 5,4 миллиарда рублей.

Операционные показатели Группы М.Видео-Эльдорадо за 9 месяцев 2020 года

Чистый оборот, млн рублей (с НДС)

	3 кв 2020	3 кв 2019	Изм., %	9М 2020	9М 2019	Изм., %
	87 049	69 899	+24,5%	225 633	200 060	+12,8%
	45 002	35 514	+26,7%	114 811	98 941	+16,0%
	132 052	105 414	+25,3%	340 444	299 000	+13,9%

Общие онлайн-продажи, млн рублей (с НДС)²

	3 кв 2020	3 кв 2019	Изм., %	9М 2020	9М 2019	Изм., %
	65 215	25 308	+157,7%	156 903	72 856	+115,4%
	12 670	6 981	+81,5%	37 815	18 578	+103,5%
	77 885	32 290	+141,2%	194 718	91 434	+113,0%

Доля онлайн-продаж от чистого оборота, %

	3 кв 2020	3 кв 2019	Изм., %	9М 2020	9М 2019	Изм., %
	74,9%	36,2%	+38,7пп	69,5%	36,4%	+33,1пп
	28,2%	19,7%	+8,5пп	32,9%	18,8%	+14,2пп
	59,0%	30,6%	+28,3пп	57,2%	30,6%	+26,6пп

Показатели веб-сайта

	3 кв 2020	3 кв 2019	Изм., %	9М 2020	9М 2019	Изм., %
Среднемес.посещ., млн						
	44,4	35,8	+24,2%	45,4	35,8	+27,0%
	27,5	21,1	+30,1%	27,9	18,6	+50,0%
	72,0	56,9	+26,4%	73,3	54,4	+34,9%
Количество чеков, млн						
	1,46	1,03	+41,6%	5,47	3,27	+67,1%
	1,18	0,69	+70,1%	3,79	1,88	+100,9%
	2,64	1,72	+53,1%	9,25	5,16	+79,4%

Показатели приложения²

Чеки, тыс.	558,0	41,0	+1259,7%	1 412,5	87,1	+1521,3%
Установки, тыс. ³	-	-	-	4 872	962	+406,5%
WAU, тыс. ⁴	-	-	-	664	132	+404,9%

Развитие сети

	30.09.2020	31.12.2019	Изм. за 9М 2020	
Магазины				
	538	532	+6	+1,1%
	501	506	-5	-1,0%
	1 039	1 038	+1	+0,1%
Торговая площадь, тыс. м²				
	802	794	+8	+1,0%
	651	661	-10	-1,5%
	1 454	1 456	-2	-0,2%
Общая площадь, тыс. м²				
	1 122	1 115	+7	+0,7%
	866	882	-16	-1,9%
	1 988	1 997	-9	-0,4%

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. 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). По состоянию на 30 июня 2020 года Группа объединяет 538 магазинов под брендом М.Видео, 501 магазин под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 454 тыс. м кв., общая площадь – 1 988 тыс. м кв. на 30 сентября 2020 года.

Контакты для инвесторов:

Максим Новиков, директор по связям с инвесторами,

maxim.novikov@mvideo.ru

тел: +7 (495) 644-28-48, доб. 1425

Тимур Ахмеджанов

руководитель направления по работе с инвесторами

timur.akhmedzhanov@mvideo.ru

тел: +7 (495) 644-28-48, доб. 1384

Контакты для прессы:

Валерия Андреева, руководитель департамента по связям с общественностью,

valeriya.andreeva@mvideo.ru

тел: +7 (495) 644-28-48, доб. 7386

Андрей Петров

pr@mvideo.ru

тел: +7 (495) 787-78-00 доб. 3635

Екатерина Чупрак

pr@mvideo.ru

тел: +7 (495) 644-28-48 доб. 7102

-
- ¹ Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо в соответствии со стратегией ONE RETAIL учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильные устройства продавцов (RTD, Real Time Dealing или продажи в режиме реального времени). В настоящее время продажи через RTD доступны только в магазинах «М.Видео».
 - ² Розничная сеть «М.Видео» запустила мобильное приложение во втором квартале 2019 года. Запуск приложения розничной сети «Эльдорадо» ожидается до конца 2020 года.
 - ³ Количество установок приложений на мобильные устройства с операционной системой iOS и Android нарастающим итогом.
 - ⁴ WAU – weekly average users, среднее за неделю количество постоянных пользователей мобильного приложения.