

Выручка М.Видео-Эльдорадо выросла на 13% до 476 млрд рублей по итогам 2021 года, рентабельность по EBITDA составила 5,8%

5 марта 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 аудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за год, закончившийся 31 декабря 2021 года.

«Уважаемые клиенты, акционеры, партнёры!

Текущая ситуация в очередной раз ставит непростые вызовы перед людьми и обществом в целом, российской экономикой и бизнесом. М.Видео-Эльдорадо за свою почти 30-летнюю историю накопила огромный опыт работы в самых разных условиях, и всегда приоритетом для нас остаётся безопасность и благополучие сотрудников и прозрачная, открытая позиция по отношению к покупателям, партнёрам и акционерам.

Мы используем всю нашу экспертизу, знания и компетенции, чтобы в текущей ситуации поддержать максимально конструктивное развитие рынка потребительской электроники и бытовой техники в России, защитить интересы наших покупателей и сотрудников.

В настоящий момент магазины и онлайн-платформы обоих брендов работают в обычном режиме с учётом ограничений, возникших за последнюю неделю, и в условиях высокой степени неопределённости мы стараемся сохранить конкурентные и разумные цены. М.Видео-Эльдорадо имеет широкую экспертизу и опыт работы с разными сегментами бытовой техники и электроники, располагает уникальной географической и ИТ-инфраструктурой и находится в постоянном прямом диалоге со всеми крупнейшими производителями техники для реализации разных сценариев поставок в зависимости от развития ситуации. Мы также ведём переговоры с нашими финансовыми партнёрами для выработки оптимальных форматов и инструментов работы в этом году.

Ввиду сохраняющейся высокой неопределённости и постоянных изменений ситуации на рынке мы решили отказаться от конференц-звонка с менеджментом, посвящённого обсуждению итогов работы компании в 2021 году. Мы также планируем пересмотреть наши прогнозы на текущий год и среднесрочную перспективу по мере нормализации ситуации и после завершения анализа различных сценариев. Вместе с тем мы постоянно на связи и рады ответить на любые вопросы».

Генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Энрике Фернандес

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ

- На текущий момент Группа М.Видео-Эльдорадо осуществляет все бизнес-операции в магазинах и онлайн с учётом имеющихся ограничений. Общие продажи Группы в целом за февраль 2022 года показали рост на 35% относительно аналогичного периода прошлого года.
- На фоне текущей геополитической ситуации с февраля 2022 наблюдается существенный рост волатильности на фондовых и валютных рынках. Данные события с высокой долей вероятности

могут повлиять на деятельность российских организаций в различных отраслях экономики. В рамках публикации отчёта за 2021 год Группа расценивает текущую ситуацию в качестве некорректирующих событий после отчётного периода, количественный эффект которых затруднительно оценить на текущий момент в полной мере. Принимая во внимание текущую волатильность рубля и целый ряд макроэкономических факторов, создающих высокий уровень неопределённости, Группа в настоящий момент воздержится от краткосрочных и долгосрочных прогнозов как по операционным, так и по финансовым показателям. В настоящее время менеджмент Группы проводит анализ потенциального влияния микро- и макроэкономических условий на будущие операционные и финансовые результаты деятельности компании и не исключает пересмотра ранее заявленных целей, о чем сообщит дополнительно.

- М.Видео-Эльдорадо – один из крупнейших игроков на рынке в своём сегменте, с большинством производителей компания связывает долгая история партнёрских отношений. Традиционно товарные запасы формируются с учётом разных рыночных трендов, и доступное в настоящий момент предложение по ассортименту может удовлетворить тот спрос, который есть на рынке. Группа находится в диалоге со всеми вендорами, дистрибьюторами и партнёрами и делает все возможное, чтобы потребители сохраняли возможность приобретать необходимую технику и электронику по разумным ценам.
- Одним из приоритетов М.Видео-Эльдорадо является безопасность и благосостояние сотрудников. Компания приложит все усилия для сохранения занятости персонала с учётом поддержания финансовой устойчивости компании и стабильности бизнес-операций. Группа М.Видео-Эльдорадо помогает сотрудникам справиться с эмоциональной нагрузкой с помощью организации неограниченной индивидуальной психологической помощи в рамках телемедицины, вебинаров, нетворкинг-сессий, программ волонёрской поддержки и собственной «горячей линии» в формате почты.

КЛЮЧЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИТОГИ ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 2021 ГОД¹

- **Выручка Группы** выросла на 12,9% год к году до 476 364 млн руб.
- **Валовая прибыль²** снизилась на 4,0% год к году до 95 191 млн руб. (95 250 млн руб. по МСФО (IFRS) 16), валовая маржа составила 20,0%.
- **Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учёта амортизации** составили 77 872 млн руб. (61 855 млн руб. по МСФО (IFRS) 16) и как процент от выручки составили 16,3%.
- **Показатель EBITDA Группы** вырос на 2,3% год к году и достиг 27 495 млн руб. (43 656 млн руб. по МСФО (IFRS) 16). **EBITDA маржа** составила 5,8% (9,2% по МСФО (IFRS) 16).
- **Показатель скорректированной EBITDA Группы** упал на 38,8% год к году до 17 414 млн руб. (33 576 млн руб. по МСФО (IFRS) 16). **Скорректированная EBITDA маржа** составила 3,7% (7,0% по МСФО (IFRS) 16).
- **Чистая прибыль³ Группы** составила 8 651 млн руб. (3 325 млн руб. по МСФО (IFRS) 16).
- **Чистый долг Группы** на 31 декабря 2021 года составил 57 085 млн руб. (увеличение на 41,0% по сравнению с 31 декабря 2020 года), показатель чистый долг / EBITDA – 2,06x (по сравнению с 1,44x на 31 декабря 2020 года).

КЛЮЧЕВЫЕ АУДИРОВАННЫЕ КОНСОЛИДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО ГРУППЕ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 2021 ГОД

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к- году	МСФО 16		Год-к- году
	2021	2020		2021	2020	
Выручка	476 364	422 089	12,9%	476 364	422 089	12,9%
Валовая прибыль²	95 191	99 187	-4,0%	95 250	99 245	-4,0%
<i>Валовая маржа², %</i>	<i>20,0%</i>	<i>23,5%</i>	<i>-3,5 п.п.</i>	<i>20,0%</i>	<i>23,5%</i>	<i>-3,5 п.п.</i>
ЕБИТДА	27 495	26 876	2,3%	43 656	47 021	-7,2%
<i>ЕБИТДА маржа, %</i>	<i>5,8%</i>	<i>6,4%</i>	<i>-0,6 п.п.</i>	<i>9,2%</i>	<i>11,1%</i>	<i>-1,9 п.п.</i>
Скорректированная ЕБИТДА	17 414	28 474	-38,8%	33 576	48 620	-30,9%
<i>Скорректированная ЕБИТДА маржа, %</i>	<i>3,7%</i>	<i>6,7%</i>	<i>-3,1 п.п.</i>	<i>7,0%</i>	<i>11,5%</i>	<i>-4,5 п.п.</i>
Чистая прибыль³	8 651	10 934	-20,9%	3 325	9 009	-63,1%
<i>Чистая маржа³</i>	<i>1,8%</i>	<i>2,6%</i>	<i>-0,8 п.п.</i>	<i>0,7%</i>	<i>2,1%</i>	<i>-1,4 п.п.</i>

ВЫРУЧКА

Выручка Группы увеличилась на 12,9% год к году до 476 364 млн руб. в 2021 году благодаря:

- уверенному росту общих онлайн-продаж⁴ (+28,8% год к году), увеличению числа клиентов OneRetail⁵ (+23,4% год к году) с более высоким средним чеком, росту оборота мобильной платформы на 67,1% за счёт привлечения новых клиентов, перевода пользователей с веб-сайта на мобильные решения, запуска новых и обновления имеющихся цифровых продуктов, способствующих улучшению клиентского опыта и монетизации;
- расширению сети на 184 новых магазина и выходу в более чем 90 новых городов;
- усилению позиций Группы в премиальных и инновационных категориях электроники за счёт работы с ассортиментом и розничными форматами. Доля премиального и инновационного ассортимента в общем объёме GMV М.Видео-Эльдорадо выросла до 22,2%;
- повышенному спросу на домашнюю бытовую технику длительного пользования и товары для домашнего офиса вследствие сохранения удалённого или гибридного режима работы и учёбы для значительной части населения крупных городов в 2021 году, а также активному росту спроса на смартфоны, прочие продукты мобильной экосистемы и сопутствующие аксессуары;
- расширению ассортимента бытовой техники и электроники в 2,4 раза до почти 185 000 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;
- продолжению роста продаж сервисов (+38%), в т.ч. продаж сертификатов (+43%), страховок (+38%) и цифровых сервисов (+35%).

ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

Валовая прибыль² компании в отчётном периоде составила 95 191 млн руб., снизилась на 4,0% по отношению к прошлому году. Валовая маржа снизилась на 3,5 п.п. год к году до 20,0% в силу следующих факторов:

- рост промо активности Группы на фоне усиления ценового давления со стороны конкурентов в онлайн-сегменте;
- сохранение 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;
- продолжающийся рост доли цифровых категорий товаров в структуре спроса (смартфоны, ноутбуки и иные товары для организации домашнего офиса), которые имеют маржинальность ниже средней по Группе;
- рост стоимости логистической составляющей в ценах закупки.

КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учёта амортизации составили 77 872 млн руб. и снизились как процент от выручки на 0,8 п.п. год к году до 16,3%. Основной вклад в снижение внесли расходы на персонал из-за высокой базы 2020 и расходы на аренду вследствие изменения учётных оценок в отношении аренды.

Ключевыми факторами изменения операционных расходов стали:

- снижение расходов на персонал на 0,4 п.п. до 5,9% от выручки на фоне высокой базы 2020 года из-за единовременной выплаты компенсации 1,3 млрд. руб. менеджменту на основании решения Совета Директоров за успешную реализацию проекта по антикризисному управлению, связанному с COVID-19;
- снижение расходов на аренду и коммунальные платежи на 1,2 п.п. до 4,0% от выручки в результате изменения учётных оценок в отношении аренды. Группа провела анализ договоров аренды, в отношении которых считала корректировку для равномерного признания расходов по аренде. В результате массового пересмотра условий договоров аренды в 2020 году Группа пришла к выводу о том, что отсутствуют основания для дальнейшего начисления данной корректировки и есть все основания для списания накопленных обязательств;
- рост затрат на рекламу и маркетинг в проценте от выручки на 0,3 п.п. до 1,7% на фоне низкой базы 2020 года вследствие консервации ряда проектов, что было обусловлено пандемией. На динамику рекламных затрат также оказало влияние усиление ценовой конкуренции и рост географического присутствия Группы, развитие новых клиентских сервисов;
- рост расходов на складские услуги на 0,1 п.п. до 1,1% от выручки, который был связан с ростом объёмов хранения в арендуемых дистрибуционных центрах для поддержания продаж и ростом тарифов 3PL операторов на хранение и обработку товаров;
- рост расходов на ремонт и обслуживание на 0,1 п.п. до 0,5% на фоне роста сети магазинов и оптимизации расходов в 2020 году в связи с пандемией COVID-19;
- рост прочих расходов на 0,2 п.п. до 1,6%, который отражает низкую базу 2020 года в связи с мерами по оптимизации расходов из-за пандемии COVID-19 (включая ИТ, офисные расходы, расходы на упаковку и материалы), рост расходов на юридические и консультационные услуги (включая разработку стратегии компании, сделку по продаже goods.ru, SPO, приобретение Директ Кредит);

Расходы на амортизацию выросли до 8 867 млн руб. в отчётном периоде с 8 194 млн руб. годом ранее в связи с инвестициями в розничную сеть магазинов и ИТ-инфраструктуру компании.

КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A)

