

Общие онлайн-продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» за девять месяцев 2019 года выросли на 79% и составили 31% от продаж компании

29 октября 2019 года, Москва, Россия. ПАО «М.видео» (далее – «Группа «М.Видео-Эльдорадо», «компания» или «Группа»), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой (ММВБ: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные про-форма показатели чистых продаж и продаж сопоставимых магазинов (like-for-like), а также результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо» за первые девять месяцев и третий квартал, окончившиеся 30 сентября 2019 года.

Ключевые объединённые показатели девяти месяцев 2019 года (про-форма)*:

- Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» показали рост на 6,3% год-к-году до 299,0 млрд рублей (с НДС).
- Общие онлайн-продажи компании** выросли на 78,8% год-к-году до 91,4 млрд рублей (с НДС). Доля общих онлайн продаж в продажах Группы составила 30,6%.
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе за девять месяцев 2019 года показали снижение на 3,4% к девяти месяцам 2018 года из-за высокой базы прошлого года, и выросли на 8,9% по отношению к соответствующему периоду 2017 года.

Ключевые объединённые показатели третьего квартала 2019 года:

- Продажи по Группе «М.Видео-Эльдорадо» в третьем квартале 2019 года составили 105,4 млрд рублей (с НДС), на уровне результатов третьего квартала 2018 года.
- Общие онлайн-продажи** увеличились на 71,3% год-к-году до 32,3 млрд рублей (с НДС) и составили 30,6% от продаж Группы.
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе за третий квартал 2019 года показали отрицательную динамику на 9,9% к аналогичному периоду 2018 года как следствие высокой базы прошлого года, но выросли на 0,7% к третьему кварталу 2017 года.

* Про-форма операционной отчётности 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 её приобретению, а с начала 2018 года.

** 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».

Продажи Группы выросли на 6,3% год-к-году до 299,0 млрд рублей (с НДС) по итогам девяти месяцев 2019 года. Рост обусловлен активным развитием новых магазинов и поддержан позитивной динамикой общих онлайн-продаж.

За девять месяцев 2019 года продажи сети «М.Видео» показали рост на 7,0% год-к-году и достигли 200,0 млрд рублей (с НДС). «Эльдорадо» увеличила оборот на 5,0% год-к-году до 98,9 млрд рублей (с НДС).

«Рост продаж на 4-5% в год характеризует российский рынок бытовой техники и электроники как зрелый и стабильный. «М.Видео» и «Эльдорадо» даже в условиях консервативного рынка демонстрируют уверенный рост, который позволяет нам укреплять свои позиции: Группа «М.Видео-Эльдорадо» показала увеличение продаж на 6,3%, в то время как, по данным ГФК, за девять месяцев 2019 года рынок вырос на 4,8% к аналогичному периоду прошлого года. Динамика продаж сопоставимых магазинов отражает общерыночные тренды снижения темпов роста и цикличности спроса. Продажи LFL Группы закономерно оказались ниже 2018 года, продемонстрировавшего исключительно высокие темпы, но лучше показателей 2017 года, что говорит о здоровом развитии нашей розницы, – отметил президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован. – Группа «М.Видео-Эльдорадо» показала общий рост продаж выше рынка, что обусловлено стратегией ONE RETAIL, в рамках которой компания рассматривает магазины как органичное продолжение сайта и мобильного приложения, объединённые одной ИТ-платформой.

М.ВидеоЭльдорадо

Мобильные технологии дают возможность авторизовать клиентов не только онлайн, но и в магазинах, что позволяет нам лучше понимать покупателей, делать индивидуальные предложения, точнее планировать бизнес-процессы. Это увеличивает NPS и в конечном итоге – обеспечивает рост продаж и эффективности. За девять месяцев 2019 года положительное влияние на общие продажи также оказали результаты магазинов «М.Видео» и «Эльдорадо», открытых на месте МедиаМаркт, которые, как мы и планировали, показывают продажи выше среднесетевых».

Общие онлайн-продажи «М.Видео» (заказы онлайн с доставкой на дом или самовывозом из магазинов и зарегистрированные продажи в магазинах через мобильные устройства продавцов, RTD) удвоились год-к-году до 72,9 млрд рублей (с НДС) за девять месяцев 2019 года благодаря активному развитию проекта RTD в рознице «М.Видео» и росту числа продавцов, оснащённых смартфонами со специальным ПО для авторизации и консультаций покупателей. К августу 2019 года компания завершила развёртывание проекта RTD на всю розничную сеть «М.Видео», на сегодня порядка 10 000 продавцов используют смартфоны со специально разработанным приложением для авторизации клиентов и консультаций.

Онлайн-продажи «Эльдорадо» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) выросли на 15,1% год-к-году до 18,6 млрд рублей (с НДС) за счёт роста трафика и среднего чека.

