

«М.Видео-Эльдорадо» в первом полугодии 2020 года в два раза увеличила онлайн-продажи до 56% оборота

23 июля 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 второй квартал и первое полугодие, окончившиеся 30 июня 2020 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события второго квартала и после отчётной даты.

Ключевые показатели первого полугодия 2020 года¹

- **Продажи Группы** выросли на 7,6% год-к-году до 208,4 миллиарда рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании²** выросли на 97,5% год-к-году до 116,8 миллиарда рублей (с НДС), составив 56,1% от общих продаж Группы.
- **Среднемесячная аудитория сайтов** Группы выросла на 43% к первому полугодью прошлого года и достигла 75,9 миллиона.
- **Установки мобильного приложения «М.Видео»** выросли на 457% до 3,6 миллионов к прошлому году. Приложение имеет рейтинг 4,5 и 4,7 в App Store и Google Store, соответственно.

Ключевые показатели второго квартала 2020 года

- **Продажи Группы** снизились на 5,8% год-к-году до 86,9 миллиарда рублей (с НДС).
- В апреле продажи Группы снизились на 23,5% год-к-году, в мае – на 3,8%, в июне продажи вернулись к росту, который составил 7,1% год-к-году.
- **Общие онлайн-продажи компании** выросли на 117,5% год-к-году до 60,1 миллиарда рублей (с НДС), составив 69,1% от общих продаж Группы.
- В апреле общие онлайн-продажи Группы выросли на 110,9% год-к-году, в мае – на 127,1% год-к-году, в июне – на 115,2% год-к-году.

Факторы, повлиявшие на результаты второго квартала 2020 года:

- Группа достигла более чем двукратного роста общих онлайн-продаж в результате успешного ускоренного масштабирования онлайн-бизнеса за счёт: 1) реализации целого ряда проектов и партнёрств, направленных на повышение эффективности, оперативности и безопасности клиентского обслуживания; 2) автоматизации dark store и эффективного управления стоком, включая редистрибуцию товара внутри городов, в том числе между брендами; 3) развития функциональности и продвижения мобильного приложения «М.Видео»; 4) переориентации маркетинга и рекламы в онлайн-сегмент для повышения посещаемости и конверсии сайтов брендов и мобильного приложения.
- Опережающий рынок рост наблюдался в категориях «мобильная техника» и «домашний офис» на фоне перехода многих потребителей на удалённую работу и обучение.
- Существенные ограничения в большинстве регионов России в рамках борьбы с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19) оказывали негативное влияние на непродовольственные розничные продажи, включая работу магазинов как пунктов выдачи интернет-покупок и фулфилмент онлайн-заказов. На фоне введения режима самоизоляции значительно снижался трафик непродовольственных магазинов. Группа преодолела негативные факторы уже в апреле, и в рамках действовавших ограничений смогла запустить разные форматы работы магазинов, наладить новые способы бесконтактной доставки, включая доставку до парковки, пеших курьеров из магазинов, партнёрства, направленные на повышение эффективности и оперативности «последней мили». Компания совершенствовала клиентский сервис, запустив бесконтактную оплату через приложение и по ссылке, а также бесконтактный обмен и возврат товаров.

Ключевые события второго квартала 2020 года

- Группа запустила быструю бесконтактную доставку онлайн-заказов с помощью «Яндекс.Такси», Gett Delivery или локальных партнёров во всех городах присутствия сети, сейчас бренды доставляют на такси более 10 000 заказов еженедельно.
- Бренды «М.Видео» и «Эльдорадо» открыли виртуальные магазины на Ozon, на которых представлено около 80% ассортимента обоих брендов.
- Запущены онлайн-видеоконсультации для клиентов из магазинов через сайт, мобильное приложение, Whatsapp. Группа проводит более 5 000 консультаций еженедельно с конверсией 25%.

- Группа начала сотрудничество с X5 Retail Group по доставке интернет-заказов среднегабаритной техники весом до 15 кг в пункты выдачи и постаматы, расположенные в магазинах «Пятёрочка».
- Группа начала сотрудничество с Почтой России по доставке и выдаче онлайн-заказов в более чем 300 новых городах и посёлках.
- С июня Группа перезапустила большую часть магазинов по стране, включая Москву, в новом формате после снятия ограничительных мер в отдельных регионах с полным соблюдением мер безопасности для покупателей и сотрудников и осуществлением всех операций бесконтактно и онлайн, включая оплату по ссылке или в мобильном приложении, QR-коды на ценниках и пр.

Президент Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Тынкован:

«Апрель и май этого года стали самыми сложными месяцами в более чем двадцатипятилетней истории компании, и, несмотря на ограничения в работе магазинов, Группа уверенно прошла этот период и ускорила переход на модель ONE RETAIL, текущие результаты подтверждают правильность выбранной стратегии. Вопреки всем сложностям, мы сохранили занятость розничного персонала – это порядка 30 тысяч человек. В течение апреля-мая мы осуществили больше миллиона курьерских доставок и внедрили десятки проектов – от видеозвонков до доставки на такси – обеспечивая доступ для россиян к необходимой технике для работы и домашнего быта. Я очень благодарен всей нашей команде, всем сотрудникам и нашим партнёрам за неравнодушие и быструю адаптацию к новым вызовам в этот период.»