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к- году	МСФО 16		Год-к- году
	2021	2020		2021	2020	
Расходы на персонал	27 921	26 261	6,3%	27 921	26 261	6,3%
<i>Расходы на персонал, %</i>	5,9%	6,2%	-0,4п.п.	5,9%	6,2%	-0,4п.п.
Расходы на аренду	19 125	21 807	-12,3%	4 701	3 656	28,6%
<i>Расходы на аренду, %</i>	4,0%	5,2%	-1,2п.п.	1,0%	0,9%	+0,1п.п.
Реклама и маркетинг	8 078	5 783	39,7%	7 963	5 688	40,0%
<i>Реклама и маркетинг, %</i>	1,7%	1,4%	+0,3п.п.	1,7%	1,3%	+0,3п.п.
Банковские расходы	5 085	4 346	17,0%	5 085	4 346	17,0%
<i>Банковские расходы, %</i>	1,1%	1,0%	+0,0п.п.	1,1%	1,0%	+0,0п.п.
Складские услуги	5 057	4 174	21,2%	3 578	2 460	45,5%
<i>Складские услуги, %</i>	1,1%	1,0%	+0,1п.п.	0,8%	0,6%	+0,2п.п.
Расходы на безопасность	2 320	2 008	15,5%	2 320	2 008	15,5%
<i>Расходы на безопасность, %</i>	0,5%	0,5%	+0,0п.п.	0,5%	0,5%	+0,0п.п.
Ремонт и обслуживание	2 590	2 018	28,3%	2 590	2 006	29,1%
<i>Ремонт и обслуживание, %</i>	0,5%	0,5%	+0,1п.п.	0,5%	0,5%	+0,1п.п.
Прочее	7 696	5 965	29,0%	7 696	5 977	28,8%
<i>Прочее, %</i>	1,6%	1,4%	+0,2п.п.	1,6%	1,4%	+0,2п.п.
SG&A расходы без учёта амортизации	77 872	72 362	7,6%	61 855	52 402	18,0%
<i>SG&A расходы без учёта амортизации, %</i>	16,3%	17,1%	-0,8п.п.	13,0%	12,4%	+0,6п.п.
Амортизация	8 867	8 194	8,2%	25 337	24 094	5,2%
<i>Амортизация, %</i>	1,9%	1,9%	-0,1п.п.	5,3%	5,7%	-0,4п.п.
Общие SG&A расходы	86 739	80 556	7,7%	87 192	76 496	14,0%
<i>Общие SG&A расходы, %</i>	18,2%	19,1%	-0,9п.п.	18,3%	18,1%	+0,2п.п.

ЕБИТДА и скорректированная ЕБИТДА

Показатель ЕБИТДА вырос на 2,3% год к году и достиг 27 495 млн руб., ЕБИТДА маржа снизилась на 0,6 п.п. год к году и составила 5,8% в 2021 году. Снижение показателя ЕБИТДА маржа в основном связано со снижением валовой маржи в силу факторов, указанных выше в разделе «Валовая прибыль». Показатель ЕБИТДА учитывает доходы и расходы единовременного характера: доход, полученный из-за переоценки активов goods.ru; прибыль от продажи goods.ru; доход, полученный в связи с прощением субсидированного кредита, полученного в 2020 году в рамках программы государственной поддержки отраслей, наиболее пострадавших от пандемии; изменения расчётных оценок расчёта резерва под реализацию товара; расходы на средства индивидуальной защиты. Эффект от суммарных чистых единовременных доходов на ЕБИТДА составил 10 080 млн руб. в 2021 году. ЕБИТДА, скорректированная на сумму чистых единовременных доходов, составила 17 414 млн руб. в 2021 году.

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

Чистая прибыль Группы³ сократилась на 20,9% год к году до 8 651 млн руб. в 2021 году по сравнению с 10 934 млн руб. за 2020 год в основном из-за снижения валовой маржи и роста финансовых расходов

на фоне увеличения кредитного портфеля, что было частично скомпенсировано оптимизацией стоимости фондирования благодаря успешному размещению облигаций.

ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА

По состоянию на 31 декабря 2021 года общий долг Группы увеличился год к году на 21 209 млн руб. и составил 69 138 млн руб., в том числе, в связи с ростом инвестиций в цифровую трансформацию и ускорением экспансии в новые города. Денежные средства и их эквиваленты на конец отчётного периода выросли на 4 608 млн руб. по сравнению с 31 декабря 2020 года и составили 12 053 млн руб. Чистый долг Группы по итогам года увеличился на 16 601 млн руб. и составил 57 085 млн руб. Все долговые обязательства Группы номинированы в рублях. Средняя ставка долгового портфеля показала динамику существенно ниже сопоставимого роста ключевой ставки ЦБ в 2021 году.

В результате соотношение чистый долг / EBITDA на 31 декабря 2021 года составило 2,06x – рост на 0,62x по сравнению с 31 декабря 2020 года.

