

## М.Видео-Эльдорадо в 2021 году увеличила GMV на 13%, доля общих онлайн-продаж достигла 68%

26 января 2022 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 четвёртый квартал и двенадцать месяцев, окончившиеся 31 декабря 2021 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события четвёртого квартала и после отчётной даты.

### КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА 2021 ГОД<sup>1</sup>

- **Общие продажи (GMV<sup>2</sup>) Группы** выросли на 13,1% до 570,7 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи<sup>3</sup> компании** выросли на 28,8% до 386,9 млрд рублей (с НДС), составив 67,8% от GMV Группы.
  - **Оборот мобильной платформы<sup>4</sup>** вырос на 67,1% до 257,6 млрд рублей и составил 66,6% от общих онлайн-продаж.
  - **Количество OneRetail транзакций** выросло на 22% и составило 65% от общего числа по сравнению с 56% годом ранее.
  - **Средний чек OneRetail клиентов<sup>5</sup>** составил 11 195 рублей и превысил данный показатель для не-OneRetail клиентов на 35% (8 271 рублей).
- **Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** достигли порядка 30 миллионов, увеличившись в 3,8 раза к прошлому году.
- Общее количество SKU в категории электроника и бытовая техника, представленных на онлайн-платформах Группы и в магазинах, увеличилось с начала года в 2,4 раза – до почти 185 тысяч с 75 тысяч.
- **Сеть магазинов М.Видео и Эльдорадо** на конец декабря 2021 года составила 1 258 магазинов всех форматов (+184 новых магазина за двенадцать месяцев) в 371 городе России (+92 новых города за период)

### КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ЧЕТВЁРТЫЙ КВАРТАЛ 2021 ГОДА

- **Общие продажи (GMV) Группы** выросли на 8,1% до 177,6 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи компании** выросли на 17,3% до 123,9 млрд рублей (с НДС), составив 69,8% от GMV Группы.
  - **Оборот мобильной платформы** вырос на 30,8% до 83,9 млрд рублей и составил 67,7% от общих онлайн-продаж.
  - **количество OneRetail транзакций** выросло на 21% и составило 68% от общего числа по сравнению с 57% годом ранее.
  - **Средний чек OneRetail клиентов** превысил данный показатель для не-OneRetail клиентов на 16% – 11 886 рублей против 10 206 рублей, соответственно, в четвёртом квартале 2021 года.
- **Количество активных идентифицированных клиентов<sup>6</sup>** составило 19,7 миллионов, из которых 62% являются OneRetail клиентами по сравнению с 53% годом ранее.

## **ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ И 2021 ГОД В ЦЕЛОМ:**

- Рост общих продаж (GMV) Группы в четвертом квартале существенно ускорился относительно третьего квартала и составил 8,1% год-к-году, несмотря на введение ограничений в ряде регионов в непродовольственной рознице, включая Москву и Московскую область, в рамках борьбы с распространением новой коронавирусной инфекции. По итогам 2021 года М.Видео-Эльдорадо показала двузначный рост продаж как в сравнении с 2020 годом (+13,1%), так и с 2019 годом (+30%) за счёт развития мобильной платформы, увеличения частотности покупок и среднего чека, а также роста сети магазинов Группы.
- В четвертом квартале 2021 года Группа продолжила развитие мобильной OneRetail платформы, в том числе, за счёт перевода пользователей с веб-сайта на мобильные продукты, что позволит компании в дальнейшем напрямую коммуницировать с покупателями и более эффективно использовать промо и рекламные механики. В результате, трафик клиентских приложений М.Видео и Эльдорадо вырос более чем в два раза, при этом посещения веб-платформы снизились только на 6%. Продажи через мобильную платформу по итогам 2021 года достигли 258 миллиардов рублей, показав рост на 67% по сравнению с прошлым годом.
- Средний чек М.Видео-Эльдорадо составил 9 805 рублей в 2021 году. Рост на 9% к прошлому году обусловлен, в первую очередь, интересом потребителей к технике в более высоких ценовых сегментах. Средний чек OneRetail клиентов составил 11 195 рублей, что на 35% выше, чем у обычных покупателей благодаря персональному сервису и более качественным рекомендациям на основе аналитики данных. Помимо более высокого среднего чека, OneRetail клиенты демонстрируют более высокую частотность покупок.
- К числу прочих факторов роста GMV можно отнести также:
  - продолжение роста продаж сервисов (+8%), в т.ч. продаж сертификатов (+13%) и цифровых сервисов (+7%);
  - рост объёма кредитных продаж (+9%) благодаря, в том числе, дальнейшему развитию сервиса онлайн-кредитования, доступного на мобильной и веб-платформе, а также продолжающемуся восстановлению POS-кредитования в магазинах;
  - рост доступности заказов к выдаче/доставке в течение 15 минут – доля таких заказов достигла 41% от GMV.
- М.Видео-Эльдорадо в 2021 году открыла 184 новых магазина и вышла в 92 новых города. При этом большую часть открытий составили магазины малых форматов (114 магазинов), динамика продаж которых продолжает быть лучше ожиданий.
- Среди наиболее заметных трендов на российском рынке бытовой техники и электроники – домоцентричность, интерес к персональным предложениям и инвестиционный спрос. Наиболее заметный рост продаж год к году показали мобильные телефоны, товары домашнего потребления, гаджеты для развлечений и «удалённого» образа жизни, что связано с пандемией, а также инновационные категории, например, «умный дом», которые растут быстрее среднерыночных темпов. В большинстве товарных категорий максимальный спрос россияне показали в ценовых сегментах выше среднего – потребители предпочитают инвестировать в более дорогую и производительную технику. Порядка 55% оборота рынка электроники приходится на традиционные продажи и около 45% - на онлайн, это соотношение осталось практически на уровне прошлого года.