Общие онлайн-продажи по обоим брендам составили 30,6% от всех продаж Группы за девять месяцев 2019 года.

«В рамках стратегии ONE RETAIL, которая является следующим этапом после успешного внедрения омни-модели, мы пересмотрели подход к учёту онлайн-продаж. Технологические решения Группы обеспечивают для клиентов практически бесшовный переход между онлайн и офлайн в процессе выбора и совершения покупки. Единые цены, ассортимент, сервисы, авторизация и персональные предложения позволяют нашим покупателям завершать сделку так, как удобно именно им. Например, вы можете вместе с консультантом в магазине оценить модели ноутбуков, выбрать несколько подходящих и попросить отправить их вам на почту. Дома ещё раз посмотреть финалистов, доступных в вашем личном кабинете на сайте, и сделать заказ, который хотите оплатить и забрать в магазине самостоятельно. Технически, это продажа в магазине, фактически – онлайн. Таким образом, классическая система разделения продаж по каналу формирования заказа не отражает ни все возможные сценарии поведения клиента, ни бизнес-процессы компаний, успешно реализовавших омни-модель и эволюционирующих дальше. Подход Группы «М.Видео-Эльдорадо» показывает реальное влияние онлайн на бизнес, так как основывается на учёте авторизованных через любые каналы покупателей – будь то сайт, приложение в смартфоне клиента или мобильное устройство продавца. Чем выше доля авторизованных пользователей, тем больше компания знает о своих клиентах, более успешно с ними коммуницирует и эффективнее ведёт бизнес», – подчеркнул главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес.

За девять месяцев 2019 года Группа расширила свою сеть на 49 магазинов, включая 20 «М.Видео», 19 «Эльдорадо» и 10 магазинов под брендом m_mobile. Общее число магазинов Группы составило 990 на 30 сентября 2019 года.

М.ВидеоЭльдорадо

Операционные показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» в 3-м квартале и за 9М 2019 года (про-форма*):

Чистый оборот, млн рублей (с НДС)	3 кв. 2019	3 кв. 2018	год к году, %	9М 2019	9М 2018	год к году, %
«М.Видео»	69 899	70 384	-0,7%	200 060	186 967	+7,0%
«Эльдорадо»	35 514	35 491	+0,1%	98 941	94 216	+5,0%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	105 414	105 875	-0,4%	299 000	281 183	+6,3%

Общие онлайн-продажи (доставка + самовывоз+RTD), млн рублей (с НДС)	3 кв. 2019	3 кв. 2018	год к году, %	9М 2019	9М 2018	год к году, %
«М.Видео»	25 308	12 868	+96,7%	72 856	35 006	+108,1%
«Эльдорадо»	6 981	5 981	+16,7%	18 578	16 146	+15,1%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	32 290	18 849	+71,3%	91 434	51 152	+78,8%

* Про-форма операционной отчётности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает сводную отчётность, как если бы «Эльдорадо» входила в Группу не с момента приобретения, а с начала 2018 года.

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL 2019/2018)*, %	3кв 2019 к 3кв 2018, %	9М 2019 к 9М 2018, %
«М.Видео»	-9,9%	-3,2%
«Эльдорадо»	-9,9%	-4,0%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	-9,9%	-3,4%
Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL 2019/2017)**, %	3кв 2019 к 3кв 2017, %	9М 2019 к 9М 2017, %
«М.Видео»	+1,1%	+9,6%
«Эльдорадо»	-0,1%	+7,6%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	+0,7%	+8,9%

Развитие сети	31.12.2018	30.09.2019	Новые за 9М 2019***	
Магазины				
«М.Видео»	480	510	+30	
«Эльдорадо»	461	480	+19	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	941	990	+49	
Торговая площадь, тыс. кв. м				
«М.Видео»	759	786	+27	+3,6%
«Эльдорадо»	633	642	+9	+1,4%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	1 392	1 428	+36	+2,6%
Общая площадь, тыс. кв. м				
«М.Видео»	1 031	1 067	+36	+3,5%
«Эльдорадо»	814	842	+28	+3,4%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	1 845	1 909	+64	+3,5%

* Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) 2019/2018 основана на сравнении 787 магазинов, открытых не позднее 1 января 2018 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

** Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) 2019/2017 основана на сравнении 744 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 девять месяцев 2019 года было открыто 23 магазина «М.Видео», и 10 магазинов «М_Mobile» и закрыто 3 магазина «М.Видео». За девять месяцев 2019 года было открыто 23 и закрыто 4 магазина «Эльдорадо».

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

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 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 30 сентября 2019 года Группа объединяет 495 магазинов под брендом «М.Видео», 480 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 15 магазинов «m_mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 428 тыс. м кв., общая площадь – 1 909 тыс. м кв. на 30 сентября 2019 года.

Контакты для прессы:

Валерия Андреева, руководитель
департамента по связям с общественностью,
valeriya.andreeva@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