

М.Видео-Эльдорадо в первом квартале увеличила GMV на 14%, продажи через мобильную платформу – на 90%

22 апреля 2021 года, Москва, Россия

ПАО «М.видео» (Группа М.Видео-Эльдорадо, «Компания» или «Группа»; МосБиржа: MVID), ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные показатели GMV за первый квартал, окончившийся 31 марта 2021 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события первого квартала и после отчётной даты.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 1 КВ 2021 ГОДА¹

- **Общие продажи (GMV²) Группы** выросли на 13,8% до 138,3 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании³** выросли на 62,8% до 92,4 млрд рублей (с НДС), составив 66,8% от GMV Группы:
 - **Оборот мобильной платформы⁴**, вырос на 90,3% до 56,7 млрд рублей, и составил 61,3% от общих онлайн-продаж.
 - **Оборот веб-платформы⁵** вырос на 32,5% до 35,7 млрд рублей.
- **Количество активных идентифицированных клиентов⁶** достигло **18,8 миллионов**, из которых 57,9% являются OneRetail клиентами⁷; **рост числа OneRetail клиентов** составил 63,6%.
- **Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** достигли 11,6 миллионов и выросли более чем в 5 раз к прошлому году.
- **Среднемесячное количество активных пользователей мобильных приложений покупателя (MAU)** составило более 3,2 млн, увеличившись более чем в 5 раз к аналогичному периоду прошлого года.
- **Среднемесячная аудитория сайтов** Группы снизилась на 4,1% к аналогичному периоду прошлого года и достигла 71,0 миллиона на фоне активного перетекания покупателей на мобильную платформу.
- **Сеть магазинов** на конец марта 2021 года составила 1 098 магазинов всех форматов (+60 год-к-году или +24 с начала года) в 295 городах России.

ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ 2021 ГОДА

- Общие продажи (GMV) Группы выросли на 13,8% до 138,3 млрд рублей (с НДС) благодаря росту продаж более чем на 24% в январе-феврале. Снижение GMV на 2,6% в марте объясняется высокой базой марта 2020 года, когда наблюдался существенный рост продаж ноутбуков, периферии и других мобильных устройств на фоне подготовки к переходу на удалённую работу и обучение, и ускорение темпов продаж бытовой техники и электроники на фоне колебаний валютного курса и реализации потребителями ряда отложенных крупных покупок. Рост GMV в марте 2021 года в сравнении с мартом 2019 года составил более 31%.
- Основным драйвером роста GMV остаётся рост общих онлайн-продаж (+62,8%) и мобильной платформы (+90,3%) благодаря следующим факторам:
 - успешные запуски цифровых продуктов, нацеленных на улучшение клиентского опыта и конверсию;
 - рост самовывоза (+71%) и доставки (+68%) товаров;

- рост количества чеков и среднего чека среди активных идентифицированных клиентов, особенно среди OneRetail клиентов, доля которых в первом квартале превысила более половины от общего числа активных идентифицированных клиентов;
- рост скачиваний и конверсии пользовательских мобильных приложений, активное продвижение и содействие осуществлению покупок в магазинах через мобильное приложение, расширение функциональности мобильной платформы, включая повышение бесшовности взаимодействия между клиентским приложением и приложением продавца.
- К числу других факторов роста GMV можно отнести также:
 - Расширение розничной сети на 60 магазинов и выход в более чем 40 новых городов;
 - рост продаж сервисов и аксессуаров (+20%);
 - рост объёма кредитных продаж благодаря, в том числе, запуску сервиса онлайн-рассрочки, доступной на мобильной и веб-платформе, и восстановлению POS-кредитования;
 - сохраняющиеся в рамках устойчивых потребительских трендов высокие темпы роста спроса в категориях «гаджеты и развлечения» (+32%), «телеком» (+32%), «домашний офис и фото» (+21%).