## **Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Энрике Фернандес:**

«Я рад вернуться в Группу М.Видео-Эльдорадо и возглавить её в роли генерального директора. В течение последних двух лет как член Совета директоров ПАО «М.видео» я внимательно следил за

развитием нашего бизнеса и всеми изменениями и вызовами, происходящими на рынке, и я уверен, компания имеет все необходимое для дальнейшего эффективного роста. OneRetail стратегия, в основе которой лежит бесшовный клиентский опыт онлайн и в магазинах и аналитика данных, доказала свою состоятельность. М.Видео-Эльдорадо в 2021 году, несмотря на все вызовы пандемии и ограничения в работе розницы, показала двузначный рост GMV, а в сравнении с 2019 годом наши продажи выросли на 30%. Среднегодовой темп роста GMV за 2020 и 2021 годы составил 14,2%, что соответствует долгосрочной стратегии компании.

Компания также успешно реализовала планы по экспансии, открыв магазины в 92 новых городах. Расширение присутствия в регионах позволяет нам активно увеличивать проникновение онлайн-продаж в рамках омниканальной модели. Порядка 44% магазинов из 184, которые мы запустили в 2021 году, пришлось на четвертый квартал 2021 года, что, я уверен, послужит прочным фундаментом для роста в текущем году.

В 2022 году мы планируем сфокусировать внимание на операционной эффективности в период продолжающейся цифровой трансформации, дальнейшем развитии платформы OneRetail и укреплению долгосрочного партнёрства с поставщиками».

## КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ЧЕТВЕРТОГО КВАРТАЛА 2021 ГОДА И ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ

### Дивиденды и партнёрства

- В соответствии с решением внеочередного Общего собрания акционеров М.Видео-Эльдорадо выплатила промежуточные дивиденды в размере 6,3 млрд рублей или 35 рублей на одну обыкновенную акцию ПАО «М.видео». Общая сумма промежуточных дивидендов составила порядка 6 292 млн рублей.
- М.Видео-Эльдорадо в декабре 2021 года в рамках развития стратегического сотрудничества с Xiaomi запустила первый в России формат партнёрской бренд-розницы. М.Видео обеспечивает весь цикл клиентской поддержки и персонализированного сервиса и онлайн, и в магазинах в рамках технологий OneRetail, финтех-решения, логистические операции, постпродажное обслуживание. Таким образом, Xiaomi получает все ритейл-процессы «под ключ» для оптимального контакта с потребителями и представления всех преимуществ своих продуктовых линеек.