Пандемия однозначно изменила повседневные привычки людей, многое теперь можно делать дистанционно, покупки становятся «смартфонозависимы». При этом наш и мировой опыт доказывает, что магазины остаются источником роста бизнеса и точками быстрого доступа к товару, их роль даже возросла. Группа «М.Видео-Эльдорадо» демонстрирует опережающую рынок динамику в онлайн-сегменте – интернет-продажи бытовой техники и электроники за полугодие выросли примерно на 60%, в то время как Группа нарастила продажи почти вдвое. Рост продаж сейчас происходит и за счёт высокой динамики курьерской доставки, и в результате развития онлайн-операций в магазинах – получения заказов, продаж на месте через мобильное приложение продавца авторизованным пользователям. Мы планируем дальнейшее развитие модели ONE RETAIL через совершенствование онлайн-ресурсов, которые поддерживаются розничной сетью».

Финансовый директор Группы М.Видео-Эльдорадо Екатерина Соколова:

«Трансформация Группы «М.Видео-Эльдорадо» в онлайн-бизнес началась задолго до пандемии. Мы как немногие из крупных федеральных ритейлеров были готовы к этому сложному периоду, и именно это позволило нам настолько эффективно и оперативно масштабировать онлайн-бизнес во втором квартале, чтобы своевременно, качественно и безопасно обеспечить наших потребителей всем необходимым в период самоизоляции. Мы рады, что клиенты выбирали нас для покупок товаров, большинство из которых в современном цифровом мире стали по-настоящему товарами первой необходимости. Так, объем доставки во втором квартале вырос вчетверо в денежном выражении, самовывоза – более чем в два раза, трафик сайтов двух брендов – на 60%. Несмотря на такой рост, мы смогли сохранить хорошую рентабельность бизнеса, которая была и останется для нас важным приоритетом.»

В онлайн-сегменте нам предстоит ещё сделать многое: повысить эффективности логистики, поддерживать максимальную безопасность и расширять возможности онлайн-платежей, повышать лояльность наших пользователей и продолжать привлекать новых, а также совершенствовать юнит-экономику бизнеса в целом. Мы готовы меняться дальше, отказываться от нерелевантных метрик и инвестировать в новые технологические решения, расширять границы единого пространства для наших покупателей и партнёров, которое мы называем ONE RETAIL».




Обзор бизнеса и ключевые события после отчётной даты

- По состоянию на середину июля порядка 93% от общего количества магазинов Группы работают в стандартном режиме с соблюдением всех санитарно-эпидемиологических норм. В ряде регионов России в связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой ещё сохраняются ограничения на работу непродовольственного ритейла.

М.ВидеоЭльдорадо




- **Группа реализует санитарно-эпидемиологические требования на всех объектах** и прилагает необходимые усилия для благополучия и здоровья персонала: внедрена система регулярного еженедельного мониторинга безопасности работающих сотрудников, организовано тестирование на COVID для сотрудников, контактировавших с инфицированными.
- **С начала июля Группа наблюдает значительное ускорение роста общих продаж**, что объясняется как продолжающимся снятием ограничительных мер в регионах и реализацией отложенного спроса, так и снижением внутреннего и международного туризма, что позволило потребителям перераспределить часть расходов, в том числе в пользу товаров длительного пользования. По итогам первых трех недель июля рост продаж Группы составил более 30%% год-к-году. Наиболее значительный рост наблюдается в категориях: смартфоны, компьютеры, климатическая техника, холодильники и другие товары для дома и ухода за собой.
- **С конца июня 2020 года Группа расширила географию программы «Правильная утилизация»**, направленную на сбор, транспортировку и переработку электронных отходов во вторичное сырьё, на 8 новых регионов России, доведя их общее количество до 15, а также планирует передавать на утилизацию собственную офисную технику.
- **М.Видео-Эльдорадо продолжает реализацию ключевых партнёрств и проектов, запущенных в период действия карантинных мер**, и ориентированных на развитие онлайн-продаж, повышение эффективности, оперативности и безопасности «последней мили». Менеджмент компании планирует проводить регулярную финансовую и стратегическую оценку данных инициатив с целью оценки целесообразности их сохранения, либо расширения.

Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо во 2 квартале 2020 года, млн руб. (с НДС)




	Апр'20	г-к-г, %	Май'20	г-к-г, %	Июн'20	г-к-г, %	2 кв'20	г-к-г, %
Чистый оборот, в т.ч.	14 312	-26,1%	17 348	-8,0%	24 867	+4,3%	56 528	-8,9%
 Общие онлайн продажи	13 155	+81,4%	13 767	+100,8%	16 906	+108,9%	43 828	+97,4%
Доля от чистого оборота	91,9%	+54,5пп	79,4%	+43,0пп	68,0%	+34,0пп	77,5%	+41,8пп
Чистый оборот, в т.ч.	7 792	-18,2%	9 772	4,7%	12 808	13,2%	30 373	+0,7%
 Общие онлайн продажи	5 912	+230,5%	5 624	+234,6%	4 712	+141,7%	16 248	+199,8%
Доля от чистого оборота	75,9%	+57,1пп	57,6%	+39,5пп	36,8%	+19,6пп	53,5%	+35,5пп
Чистый оборот, в т.ч.	22 105	-23,5%	27 121	-3,8%	37 675	+7,1%	86 901	-5,8%
 Общие онлайн продажи	19 067	+110,9%	19 391	+127,1%	21 618	+115,2%	60 076	+117,5%
Доля от чистого оборота	86,3%	+55,0пп	71,5%	+41,2пп	57,4%	+28,8пп	69,1%	+39,2пп

Операционные показатели Группы М.Видео-Эльдорадо в первом полугодии 2020 года




Чистый оборот, млн рублей (с НДС)

	2 кв 2020	2 кв 2019	Изм., %	1П 2020	1П 2019	Изм., %
	56 528	62 069	-8,9%	138 584	130 206	+6,4%
	30 373	30 165	+0,7%	69 805	63 419	+10,1%
	86 901	92 234	-5,8%	208 389	193 625	+7,6%







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

	2 кв 2020	2 кв 2019	Изм., %	1П 2020	1П 2019	Изм., %
	43 828	22 202	+97,4%	91 688	47 544	+92,9%
	16 248	5 419	+199,8%	25 141	11 597	+116,8%
	60 076	27 621	+117,5%	116 829	59 141	+97,5%

Доля онлайн-продаж от чистого оборота, %

	2 кв 2020	2 кв 2019	Изм., пп	1П 2020	1П 2019	Изм., пп
	77,5%	35,8%	41,8%	66,2%	36,5%	+29,6%
	53,5%	18,0%	35,5%	36,0%	18,3%	+17,7%
	69,1%	29,9%	39,2%	56,1%	30,5%	+25,5%










Показатели веб-сайта

	2 кв 2020	2 кв 2019	Изм., %	1П 2020	1П 2019	Изм., %
Трафик, млн						
	144,6	96,3	50,2%	282,6	214,5	31,8%
	83,2	48,7	71,0%	172,6	103,9	66,2%
	228,9	143,0	57,2%	455,3	318,4	43,0%
Количество чеков, млн						
	2,37	1,02	131,2%	4,01	2,24	78,7%
	1,60	0,61	161,3%	2,60	1,19	118,9%
	3,97	1,64	142,4%	6,61	3,43	92,7%

Показатели приложения³

Чеки, тыс.	659,0	26,9	2349,7%	854,5	46,1	1754,2%
Установки, тыс. ⁴	-	-	-	3 574	642	456,7%
WAU, тыс. ⁵	-	-	-	554	90	515,3%

Развитие сети

	30.06.2020	31.12.2019	Изм. за 1П 2020	
Магазины				
	532	532	0	0%
	505	506	-1	-0,2%
	1 037	1 038	-1	-0,1%
Торговая площадь, тыс. м²				
	793	794	-1	-0,2%
	657	661	-5	-0,7%
	1 450	1 456	-6	-0,4%
Общая площадь, тыс. м²				
	1 111	1 115	-4	-0,4%
	873	882	-9	-1,0%
	1 984	1 997	-13	-0,7%

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 идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID). По состоянию на 30 июня 2020 года Группа объединяет 532 магазинов под брендом М.Видео (включая 20 по суббрендом m_mobile), 505 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 450 тыс. м кв., общая площадь – 1 984 тыс. м кв. на 30 июня 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

т. +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

e-mail: pr@mvideo.ru

тел: +7 (495) 787-78-00 доб. 3635

Екатерина Чупрак

e-mail: pr@mvideo.ru

тел: +7 (495) 644-2848 доб. 7102

- ¹ Начиная со второго квартала 2020 года Группа М.Видео-Эльдорадо не планирует раскрывать информацию о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL). По мнению менеджмента Группы, данная информация не в полной мере отражает результаты деятельности Группы с учётом значительного роста онлайн-продаж и их доли в чистом обороте Группы, а также фокуса менеджмента на обеспечении бесшовного покупательского опыта при безусловном сохранении магазинов как важного элемента бизнес-модели ONE RETAIL.
- ² 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».
- ³ Розничная сеть «М.Видео» запустила мобильное приложение во втором квартале 2019 года. Запуск приложения розничной сети «Эльдорадо» ожидается до конца 2020 года.
- ⁴ Количество установок приложений на мобильные устройства с операционной системой iOS и Android нарастающим итогом.
- ⁵ WAU – weekly average users, среднее за неделю количество постоянных пользователей мобильного приложения.