

Группа М.Видео-Эльдорадо увеличила GMV в 1 квартале 2024 на 18%

15 мая 2024 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, сообщает объединённые неаудированные показатели общих продаж (GMV, gross merchandise value) за первый квартал, окончившийся 31 марта 2024 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события первого квартала и после отчётной даты.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ 2024 ГОДА¹

- **Общие продажи (GMV²) Группы** в 1 квартале 2024 года выросли на 18% год к году до 131 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи³ компании** выросли на 24% до 98 млрд рублей (с НДС), составив 75% от GMV Группы.
- **Трафик, включая онлайн и магазины**, в первом квартале 2024 года составил около 300 млн посещений, при сохранившемся росте конверсии в покупку. Рост количества новых клиентов в годовом выражении составил более 7%.
- **Продажи на собственном маркетплейсе электроники** выросли в 1 квартале 2024 года на 33% год к году на фоне продолжающего роста количества селлеров и расширения доступного ассортимента. Позитивной динамике также способствовал рост доли продаж товаров с высокой средней стоимостью, обеспечивший рост среднего чека партнёрских товаров в 1,5 раза до 7,5 тысяч рублей, и повышение частоты покупок на клиента. За последний год Группа вдвое увеличила логистическую инфраструктуру для поставщиков собственного маркетплейса за счёт расширения зон хранения 3P-ассортимента. На сегодняшний день она состоит из объектов в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске и Самаре.
- **Сеть магазинов М.Видео и Эльдорадо** на конец марта 2024 года составила 1 245 магазинов всех форматов в 373 городах России. В течение 2024 года компания планирует продолжать развитие магазинов компактного формата, демонстрирующего опережающий ожидания рост показателей. Всего в 2024 году ожидается открытие не менее 100 магазинов М.Видео, преимущественно компактного формата.
- Группа открыла первые 6 **фирменных сервисных зон «М.Мастер»**, предоставляющих полный спектр сервисных услуг для техники, приобретенной как в М.Видео-Эльдорадо, так и в других каналах.

Главный исполнительный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Ли:

«В 1 квартале 2024 года Группа продолжила наращивать ключевые бизнес-показатели, расширять ассортимент, включая собственные торговые марки, и развивать приоритетные направления. Общее количество SKU, представленных во всех наших каналах продаж, выросло до рекордного уровня – более чем 200 тыс. наименований. Мы также видим позитивный эффект от обновлённой бренд-платформы и новых магазинов – как компактного формата, так и кобрендовых М.Видео-Эльдорадо. За первые три месяца текущего года мы открыли 15 новых магазинов компактного формата и вышли в три новых города. Большой потенциал мы видим и в развитии нашего сервисного направления «М.Мастер» – единого центра помощи клиенту, включающего доставку, установку, настройку, ремонт и другие услуги, которые можно заказать как онлайн, так и в магазинах. Помимо этого, в этом году мы продолжаем развитие нашего финтех направления и предлагаем клиентам широкий набор различных финансовых продуктов, делающих покупки в сети более привлекательными».

Финансовый директор Группы М.Видео-Эльдорадо Анна Гарманова:

«Благодаря улучшению операционных показателей, показатель долговой нагрузки Net debt/EBITDA⁴ на конец 1 квартала 2024 года находится на умеренном уровне, существенно более низком, чем за сопоставимый период 2023 года и мы ожидаем его дальнейшего снижения к концу 2024 года».

ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ 2024 ГОДА:

- Рост общих продаж (GMV) Группы в первом квартале составил 18% год к году на фоне эффекта от расширения ассортимента, инструментов и каналов продаж, открытия новых магазинов при одновременном продолжении восстановления спроса на бытовую технику и электронику.
- Группа открыла 15 новых магазинов компактного формата в 14 городах России от Москвы до Владивостока, в том числе вышла в три новых города: Качканар Свердловской области, Соликамск Пермского края и Крымск Краснодарского края.
- Общее количество SKU, представленных на онлайн-платформах Группы и в магазинах, выросло по сравнению с сопоставимым периодом прошлого года на 15% – до более чем 203 тыс. наименований. Во многих категориях М.Видео-Эльдорадо показала рост выше рынка. Так, продажи пылесосов, сушильных машин и микроволновых печей увеличились на 40%, фенов и стайлеров – на 30%, игровых консолей и аксессуаров – на 25%. При этом доля собственных импортных закупок продолжила находиться на целевом уровне ~30%, а доля уникального для рынка ассортимента, включая собственные торговые марки, бренды, линейки и товары, представленные только в М.Видео и Эльдорадо, достигла 21% от оборота.
- По-прежнему высокой остаётся роль магазинов и профессиональных консультаций при выборе товаров и совершении покупок, что позволило Группе эффективно реализовать преимущества омниканальной бизнес-модели. Порядка 90% всех заказов совершались с использованием инфраструктуры магазинов Группы.
- Группа продолжает развитие сервисного направления и запускает фирменные зоны «М.Мастер» для полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах М.Видео и Эльдорадо. Первые 6 зон открылись в магазинах М.Видео Москвы и Санкт-Петербурга, а уже к середине года пилот охватит Екатеринбург, Казань и Новосибирск. Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в оперативном режиме, так и с выездом специалистов. «М.Мастер» – единый центр помощи клиенту в магазинах М.Видео и Эльдорадо, включающий доставку, установку, настройку, ремонт и другие услуги, которые можно заказать как онлайн, так и в магазинах. «М.Мастер» принимает для ремонта технику и электронику как купленную в магазинах М.Видео и Эльдорадо, так и у сторонних продавцов.
- Объём кредитных продаж Группы, характеризуемых в том числе более высоким средним чеком, в 1 квартале вырос на 11,5% год-к-году, при этом доля в продажах составила 15,3%. Все финансовые продукты, предлагаемые покупателям, Группа реализует через свою дочернюю компанию «Директ Кредит».
- Динамика клиентской базы в 1 квартале 2024 года была в среднем на 3% лучше, чем за сопоставимый период прошлого года. Рост количества новых клиентов в годовом выражении составил 7,1%, таким образом доля новых клиентов в портфеле группы составила 25%, что является большим вкладом в развитие дальнейших продаж. Также, в рамках работы с существующей клиентской базой Группа обеспечила реактивацию на 13% больше неактивных клиентов (не осуществлявших покупки свыше 12 месяцев), чем за сопоставимый период 2023 года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ПЕРВОГО КВАРТАЛА 2024 ГОДА И ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ:

- Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство (АКРА) подтвердило текущий кредитный рейтинг ПАО «М.видео» на уровне A(RU), присвоенный годом ранее, повысив прогноз по нему со «Стабильного» на «Позитивный». «Позитивный» прогноз АКРА предполагает возможность повышение рейтинга на горизонте 12-18 месяцев. По оценке АКРА, кредитный рейтинг М.Видео-Эльдорадо обусловлен высокими оценками операционного риск-профиля компании, крупным размером бизнеса, высокой рентабельностью, а также сильными оценками ликвидности и денежного потока. АКРА отмечает, что изменение прогноза по рейтингу Группы на «Позитивный» связано с ожидаемым Агентством дальнейшим ростом продаж и рентабельности бизнеса в 2024-2026 гг., что отразится в том числе в улучшении оценок долговой нагрузки и покрытия.
- Рейтинговое агентство «Эксперт РА» подтвердило рейтинг кредитоспособности ПАО «М.видео» на уровне ruA. Прогноз по рейтингу изменён с развивающегося на стабильный. По сообщению агентства, рейтинг кредитоспособности ПАО «М.видео» обусловлен сдержанной оценкой риск-профиля отрасли, сильными рыночными и конкурентными позициями, приемлемым уровнем долговой нагрузки при низком покрытии процентных платежей, а также высоким уровнем ликвидности и низким уровнем корпоративных рисков. Изменение прогноза по рейтингу на стабильный связано с увеличением финансовых результатов и достижением Группой ранее заявленных целей по уровню долговой нагрузки.
- ООО «МВ ФИНАНС» (дочерняя компания ПАО «М.видео») полностью погасила биржевые облигации серии 001P-01 на сумму 4,2 млрд рублей за счёт собственных операционных средств. Кроме того, ООО «МВ ФИНАНС» выплатила держателям облигаций доход за шестой купонный период в размере 231 741 140,30 рублей из расчёта 54,85 рублей на одну облигацию. Всего в рамках размещения биржевых облигаций серии 001P-01, включая текущую выплату, компания выплатила владельцам облигаций около 15,4 млрд рублей. Выплаты осуществлены за счёт положительного операционного потока, без привлечения заёмных денежных средств с рынка.
- В мае 2024 года решением Совета директоров Группы М.Видео-Эльдорадо утверждено увеличение уставного капитала через дополнительный выпуск 30 млн обыкновенных акций по открытой подписке, что соответствует 17% от существующего уставного капитала. Компания получила предварительное согласие от одного из крупнейших акционеров – инвестиционного холдинга «ЭсЭфАй» – приобрести весь объем дополнительной эмиссии. Сделка позволит улучшить показатели финансовой ликвидности и сохранить гибкость при принятии операционных, финансовых и инвестиционных решений.

Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо за 1 квартал 2024 года

млрд руб. с НДС	1 кв '23	1 кв `24	Изм., %
GMV ³	111,5	131,3	+17,7%
Общие онлайн-продажи ⁴	78,9	97,9	+24,1%
Доля общих онлайн-продаж от GMV, %	70,7%	74,5%	+3,8пп

Презентация операционных показателей за первый квартал, окончившийся 31 марта 2024 года, размещена на корпоративном сайте Группы по адресу: <https://www.mvideoeldorado.ru/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/results-center>

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. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из 1 245 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

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).

Пресс-служба:

Сергей Коляда

pr@mvideo.ru

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 учитывают продажи на веб-платформе (на веб-сайте и в контактном центре), а также на мобильной платформе (в Приложении покупателя и Приложении продавца в магазине).

⁴ Показатель приводится по IAS 17