

Группа М.Видео-Эльдорадо в четвертом квартале 2020 года увеличила GMV на 19%, онлайн-продажи выросли вдвое

9 февраля 2020 года, Москва, Россия. ПАО «М.видео» (далее – «Группа М.Видео-Эльдорадо, «компания» или «Группа»), ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные показатели GMV за четвертый квартал и двенадцать месяцев, окончившиеся 31 декабря 2020 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события четвертого квартала и после отчётной даты.

Ключевые показатели четвертого квартала 2020 года¹

- **Общие продажи (GMV²) Группы** выросли на 18,9% до 164,3 миллиарда рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании³** выросли на 101,0% до 105,7 миллиардов рублей (с НДС), составив 64,3% от GMV Группы.
 - **Оборот мобильной платформы⁴**, вырос на 140,0% до 64,1 миллиарда рублей, и составил 60,7% от общих онлайн-продаж.
 - **Оборот веб-платформы⁵** вырос на 60,7% до 41,5 миллиарда рублей.
- **Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** за квартал составили 2,9 миллионов, что выше показателей предыдущего квартала более, чем в два раза.
- **Среднемесячное количество активных пользователей мобильных приложений покупателя (MAU)** выросло почти в 7 раз до 2,77 млн.
- **Среднемесячная аудитория сайтов** Группы выросла на 11,8% к аналогичному периоду прошлого года и достигла 78,9 миллионов.

Ключевые показатели двенадцати месяцев 2020 года

- **Общие продажи (GMV) Группы** выросли на 15,4% до 504,8 миллиардов рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании** выросли на 108,6% до 300,4 миллиардов рублей (с НДС), составив 59,5% от GMV Группы.
 - **Оборот мобильной платформы** вырос на 152,3% до 154,1 миллиарда рублей, и составил 51,3% от общих онлайн-продаж.
 - **Оборот веб-платформы** вырос на 76,3% до 146,3 миллиардов рублей.
- **Количество активных идентифицированных клиентов⁶** достигло **18,7 миллионов**, из которых 41,6% являются OneRetail клиентами⁷; **рост числа OneRetail клиентов** составил 79,5%.
- **Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** составили почти 7,8 миллионов и выросли в 5,5 раз к прошлому году.
- **Среднемесячное количество активных пользователей мобильных приложений покупателя (MAU)** составило более 2,0 миллионов.
- **Среднемесячная аудитория сайтов** Группы выросла на 28,9% к аналогичному периоду прошлого года и достигла 74,7 миллионов.
- **Общее количество SKU**, представленных на онлайн-платформах Группы и в магазинах, увеличилось более чем в 2,5 раза до более 75 тысяч.
- **Сеть магазинов** на конец декабря 2020 года составила 1 074 магазинов всех форматов (+36 год-к-году) в 279 городах России.

Факторы, повлиявшие на результаты четвертого квартала 2020 года:

- GMV Группы в четвертом квартале 2020 года выросли на 18.9% в результате роста рынка бытовой техники и электроники и успешного масштабирования онлайн-бизнеса одновременно с эффективными операциями в магазинах в рамках модели OneRetail.
- Положительная динамика GMV в четвертом квартале поддерживалась рядом макроэкономических факторов и потребительских трендов, оказывающих влияние на рынок бытовой техники и электроники в целом:
 - 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, в том числе выражающийся в росте спроса на товары премиального сегмента в крупных городах;

- формирующий тренд роста популярности групп инновационных товаров и новых категорий: игровые консоли и иные товары для гейминга, гаджеты и носимые устройства, категория «умный дом».
- Рост общих онлайн продаж Группы в четвёртом квартале 2020 год-к-году года был достигнут, прежде всего, за счёт:
 - переориентации маркетинговой, операционной и розничной модели на развитие клиентского пути через мобильную платформу для реализации бесшовного опыта покупки;
 - роста среднего чека, особенно среди OneRetail клиентов, в том числе за счет роста продаж аксессуаров (+14,9%) и сервисов (+25,1%);
 - роста посещаемости и конверсии веб-сайтов, пользовательского мобильного приложения М.Видео, запуска мобильного приложения бренда Эльдорадо с одновременным ростом количества OneRetail клиентов, что в свою очередь привело к увеличению объемов доставки (+141,6%) и самовывоза онлайн-заказов (+75,4%);
 - высокой доступности наиболее востребованных товаров благодаря наличию до 50% стока в розничных магазинах по всей сети, расширения количества партнёрских пунктов выдачи заказов до более 55 тыс. на конец года и эффективного развития более 60 партнёрств в области «последней мили»;
 - расширения ассортимента бытовой техники и электроники, за счет: увеличения прямых контрактов с поставщиками по модели вендор-каталога; вывода на рынок новой линейки товаров под собственными торговыми марками; интеграции ассортимента маркетплейса goods.ru по модели white label.

