

М.Видео-Эльдорадо увеличила скорректированную чистую прибыль на 18% до 6,4 млрд рублей по МСФО 17

18 августа 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, сообщает сокращённые неаудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2021 года.

КЛЮЧЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИТОГИ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2021 ГОДА¹

- **Выручка Группы** выросла на 22,3% год-к-году до 212 776 млн руб. благодаря росту активных идентифицированных клиентов Группы², которые имели более высокий средний чек и частоту покупок, а также сильному росту общих онлайн-продаж³ на 48,8% год-к-году.
- **Валовая прибыль** увеличилась на 13,1% год-к-году и достигла 50 505 млн руб. (50 536 млн руб. по МСФО (IFRS) 16), валовая маржа составила 23,7%.
- **Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учёта амортизации** составили 40 731 млн руб. (30 535 млн руб. по МСФО (IFRS) 16) и увеличились как процент от выручки на 0,3 процентных пункта (п.п.) год-к-году до 19,1%. Основными драйверами увеличения стали расходы на рекламу, складские услуги и банковские расходы. Низкая база прошлого года, вызванная пандемией, оказала значительное влияние на динамику затрат в процентах от выручки.
- **Показатель EBITDA Группы** вырос на 37,1% до 18 311 млн руб. (28 765 млн руб. по МСФО (IFRS) 16). Показатель **EBITDA маржа** составил 8,6% (13,5% по МСФО (IFRS) 16).
- EBITDA за первое полугодие 2021 включает в себя доходы единовременного характера: прибыль от продажи маркетплейса goods.ru в размере 3 571 млн руб., а также доход в размере 2 520 млн руб. от списания задолженности по субсидируемому кредиту, полученному в 2020 году в рамках программы государственной поддержки отраслей, наиболее пострадавших от пандемии. Группа полностью выполнила все взятые обязательства в рамках данной программы.
- **Скорректированный показатель EBITDA⁴ Группы** составил 12 368 млн руб. (22 822 млн руб. по МСФО (IFRS) 16). **Скорректированная EBITDA маржа⁴** составила 5,8% (10,7% по МСФО (IFRS) 16).
- **Скорректированная чистая прибыль⁵ Группы** увеличилась на 18% год-к-году до 6 390 млн руб. (5 604 млн руб. по МСФО (IFRS) 16).
- **Чистый долг Группы** на 30 июня 2021 года составил 64 070 млн руб. (увеличение на 58% по сравнению с 31 декабря 2020 года), показатель чистый долг / скорректированная EBITDA⁴ – 1,9 (по сравнению с 1,4 на 31 декабря 2020 года).
- Компания при подготовке рекомендации акционерам по распределению прибыли и выплате дивидендов планирует не учитывать ряд расходов и доходов единовременного характера, возникших в первом полугодии 2021 года, и намеренна предложить Совету директоров рассмотреть сумму в размере **6 390 млн рублей для распределения в виде дивидендов**.

Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Александр Изосимов:

«М.Видео-Эльдорадо реализует свою стратегию, демонстрируя уверенный рост GMV при сохранении твердых финансовых позиций. Мы существенно продвинулись в разработке цифровых продуктов, продолжая инвестировать в бесшовность покупательского опыта, в глубокое внедрение аналитики данных, максимальное применение облачных решений и цифровые компетенции персонала. Уже более 11 миллионов покупателей используют наши OneRetail-технологии для выбора и оформления заказов, а рост их среднего чека и частоты покупок говорит о положительном и уникальном клиентском опыте, который мы формируем.

В результате мы получаем конкурентные преимущества и трёхкратный рост общих онлайн-продаж за последние два года. Вместе с тем, Группа остается в периметре наложенных на себя в рамках стратегии финансовых ограничений – мы сохраняем среднесрочный прогноз по EBITDA Margin на уровне 5-7%, объем капитальных затрат до 2% от GMV и соотношение чистого долга к EBITDA ниже x2.

Компания показала очень сильные результаты в первом полугодии. Однако, EBITDA и чистая прибыль компании оказались выше целевых значений в силу ряда одновременных факторов, что было принято нами во внимание при рекомендации Совету Директоров рассмотреть сумму в размере 6,4 млрд рублей в качестве промежуточных дивидендов по итогам работы компании в первом полугодии 2021 года».