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ПЕРВОГО КВАРТАЛА 2021 ГОДА

- М.Видео-Эльдорадо в первом квартале 2021 года в рамках цифровой трансформации ускорила переход от централизованной ИТ-функции к развитию ИТ-продуктов внутри каждого подразделения. Разработку клиентских и внутренних сервисов ведут 124 продуктовые/проектные команды, штат разработчиков с декабря 2020 года вырос в 1,5 раза, что позволяет в несколько раз ускорить запуск пилотов и создаёт гибкую систему, адаптированную под быстрые изменения бизнес-процессов в зависимости от потребностей компании и рыночных изменений. Дирекция по ИТ продолжает отвечать за развитие архитектуры, ключевых систем и является центром компетенций в сфере разработки и аналитики данных для продуктовых команд. Группа также запустила Цифровую академию для внутренних и внешних экспертов, нацеленную на развитие цифровых компетенций.
- В рамках развития мобильной платформы сеть М.Видео в марте запустила OneRetail-заказ в 150 магазинах: консультант в магазине в своём мобильном приложении вместе с покупателем формируют заказ, который в режиме реального времени доступен для редактирования и оплаты в клиентском приложении. Пилот позволил существенно повысить удовлетворённость клиентов, увеличить средний чек и продажи.
- Сеть М.Видео запустила пилотный проект по формированию в мобильном приложении клиента персональной цены с учётом всех доступных опций для конкретного покупателя, что уже позволило увеличить конверсию по сравнению с контрольной группой на 15% в приложении на iOS и на 19% – на Android-устройствах. В рамках пилота пользователи мобильного приложения М.Видео не только видят финальную цену, которая им доступна с учётом всех скидок, но и могут выбирать из нескольких вариантов в зависимости от ситуации, например, использовать бонусные рубли сейчас или оставить на следующую покупку, что даёт покупателю совершенно прозрачный инструмент для планирования расходов.
- Сеть Эльдорадо в первом квартале 2021 года открыла 22 магазина нового формата площадью около 250 кв. метров, доведя их общее количество до 50, и вышла в 43 новых города. Доступ к полному ассортименту техники, насчитывающему более 75 000 моделей через онлайн-каталог, интеграция онлайн-платформы и магазинов, быстрая доставка и постпродажный сервис позволяют наращивать физическое присутствие и онлайн-продажи в регионах.
- Пользовательское приложение Эльдорадо, запущенное в ноябре 2020 года, уже скачали более полутора миллионов раз, около 70% клиентов пользуются приложением на Android-устройствах,

ещё 30% приходится на платформу iOS. Чаще всего через мобильное приложение клиенты Эльдорадо приобретали кухонную технику, смартфоны, наушники, пылесосы и телевизоры.

- Принадлежащая Группе САФМАР ERICARIA Holdings Ltd в рамках вторичного публичного предложения (SPO) реализовала 24,28 млн акций ПАО «М.видео», что составляет 13,5% акционерного капитала компании. По итогам SPO доля акций М.Видео-Эльдорадо в свободном обращении увеличилась до почти 24%, совокупная доля Группы САФМАР снизилась с 73,5% до приблизительно 60%. BofA Securities, J.P. Morgan, UBS и ВТБ Капитал выступили совместными глобальными координаторами и совместными букраннерами сделки, Ренессанс Капитал выступал консультантом компании в рамках предложения.
- М.Видео-Эльдорадо закрыли сделку по продаже контрольного пакета goods.ru (ООО «Маркетплейс») в пользу Сбера. По условиям соглашения, Сбер инвестировал порядка 30 млрд рублей в развитие онлайн-площадки, его доля в капитале goods.ru составила 85%, Группа М.Видео-Эльдорадо сохранила за собой 10%, ещё 5% принадлежит Александру Тынковану.
- Группа расширила программу по постоянному сбору и правильной утилизации техники на 17 регионов с населением более 45 млн человек. Общее количество точек сбора техники в рамках проекта составило порядка 500, что равняется примерно половине розничных объектов двух сетей. С момента старта проекта в 2019 году М.Видео и Эльдорадо собрали более 1300 тонн или 125 000 единиц бытовой техники.




Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Изосимов:




М.Видео-Эльдорадо набрала высокий темп реализации ключевых задач по совершенствованию ИТ-систем, клиентских сервисов и логистических операций, которые лежат в основе роста компании и достижения стратегической цели по удвоению GMV до 1 трлн рублей к 2025 году. Несмотря на естественное замедление рынка в марте после бурного спроса, обусловленного пандемией и изменением повседневных привычек, Группа демонстрирует высокие темпы роста и заметный прогресс в цифровой трансформации. Ключевым драйвером роста продаж Группы выступают технологии – мы видим активный переход покупателей на мобильную платформу, показавшую почти двукратный рост, и дальнейшее увеличение среднего чека OneRetail-клиентов, которые пользуются персональными предложениями и дополнительными сервисами.




КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ

- В апреле динамика GMV Группы демонстрирует трёхзначный рост на фоне резкого, но относительно непродолжительного падения показателей продаж в апреле 2020 года из-за введения режима самоизоляции и ограничений для непродовольственных розничных магазинов в большинстве регионов России в рамках борьбы с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19), оказывавших негативное влияние на розничные продажи, включая работу магазинов как пунктов выдачи интернет-покупок и фулфилмент онлайн-заказов.
- Группа продолжила трансформацию системы органов управления и контроля, направленных на совершенствование практик корпоративного управления. Так, Совет директоров утвердил список кандидатов в новый состав Совета, в случае утверждения которого Годовым общим собранием акционеров, в него могут войти три независимых директора, а количество представителей основного акционера М.Видео-Эльдорадо, Группы «САФМАР», сократится до двух человек.
- Совет директоров Компании рекомендовал годовому Общему собранию акционеров, которое пройдет 7 мая 2021 года, утвердить дивиденды размере 6,8 млрд рублей или 38 рублей на одну акцию ПАО «М.видео». Таким образом, общая сумма дивидендных выплат по итогам работы в 2020 году может составить 12,2 млрд рублей (68 рублей на одну обыкновенную акцию), что соответствует 100% показателя скорректированной чистой прибыли компании по МСФО 17 за 2020 год.