Ключевые события четвертого квартала 2020 года

- Группа выплатила дивиденды в размере 5,4 миллиарда рублей, что соответствует 100% скорректированной чистой прибыли за шесть месяцев 2020 года.
- В декабре Совет директоров Группы утвердил новую среднесрочную стратегию развития, в основе которой нацеленность на рост, превышающий среднеотраслевые показатели, с сохранением устойчивой и привлекательной доходности для акционеров.
- Группа расширила ассортимент техники под собственными торговыми марками Novex и Hi, начав продажи более 150 моделей крупной и малой бытовой техники, предлагая покупателям качественные и технологичные решения по разумной цене.
- Группа расширила географию присутствия сети на Дальнем Востоке (Петропавловск-Камчатский, Магадан) и в Калининграде, продолжая реализовывать свою цель по расширению охвата населения страны, которому доступны товары М.Видео-Эльдорадо в течение 24 часов.
- Бренд М.Видео в октябре произвел перезапуск веб-сайта, что позволило повысить его производительность, улучшить клиентский путь, конверсию и NPS.
- Группа стала первым ритейлером, запустившим продажи виртуальных SIM-карт по всей России.
- Во всех магазинах Группы запущена программа по сбору использованных батареек и их последующей утилизации; по итогам 2020 года покупатели сдали на переработку порядка 13 тонн батареек, вдвое больше, чем годом ранее.
- Бренд Эльдорадо в декабре запустил мобильное пользовательское приложение для Android и iOS, с помощью которого возможно оформить покупку на доставку или оформить заказ из магазина, а также получать персональные промо предложения, актуальные обзоры новинок и управлять бонусным счётом. Количество скачиваний приложения за месяц составило более 660 тысяч.

Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Изосимов:

«По итогам года и четвёртого квартала мы показали очень сильный рост. В прошлом году компания смогла не только отлично адаптироваться к структурным изменениям рынка, но и ускорить процесс глубокой цифровой трансформации. Наши общие онлайн-продажи более чем удвоились и достигли рекордных 300 миллиардов рублей. Этот взрывной рост отразился и в скачке доли компании в онлайн-сегменте российского рынка потребительской электроники до 33%. Такая динамика, без сомнения, ставит М.Видео-Эльдорадо в ряд ведущих e-комм игроков не только в нашей категории, но и на всем российском рынке.»

Наша обновленная стратегия – это стратегия органического роста, нацеленная на решение целого ряда амбициозных задач, что позволит компании сохранить высокие темпы увеличения GMV, обеспечив при этом привлекательный возврат капитала акционерам. Реализация этой стратегии, опирающейся, в первую очередь, на масштабирование и дальнейшее развитие нашей технологии OneRetail, потребует от нас не только оставаться высокоэффективным розничным оператором, но и отстоять свои вновь

приобретенные лидирующие позиции в электронной коммерции. Это, безусловно, вызов. Однако, вся история роста компании подсказывает, что мы с ним справимся».

Финансовый директор Группы М.Видео-Эльдорадо Екатерина Соколова:

«Все более важным инструментом для совершения покупок в России и во всем мире, а значит и ключевым инструментом борьбы за потребителя, становится смартфон. Поэтому дальнейшая цифровизация клиентского опыта и развитие мобильной платформы с интеграцией мобильных приложений как на стороне покупателя, так и продавца, является ключевым элементом нашей технологичной бизнес-модели OneRetail. В 2020 году продажи через мобильную платформу выросли в 2,5 раза до 154 млрд рублей, это больше половины всех онлайн-продаж Группы. Больше 8 миллионов пользователей уже установили пользовательские приложения М.Видео и Эльдорадо, но мы и наши покупатели только в начале трансформационного пути. Одновременно мы планируем продолжить внедрение мобильной платформы во всех наших магазинах и довести долю магазинов с мобильной онлайн-платформой с 50% до 100% в среднесрочной перспективе.

Таким образом, инвестиции в технологии и расширение наших собственных возможностей по разработке программного обеспечения становится одной из приоритетных задач Группы на 2021 год. Так, мы планируем удвоить численность разработчиков и других ИТ-специалистов в 2021 году, что позволит нам существенно быстрее и эффективнее внедрять собственные программные продукты.




Важным элементом масштабирования нашей мобильной платформы и онлайн-бизнеса в целом остаётся развитие розничной сети и логистической инфраструктуры с дальнейшим увеличением проникновения в регионы России. Несмотря на рост популярности и расширение способов доставки, и вопреки ограничениям в период пандемии, 90% нашего оборота по-прежнему формируется через взаимодействие клиента с магазином, включая покупки в магазине, самовывоз онлайн-заказов и экспресс-доставку на такси из ближайшего магазина. Плотность сети из 1074 магазинов по всей России позволила нам увеличить доступность товаров для клиентов, и М.Видео-Эльдорадо сегодня обеспечивает возможность получения онлайн-покупок в течение ближайших 24 часов для 60% населения России, а больше трети заказов доступно к получению уже в течение 15 минут. Нет сомнений, что магазины и их высококвалифицированный персонал – наше конкурентное преимущество. Мы продолжим в них инвестировать, расширяя розничную сеть не только экстенсивно, но и осуществляя углубленную диджитализацию всех процессов и, самое важное, формируя по-настоящему цифровую корпоративную культуру».