КЛЮЧЕВЫЕ КОНСОЛИДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО ГРУППЕ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 1П 2021 ГОДА

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к-году	МСФО 16		Год-к-году
	1П'21	1П'20		1П'21	1П'20 ⁶	
Выручка	212 776	173 934	+22,3%	212 776	173 934	+22,8%
Валовая прибыль	50 505	44 651	+13,1%	50 536	44 681	+13,1%
Валовая маржа, %	23,7	25,7	-1,9пп	23,8	25,7	-1,9пп
ЕБИТДА	18 311	13 354	+37,1%	28 765	23 335	+23,3%
ЕБИТДА маржа, %	8,6	7,7	+0,9пп	13,5	13,4	0,1пп
Скорректированная ЕБИТДА⁴	12 368	13 462	-8,1%	22 822	23 443	-2,6%
Скорректированная ЕБИТДА маржа ⁴ , %	5,8	7,7	-1,9пп	10,7	13,5	-2,8пп
Скорректированная чистая прибыль⁵	6 390	5 414	+18,0%	5 604	4 722	+18,7%
Скорректированная чистая маржа ⁵	3,0	3,1	-0,1пп	2,6	2,7	-0,1пп

ВЫРУЧКА

Выручка Группы увеличилась на 22,3% год-к-году до 212 776 млн руб. в первом полугодии 2021 года благодаря:

- росту общих онлайн-продаж на 48,8% на фоне как привлечения новых клиентов, так и более эффективной конвертации трафика в постоянных лояльных покупателей за счёт активного развития мобильной платформы, запуска новых и обновления имеющихся цифровых продуктов, нацеленных на улучшение клиентского опыта и конверсии;
- сохранению удалённого или гибридного режима работы и учёбы для значительной части населения крупных городов в 2021 году, определяющего повышенный спрос на домашнюю бытовую технику длительного пользования и товары для домашнего офиса;

- двукратному расширению ассортимента бытовой техники и электроники до почти 150 000 товарных позиций за счёт увеличения прямых контрактов с поставщиками, расширения линейки товаров под собственными торговыми марками и интеграции ассортимента маркетплейса СберМегаМаркет (ранее – goods.ru) по модели white label;
- росту объёма кредитных продаж благодаря, в том числе, дальнейшему развитию сервиса онлайн-кредитования, доступного на мобильной и веб-платформе, и восстановлению POS-кредитования в магазинах;
- восстановлению и дальнейшему росту продаж сервисов и аксессуаров.

ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

Валовая прибыль Компании в отчётном периоде выросла на 13,1% год-к-году и составила 50 505 млн руб., в то время как валовая маржа снизилась на 1,9 п.п. год-к-году до 23,7% в силу следующих факторов:

- продолжающийся рост в структуре спроса доли цифровых категорий товаров (смартфоны, ноутбуки и иные товары для организации домашнего офиса), а именно категорий, связанных с организацией удалённой работы и имеющих маржинальность ниже средней по Группе;
- рост промо активности для поддержания конкурентных позиций на рынке и расширения географии присутствия Группы;
- сохранение практики периодических спотовых закупок с целью поддержания высоких темпов роста продаж и достаточного ассортимента и уровня товарных запасов на фоне продолжающегося дефицита отдельных категорий и моделей техники и электронных компонентов для их производства.

КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

Ключевыми факторами изменения операционных расходов стали:

- сокращение отношения затрат на аренду к выручке на 0,5 п.п. до 5,4% в результате переговоров, проведённых с арендодателями магазинов Группы по согласованию новых условий о снижении фиксированной оплаты и привязке арендной платы к обороту в подавляющем большинстве магазинов;
- рост затрат на рекламу и маркетинг в процентах от выручки на 0,3 п.п. до 1,8% на фоне низкой базы 2 квартала в 2020 году, обусловленной пандемией, а также в результате роста рекламных расходов в связи с активным наращиванием географического присутствия Группы как за счёт экспансии, так и за счёт развития сервисов доставки, а также на фоне старта новых клиентских сервисов;
- рост банковских расходов на фоне роста выручки, а также за счёт роста доли безналичных онлайн-платежей от общего числа платежей на 0,8 п.п. до 15% и роста ставок по онлайн эквайрингу и эквайрингу в магазинах; в рамках масштабирования платформы OneRetail Компания как самостоятельно, так и совместно с платёжными системами и банками уже прорабатывает ряд мер, направленных на сближение стоимости платёжных транзакций в онлайн с традиционными способами оплаты;
- рост расходов на складские услуги, который был обусловлен ростом объёмов хранения в арендуемых дистрибуционных центрах для поддержания продаж и ростом тарифов 3PL операторов на хранение и обработку товаров;
- рост прочих расходов, вызванный консалтинговыми затратами на подготовку новой стратегии роста Группы, реализацию проектов цифровой трансформации, проведение публичного размещения акций, а также на продажу доли в goods.ru в совокупности с ростом расходов на контакт-центр в связи с возросшим числом звонков.