### Цифровая трансформация и эффективность бизнес-процессов

- М.Видео разработала и начала внедрение сервиса по вызову консультанта в розничном магазине. Новый функционал реализован в мобильном приложении клиента и позволяет повысить качество обслуживания благодаря применению цифровых технологий. Для вызова специалиста достаточно указать, в каком отделе его ждут, и оставить приметы посетителя. По результатам пилота, среднее время подхода консультанта составляет 3 минуты, а уровень удовлетворённости сервисом превышает 82%.
- Компания для развития цифровой экспертизы сотрудников открыла собственный центр Agile-компетенций. Подразделение сосредоточится на внедрении продуктового подхода, применении гибких методологий разработки, трансформации корпоративной культуры. Отдельным направлением работы центра компетенций стала внутренняя «Школа Agile» по подготовке агентов изменений во всех направлениях бизнеса, от HR до розницы, обучение в которой уже прошли порядка 40 человек.
- Группа разработала онлайн-платформу для автоматизированного управления ассортиментом и взаимодействия с поставщиками. Интерфейс личного кабинета станет единым окном для запуска и развития продаж в магазинах и на онлайн-площадках М.Видео и Эльдорадо. Решение, разработанное внутри компании, позволяет оперативно масштабировать собственный закрытый

маркетплейс – срок выхода на него сократился в несколько раз. В перспективе в Личном кабинете партнёры получают инструменты прогнозирования продаж, максимизации прибыли и персональной коммуникации с клиентами, основанные на экспертизе и разработках Группы.

## ESG

- В полтора раза (до почти 1 550 тонн) в 2021 году вырос объем собранных на утилизацию техники (от покупателей и собственной) и батареек. М.Видео-Эльдорадо также запустила ряд проектов по снижению влияния собственной деятельности на окружающую среду: сбор упаковки и вторичного сырья, сортировка отходов, фандоматы по приёму алюминиевых банок и пластиковых бутылок, утилизация устаревшего и неиспользуемого металлического торгового оборудования.
- ESG-трансформация является важной составляющей и в рамках стратегического направления по цифровизации клиентского пути. Во всех магазинах через мобильное приложение покупатель может узнать характеристики товаров, почитать отзывы о товарах, сравнить их, увидеть персональную цену, а также совершить оплату и быстрее получить товар. Чтобы сэкономить бумагу и расходные материалы, в новых магазинах используются ценники в электронном виде, для донесения дополнительной и рекламной информации используются преимущественно цифровые поверхности, включая телевизоры. При открытии новых розничных объектов компания использует преимущественно натуральные экологические материалы – дерево, стекло и бетон.

## КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И ОБЗОР БИЗНЕСА ПОСЛЕ ОТЧЁТНОЙ ДАТЫ

- Совет директоров ПАО «М.видео» утвердил Энрике Фернандеса на пост генерального директора Группы М.Видео-Эльдорадо. Г-н Фернандес вступил в должность 18 января 2022 года и продолжит реализацию стратегии OneRetail, а также сфокусируется на совершенствовании операционных процессов и высочайшем качестве сервисов, развивая человеческий капитал и укрепляя лидерские позиции Группы на рынке. Г-н Фернандес останется членом Совета директоров ПАО «М.видео».

## Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо за 4 квартал и 12 месяцев 2021 года

### GMV, млн рублей (с НДС)

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., %	12М 2021	12М 2020	Изм., %
	120 502	109 987	+9,6%	383 608	335 526	+14,3%
	57 147	54 353	+5,1%	187 090	169 267	+10,5%
	177 649	164 341	+8,1%	570 698	504 793	+13,1%

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

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., %	12М 2021	12М 2020	Изм., %
	107 020	89 717	+19,3%	331 921	246 624	+34,6%
	16 914	15 947	+6,1%	54 997	53 763	+2,3%
	123 934	105 664	+17,3%	386 918	300 387	+28,8%

### Доля общих онлайн-продаж от GMV, %

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., пп	12М 2021	12М 2020	Изм., пп
	88,8%	81,6%	+7,2пп	86,5%	73,5%	+13,0пп
	29,6%	29,3%	+0,3пп	29,4%	31,8%	-2,4пп
	69,8%	64,3%	+5,5пп	67,8%	59,5%	+8,3пп

### Количество активных идентифицированных клиентов (за последние 12 мес. на 31.12), млн

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., %	12М 2021	12М 2020	Изм., %
Клиенты OneRetail	-	-	-	12,3	10,0	+23,4%
Доля клиентов OneRetail	-	-	-	62,4%	53,3%	+9,2пп
Клиенты non-OneRetail	-	-	-	7,4	8,7	-15,4%
<b>Итого</b>	-	-	-	<b>19,7</b>	<b>18,7</b>	<b>+5,3%</b>