Обзор бизнеса и ключевые события после отчётной даты

- По итогам января 2021 года Группа продолжает демонстрировать более чем 20%-ный рост GMV, а также рост доли общих онлайн продаж в GMV. С начала года опережающую динамику показывают ноутбуки (+41,1%), мобильные устройства (+39,1%), также товары для домашнего быта – холодильники (+23,9%) и стиральные машины (+17,0%). Также Группа отмечает продолжающийся рост продаж сервисов и аксессуаров, а также увеличение кредитных продаж, в том числе на фоне запуска сервиса онлайн-рассрочки, доступной на веб- и мобильной платформе.
- В январе Группа М.Видео-Эльдорадо, Сбер и основатель и совладелец goods.ru Александр Тынкован подписали соглашение о намерениях по совместному развитию маркетплейса goods.ru (ООО «Маркетплейс»). Стороны планируют подписать обязывающее соглашение после завершения комплексной инвестиционной проверки, получения всех необходимых разрешений от органов корпоративного управления участников сделки и ФАС России. В результате потенциальной сделки доля Сбера в капитале goods.ru может составить 85%, Группа сохранит за собой 10%, а 5% останется у Александра Тынкована. Планируется, что все стороны будут представлены в Совете директоров маркетплейса.

Операционные показатели Группы М.Видео-Эльдорадо за 12 месяцев 2020 года




GMV, млн рублей (с НДС)

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
	109 987	92 468	+18,9%	335 526	292 531	+14,7%
	54 353	45 798	+18,7%	169 267	144 941	+16,8%
	164 341	138 265	+18,9%	504 793	437 472	+15,4%




Детализация GMV по каналам реализации товара, млн рублей (с НДС)

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
Магазины	114 507	112 049	+2,2%	341 747	354 129	-3,5%
Самовывоз	35 806	20 410	+75,4%	112 662	63 578	+77,2%
Доставка на дом	14 027	5 806	+141,6%	50 384	19 765	+154,9%
Итого	164 341	138 265	+18,9%	504 793	437 472	+15,4%

Общие онлайн-продажи, млн рублей (с НДС)

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
	89 717	43 568	+105,9%	246 624	116 433	+111,8%
	15 947	9 002	+77,2%	53 763	27 584	+94,9%
	105 664	52 569	+101,0%	300 387	144 017	+108,6%




Доля общих онлайн-продаж от GMV, %

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
	81,6%	47,1%	+34,5пп	73,5%	39,8%	+33,7пп
	29,3%	19,7%	+9,7пп	31,8%	19,0%	+12,7пп
	64,3%	38,0%	+26,3пп	59,5%	32,9%	+26,6пп

Детализация общих онлайн-продаж по каналам, млн рублей (с НДС)

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
Веб-платформа	41 546	25 852	+60,7%	146 258	82 937	+76,3%
Мобильная платформа, в т.ч.	64 118	26 717	+140,0%	154 129	61 080	+152,3%
Пользовательские приложения	10 197	691	+1376,3%	20 777	1 284	+1517,6%
Приложение продавца	53 921	26 026	+107,2%	133 352	59 796	+123,0%
Итого	105 664	52 569	+101,0%	300 387	144 017	+108,6%

Показатели веб-сайта

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
Среднемес.посещ., млн						
	48,4	42,6	+13,6%	46,3	37,0	+25,2%
	30,4	27,9	+9,1%	28,3	20,9	+35,5%
	78,9	70,5	+11,8%	74,7	57,9	+28,9%










Суммарные показатели пользовательских приложений⁸

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
Установки, тыс. ⁹	-	-	-	7 783	1 413	+450,8%
MAU, тыс. ¹⁰	2 771	399	+593,8%	2 005	257	+680,7%

Количество активных идентифицированных клиентов, млн

	4 кв 2020	4 кв 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
Клиенты OneRetail	-	-	-	7,8	4,3	+79,5%
Доля клиентов OneRetail	-	-	-	41,6%	26,0%	+15,6пп
Клиенты non-OneRetail	-	-	-	10,9	12,3	-11,5%
Итого	-	-	-	18,7	16,6	+12,2%

Развитие сети

	31.12.2020	31.12.2019	Изм. за 12М 2020	
Магазины				
 542	542	532	+10	+1,9%
 532	532	506	+26	+5,1%
 1 074	1 074	1 038	+36	+3,5%
Торговая площадь, тыс. м²				
 810	810	794	+15	+1,9%
 665	665	661	+4	+0,5%
 1 475	1 475	1 456	+19	+1,3%
Общая площадь, тыс. м²				
 1 131	1 131	1 115	+16	+1,5%
 883	883	882	+1	+0,1%
 2 015	2 015	1 997	+18	+0,9%

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. Совокупный показатель GMV компаний превышает 500 млрд рублей 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 30 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 30 декабря 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 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, маркетплейс goods.ru, 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 продаж.

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.