Расходы на амортизацию выросли до 4 216 млн руб. в отчётном периоде с 3 982 млн руб. годом ранее в связи с реализацией программы экспансии и открытия новых магазинов.

КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к- году	МСФО 16		Год-к- году
	1П'21	1П'20		1П'21	1П'20	
Расходы на персонал	13 526	11 004	+22,9%	13 526	11 004	+22,9%
<i>Расходы на персонал, %</i>	<i>6,4</i>	<i>6,3</i>	<i>0,0пп</i>	<i>6,4</i>	<i>6,3</i>	<i>+0,1пп</i>
Расходы на аренду и коммунальные услуги	11 485	10 210	+12,5%	2 083	1 269	+64,1%
<i>Расходы на аренду, %</i>	<i>5,4%</i>	<i>5,9%</i>	<i>-0,5пп</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,7%</i>	<i>+0,3пп</i>
Реклама и маркетинг	3 848	2 684	+43,3%	3 791	2 630	+44,1%
<i>Реклама и маркетинг, %</i>	<i>1,8%</i>	<i>1,5%</i>	<i>+0,3пп</i>	<i>1,8%</i>	<i>1,5%</i>	<i>+0,3пп</i>
Банковские расходы	2 587	1 763	+46,7%	2 587	1 763	+46,8%
<i>Банковские расходы, %</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,0%</i>	<i>+0,2пп</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,0%</i>	<i>+0,2пп</i>
Складские услуги	2 547	1 922	+32,6%	1 593	1 003	+58,8%
<i>Складские услуги, %</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,1%</i>	<i>+0,1пп</i>	<i>0,7%</i>	<i>0,6%</i>	<i>+0,1пп</i>
Расходы на безопасность	1 076	1 003	+7,2%	1 076	1 003	+7,1%
<i>Расходы на безопасность, %</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,1пп</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,1пп</i>
Ремонт и обслуживание	1 145	869	+31,7%	1 145	869	+31,8%
<i>Ремонт и обслуживание, %</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,0пп</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,0пп</i>
Прочее	4 518	3 246	+39,2%	4 734	3 410	+38,8%
<i>Прочее, %</i>	<i>2,1%</i>	<i>1,9%</i>	<i>+0,2пп</i>	<i>2,2%</i>	<i>2,0%</i>	<i>+0,2пп</i>
SG&A расходы без учёта амортизации	40 731	32 701	+24,6%	30 535	22 952	+33,0%
<i>SG&A расходы без учёта амортизации, %</i>	<i>19,1%</i>	<i>18,8%</i>	<i>+0,3пп</i>	<i>14,4%</i>	<i>13,2%</i>	<i>+1,2пп</i>
Амортизация	4 216	3 982	+5,9%	12 515	11 860	+5,5%
<i>Амортизация, %</i>	<i>2,0%</i>	<i>2,3%</i>	<i>-0,3пп</i>	<i>5,9%</i>	<i>6,8%</i>	<i>-0,9пп</i>
Общие SG&A расходы	44 947	36 683	+22,5%	43 050	34 812	+23,7%
<i>Общие SG&A расходы, %</i>	<i>21,1%</i>	<i>21,1%</i>	<i>0,0пп</i>	<i>20,2%</i>	<i>20,0%</i>	<i>+0,2пп</i>

СКОРРЕКТИРОВАННАЯ EBITDA

Показатель скорректированная EBITDA⁴ снизился на 8,1% год-к-году и составил 12 368 млн руб., скорректированная EBITDA маржа снизилась на 1,9 п.п. год-к-году и составила 5,8% в 1 полугодии 2021 года. Снижение показателя связано с ростом коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (без учёта амортизации), которые увеличились как процент от выручки на 0,3 п.п. до уровня 19,1%. Вместе с этим на снижение EBITDA повлиял также ряд факторов, указанных выше в разделе «Валовая прибыль».