### Средний чек по группам клиентов, руб.

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., %	12М 2021	12М 2020	Изм., %
OneRetail	11 886	12 477	-4,7%	11 195	11 014	+1,6%
non-OneRetail	10 206	8 594	+18,8%	8 271	7 529	+9,9%
<b>Итого</b>	<b>10 914</b>	<b>10 175</b>	<b>+7,3%</b>	<b>9 805</b>	<b>8 980</b>	<b>+9,2%</b>

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

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., %	12М 2021	12М 2020	Изм., %
Веб-платформа	40 063	41 546	-3,6%	129 327	146 259	-11,6%
Моб. платформа, в т.ч.	83 872	64 118	+30,8%	257 591	154 128	+67,1%
Приложения клиента	21 029	10 197	+106,2%	56 920	20 776	+174,0%
Приложение продавца	62 842	53 921	+16,5%	200 671	133 352	+50,5%
<b>Итого</b>	<b>123 934</b>	<b>105 664</b>	<b>+17,3%</b>	<b>386 918</b>	<b>300 387</b>	<b>+28,8%</b>

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

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., %	12М 2021	12М 2020	Изм., %
Магазины	108 850	114 507	-4,9%	370 459	341 747	+8,4%
Самовывоз	54 509	35 806	+52,2%	155 694	112 662	+38,2%
Доставка на дом	14 290	14 027	+1,9%	44 545	50 384	-11,6%
<b>Итого</b>	<b>177 649</b>	<b>164 341</b>	<b>+8,1%</b>	<b>570 698</b>	<b>504 793</b>	<b>+13,1%</b>

### Суммарные показатели пользовательских приложений<sup>7</sup>

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм., %	12М 2021	12М 2020	Изм., %
Установки, тыс. <sup>8</sup>	-	-	-	29 625	7 783	+281%
MAU, тыс. <sup>9</sup>	5 296	2 343	+126,0%	3 934	1 392	+183%

Развитие сети			
	31.12.2021	31.12.2020	Изм. за 12М 2021
<b>Магазины</b>			
	599	542	+57
	659	532	+127
	<b>1 258</b>	<b>1 074</b>	<b>+184</b>
<b>Торговая площадь, тыс. м<sup>2</sup></b>			
	876	810	+67
	710	665	+45
	<b>1 587</b>	<b>1 475</b>	<b>+112</b>
<b>Общая площадь, тыс. м<sup>2</sup></b>			
	1 218	1 131	+86
	930	883	+46
	<b>2 147</b>	<b>2 015</b>	<b>+132</b>

Презентация операционных показателей за четвёртый квартал и 12 месяцев, окончившиеся 31 декабря 2021 года, размещена 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 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года.

По состоянию на 31 декабря 2021 года Группа объединяет 599 магазинов под брендом М.Видео, 659 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 370 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 147 тыс. м кв.

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), в свободном обращении находится 23,8% акций компании. 60,4% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гучериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 0,8% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

## IR команда:

### Артур Галимов

Директор по связям с инвесторами

[artur.galimov@mvideo.ru](mailto:artur.galimov@mvideo.ru)

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 3781

## Пресс-служба:

### Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

[valeriya.andreeva@mvideo.ru](mailto:valeriya.andreeva@mvideo.ru)

Тел.: +7 (495) 644 28 48, ext. 7386

### Андрей Петров

[pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)

Тел.: +7 (495) 787-78-00 ext. 3635

<sup>1</sup> Здесь и далее данные по сравнительной динамике указаны год-к-году, если не указано иное.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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».

<sup>4</sup> Оборот мобильной платформы включает в себя продажи через пользовательские приложения М.Видео и Эльдорадо и приложение продавцов в магазинах.

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продажи.

<sup>7</sup> Розничная сеть М.Видео запустила мобильное приложение во втором квартале 2019 года, сеть Эльдорадо – в декабре 2020 года.

<sup>8</sup> Количество установок пользовательских приложений на мобильные устройства на iOS и Android нарастающим итогом.

<sup>9</sup> MAU – monthly active users, среднее за месяц количество активных пользователей мобильных приложений.