Операционные показатели Группы М.Видео-Эльдорадо за 1 квартал 2021 года

GMV, млн рублей (с НДС)			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
	92 619	82 044	+12,9%
	45 639	39 422	+15,8%
	138 258	121 467	+13,8%

Общие онлайн-продажи, млн рублей (с НДС)			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
	77 850	47 843	+62,7%
	14 535	8 888	+63,5%
	92 385	56 731	+62,8%




Доля общих онлайн-продаж от GMV, %			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
	84,1%	58,3%	+25,7%
	31,8%	22,5%	+9,3%
	66,8%	46,7%	+20,1%

Количество активных идентифицированных клиентов, млн			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
Клиенты OneRetail	10,9	6,6	+63,6%
Доля клиентов OneRetail	57,9%	37,6%	+20,2пп
Клиенты non-OneRetail	7,9	11,0	-28,1%
Итого	18,8	17,6	+6,4%

Средний чек по группам клиентов			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
OneRetail	11 064	10 337	+7,0%
non-OneRetail	7 838	7 552	+3,8%
Итого	10 162	9 030	+12,5%

Детализация общих онлайн-продаж по каналам, млн рублей (с НДС)			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
Веб-платформа	35 708	26 949	+32,5%
Мобильная платформа, в т.ч.	56 677	29 782	+90,3%
Пользовательские приложения	12 246	1 218	+905,5%
Приложение продавца	44 431	28 564	+55,6%
Итого	92 385	56 731	+62,8%










Детализация GMV по каналам реализации товара, млн рублей (с НДС)			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
Магазины	89 620	92 961	-3,6%
Самовывоз	37 469	21 858	+71,4%
Доставка на дом	11 169	6 648	+68,0%
Итого	138 258	121 467	+13,8%

Показатели веб-сайта			
	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
Среднемес.посещ., млн			
	44,4	44,3	+0,2%
	26,7	29,8	-10,5%
	71,0	74,1	-4,1%

Суммарные показатели пользовательских приложений⁸

	1 кв 2021	1 кв 2020	Изм., %
Установки, тыс. ⁹	11 597	2 172	+433,9%
MAU, тыс. ¹⁰	3 205	609	+426,6%

Развитие сети

	31.03.2021	31.12.2020	Изм. за 1 кв 2021	
Магазины				
 545	545	542	+3	+0,6%
 553	553	532	+21	+3,9%
 1 098	1 098	1 074	+24	+2,2%
Торговая площадь, тыс. м²				
 815	815	810	+5	+0,7%
 670	670	665	+5	+0,8%
 1 485	1 485	1 475	+11	+0,7%
Общая площадь, тыс. м²				
 1 137	1 137	1 131	+5	+0,5%
 883	883	883	-0	-0,0%
 2 020	2 020	2 015	+5	+0,2%

Презентация операционных показателей за первый квартал, окончившийся 31 марта 2021 года, размещена на корпоративном сайте Группы по адресу:

<https://www.mvideoeldorado.ru/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/results-center>

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Общие продажи (GMV **Ошибка! Закладка не определена.**) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 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 31 декабря 2020 года Группа объединяет 542 магазина под брендом М.Видео, 532 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 475 тыс. м кв., общая площадь – 2 015 тыс. м кв. на 31 декабря 2020 года.

IR команда:

Максим Новиков

Директор по связям с инвесторами

maxim.novikov@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 1425

Тимур Ахмеджанов

Руководитель направления по работе с инвесторами

timur.akhmedzhanov@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 644-28-48, ext. 1384

Пресс-служба:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 7386

Андрей Петров

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 787-78-00 ext. 3635

Екатерина Чупрак

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 7102

¹ Здесь и далее данные по сравнительной динамике указаны год-к-году, если не указано иное.

² Показатель GMV (gross merchandise value) включает покупки в розничных магазинах (включая заказы самовывозом), оплаченные и доставленные на дом онлайн-заказы, а также оплаченные отгрузки со складов юридическим лицам. Покупки в магазинах и онлайн заказы могут совершаться физическими и юридическими лицами. GMV включают продажи товаров и сервисов, которые могут быть собственными и агентскими. GMV включает НДС, идёт за вычетом скидок, предоставленных покупателям, а также за вычетом возвратов, совершённых за отчётный период. Показатель GMV не является выручкой Компании.

³ Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо в соответствии со стратегией OneRetail учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильное приложение продавца. В настоящее время продажи через мобильное приложение продавца доступны только в магазинах «М.Видео».

⁴ Оборот мобильной платформы включает в себя продажи через пользовательские приложения М.Видео и Эльдорадо и приложение продавцов в магазинах.

⁵ Оборот веб-платформы включает продажи через веб-сайт, контактный центр, вендор-каталог, ручные заказы.

⁶ Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продажи.

⁷ Компания определяет OneRetail клиентов как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку через веб-платформу или мобильную платформу, включающую пользовательские приложения и приложения продавца.

⁸ Розничная сеть М.Видео запустила мобильное приложение во втором квартале 2019 года, сеть Эльдорадо – в декабре 2020 года.

⁹ Количество установок пользовательских приложений на мобильные устройства на iOS и Android нарастающим итогом.

¹⁰ MAU – monthly active users, среднее за месяц количество активных пользователей мобильных приложений.