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

Скорректированная чистая прибыль Группы⁵ выросла на 18,0% год-к-году до 6 390 млн руб. по сравнению с 5 414 млн руб. за аналогичный период 2020 года в результате роста выручки.

ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА

По состоянию на 30 июня 2021 года общий долг Группы вырос год-к-году на 20 035 млн руб. и составил 68 025 млн руб., в то время как денежные средства и их эквиваленты на конец отчётного периода снизились на 3 488 млн руб. по сравнению с 31 декабря 2020 года и составили 3 957 млн руб.

Чистый долг Группы по итогам отчётного периода увеличился на 23 523 млн руб. и составил 64 070 млн руб. Рост чистого долга по отношению к аналогичному периоду прошлого обусловлен, главным образом, восстановлением уровня оборотного капитала в соответствии с нормальной сезонностью, а также ростом инвестиций в реализацию проектов цифровой трансформации. В первом полугодии 2020 года в связи ограничениями, вызванными распространением COVID-19, Группа согласовала с партнёрами единовременные увеличения отсрочек по коммерческим и некоммерческим платежам, что привело к улучшению параметров оборотного капитала и сформировало запас ликвидности. Все долговые обязательства Группы номинированы в рублях.

В результате соотношение чистый долг / скорректированная EBITDA⁴ на 30 июня 2021 года составило 1,9x – увеличение на 0,5x по сравнению с 31 декабря 2020 года и на 0.4x по сравнению с 30 июня 2020 года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ

- Динамика общих продаж в июле-августе ожидаемо замедлилась на фоне крайне высокой базы третьего квартала 2020 года на фоне реализации отложенного спроса на целый ряд категорий бытовой техники и электроники по мере частичного снятия ограничительных мер с лета 2020 года. При этом общие онлайн-продажи Группы в июле-августе продолжают демонстрировать двузначный рост, а доля продаж через мобильную платформу продолжает увеличиваться за счёт развития функционала и инструментов персонализации ценовых предложений, повышения удобства доступных в мобильном приложении кредитных продуктов, расширения функционала.
- М.Видео-Эльдорадо сформировала команду управления блоком OneRetail, объединившим оба бренда. Практически вся команда блока во главе с управляющим директором Дагмарой Ивановой сформирована по итогам внутренних конкурсов.
- М.Видео-Эльдорадо продолжила развитие дистрибуционной сети, на 70 000 куб. метров увеличив мощности распределительных центров и открывает новые площадки в Самаре, Краснодаре и Красноярске, а также вдвое увеличивает складские мощности в Екатеринбурге и Владивостоке. Это один из этапов развития региональной фулфилмент-сети, который обеспечит более быстрое пополнение стоков магазинов и более оперативную клиентскую доставку на дом на фоне роста GMV и онлайн-продаж, в ряде случаев сроки доставки онлайн-заказов могут сократиться в четыре раза.
- К команде М.Видео-Эльдорадо присоединились Алина Рыженкова в качестве директора по персоналу, ранее занимавшая позицию вице-президента по организационному развитию ПАО «МТС», и директор по логистике и фулфилменту Андрей Павлович, до этого работавший операционным директором «Перекрёсток Впрок» (X5 Group).
- В августе Группа успешно разместила второй в 2021 году выпуск биржевых облигаций объемом 9 млрд руб. со сроком погашения 3 года и ставкой купона на уровне 8,1% годовых.

ВЛИЯНИЕ МСФО (IFRS) 16 НА ФИНАНСОВУЮ ОТЧЁТНОСТЬ ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16, вступившего в силу с 1 января 2019 года, оказало влияние на показатель EBITDA, операционную прибыль и чистую прибыль Группы.

Влияние на валовую прибыль

Отличие показателя валовой прибыли Группы в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16 незначительно и объясняется разницей учёта автомобилей в лизинге. Таким образом, валовая прибыль Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 50 536 млн руб. по сравнению с 50 505 млн руб. валовой прибыли по МСФО (IAS) 17 в 1 полугодии 2021 года. Валовая маржа составила 23,7% в 1 полугодии 2021 года в соответствии с МСФО (IAS) 17 и 23,8% в соответствии с МСФО (IFRS) 16.

Влияние на EBITDA

Показатель EBITDA Группы значительно выше в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16, так как основная часть расходов по аренде, ранее признаваемых в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, признается по МСФО (IFRS) 16 как задолженность на балансе Компании, а также в финансовых расходах в отчёте о прибылях и убытках.

Расходы на аренду и коммунальные услуги были ниже по стандарту МСФО (IFRS) 16 на 9 402 млн руб. в 1 полугодии 2021 года. Таким образом, скорректированная EBITDA Группы⁴ по МСФО (IFRS) 16 выросла до 22 822 млн руб. по сравнению с 12 368 млн руб. по стандарту МСФО (IAS) 17 в 1 полугодии 2021 года. Скорректированная EBITDA маржа⁴ по МСФО (IFRS) 16 составила 10,7%, что на 4,9 п.п. выше по сравнению со скорректированной EBITDA маржой⁴, равной 5,8% по МСФО (IAS) 17 в 1 полугодии 2021 года.

Влияние на чистую прибыль

На чистую прибыль Группы в первом полугодии 2021 года оказали влияние дополнительные расходы в размере 8 299 млн руб. амортизации активов в форме права пользования в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16. Влияние этих дополнительных амортизационных расходов было полностью компенсировано вычетом расходов на долгосрочную аренду из состава операционных расходов, как упоминалось выше.

При этом финансовые затраты увеличились на 3 162 млн руб. по МСФО (IFRS) 16 за счёт дополнительных процентных расходов по обязательствам по аренде в 2021 году. Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 также привело к снижению расходов по налогу на прибыль из-за снижения прибыли до налогообложения.

В результате скорректированная чистая прибыль⁵ Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 5 604 млн руб. по сравнению с 6 390 млн руб. скорректированной чистой прибыли⁵ по МСФО (IAS) 17 в 1 полугодии 2021 года. Скорректированная чистая маржа⁵ по МСФО (IFRS) 16 составила 2,6% по сравнению с 3,0% по стандарту МСФО (IAS) 17 в 1 полугодии 2021 года.

Влияние на отчёт о движении денежных средств

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 не оказывает влияния на чистое изменение денежных средств в отчёте о движении денежных средств. Однако стандарт МСФО (IFRS) 16 влияет на представление отчёта о движении денежных средств, поскольку основные платежи по аренде классифицируются как финансовая деятельность, предоплата – как инвестиционная деятельность, а процентные платежи – как проценты, выплачиваемые в операционной деятельности.

Сокращённые неаудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2021 года, размещены 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) 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 финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное.

² Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продаж.

³ Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо 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 Здесь и далее показатель EBITDA скорректирован на расходы и доходы единовременного характера в размере 5 944 миллионов рублей, а именно на расходы на средства индивидуальной защиты (1П 2020: 107 млн руб., 1П 2021: 148 млн руб), на прибыль от продажи goods.ru (1П 2021: 3 571 млн руб) и доход, полученный в связи с прощением субсидированного кредита, полученного в 2020 году в рамках программы государственной поддержки отраслей, наиболее пострадавших от пандемии (1П 2021: 2 520 млн руб)

⁵ Здесь и далее показатель чистой прибыли скорректирован на убыток ассоциированных и совместных предприятий (1П 2020: 1 267 млн руб., 1П 2021: 945 млн руб.), а также на расходы единовременного характера на средства индивидуальной защиты (1П 2020: 86 млн руб, 1П 2021: 118 млн руб с учётом налога на прибыль) и доход от прощения субсидированного кредита, полученного в 2020 году в рамках программы государственной поддержки отраслей, наиболее пострадавших от пандемии (1П 2021: 2 520 млн руб)

⁶ Показатель чистой прибыли за 1П 2020 был ретроспективно пересчитан в соответствии с поправкой к МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: Уступки по аренде, связанные с пандемией COVID-19». Влияние на чистую прибыль до убытка ассоциированных и совместных предприятий за 1П 2020 – +859 млн руб с учётом налога на прибыль. Влияние на показатель EBITDA за 1П 2020 – 1 352 млн руб