ДРУГИЕ СОБЫТИЯ 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».
- Совет директоров ПАО «М.видео» утвердил Сергея Ли на должность управляющего директора блока OneRetail. Сергей Ли вступил в должность 1 февраля 2022 года и будет отвечать за реализацию стратегии развития двух брендов с клиентоцентричным подходом и организацию эффективной работы розницы, клиентского сервиса, маркетинга, мобильной платформы и других направлений электронной коммерции. Г-н Ли будет находиться в прямом подчинении генеральному директору М.Видео-Эльдорадо Энрике Фернандесу.
- Совет директоров ПАО «М.видео» принял решение о назначении Ирины Ивановой на должность директора по организационной трансформации и персоналу Группы М.Видео-Эльдорадо. Ирина вступила в должность 1 марта 2022 года и будет курировать все процессы управления персоналом Группы и дальнейшей цифровой трансформации компании для ее вывода на новый уровень операционной эффективности. Г-жа Иванова будет находиться в прямом подчинении генеральному директору М.Видео-Эльдорадо Энрике Фернандесу.
- Группа М.Видео-Эльдорадо стала первой российской компанией, получившей сертификат «Лучшего работодателя» по версии авторитетной организации Top Employers Institute.
- Группа М.Видео-Эльдорадо стала соучредителем АНО «Альянс по вопросам устойчивого развития». Председатель Совета директоров и основатель компании Александр Тынкован избран в качестве члена наблюдательного совета организации. В составе руководящего коллегиального органа он будет заниматься стратегическими задачами альянса и определением ключевых направлений развития.

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 95 250 млн руб. по сравнению с 95 191 млн

руб. валовой прибыли по МСФО (IFRS) 17 в 2021 году. Валовая маржа составила 20,0% в 2021 году в соответствии с обоими стандартами.

Влияние на EBITDA

Показатель EBITDA Группы значительно выше в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16, так как основная часть расходов по аренде, ранее относящихся к коммерческим, общехозяйственным и административным расходам, признается по МСФО (IFRS) 16 как задолженность на балансе компании, а также в расходах на проценты по кредитам в отчёте о прибылях и убытках.

Расходы на аренду и коммунальные услуги были ниже по стандарту МСФО (IFRS) 16 на 14 424 млн руб. в 2021 году. Таким образом, EBITDA Группы по МСФО (IFRS) 16 выросла до 43 656 млн руб. по сравнению с 27 495 млн руб. по стандарту МСФО (IFRS) 17 в 2021 году. EBITDA маржа по МСФО (IFRS) 16 составила 9,2%, что на 3,4 п.п. выше по сравнению с EBITDA маржой, равной 5,8% по МСФО (IFRS) 17 в 2021 году.

Влияние на чистую прибыль

На чистую прибыль Группы в 2021 году оказали влияние дополнительные расходы в размере 16 470 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 6 347 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 чистая прибыль³ Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 3 325 млн руб. по сравнению с 8 651 млн руб. чистой прибыли³ по МСФО (IFRS) 17 в 2021 году. Чистая маржа³ по МСФО (IFRS) 16 составила 0,7% по сравнению с 1,8% по стандарту МСФО (IFRS) 17 в 2021 году.

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.

Аудированная консолидированная финансовая отчётность, подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) за двенадцать месяцев, закончившихся 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 550 млрд руб. с НДС по итогам 2021 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 2021 года Группа объединяет 599 магазина под брендом М.Видео, 659 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 350 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 587 тыс. м кв., общая площадь – 2 147 тыс. м кв. на 31 декабря 2021 года.

Контакты:

Артур Галимов

Директор по связям с инвесторами

Artur.Galimov@mvideo.ru

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

¹ Здесь и далее финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное.

² Здесь и далее показатель Валовая прибыль не учитывает эффект от изменения расчётных оценок расчёта резерва под реализацию товара. Эффект на Валовую прибыль составил -304 млн. руб в 2021 году.

³ Здесь и далее показатель чистой прибыли учитывает доходы и расходы единовременного характера (с учётом налога на прибыль): доход, полученный из-за переоценки активов goods.ru; прибыль от продажи goods.ru; доход, полученный в связи с прощением субсидированного кредита, полученного в 2020 году в рамках программы государственной поддержки отраслей, наиболее пострадавших от пандемии; расходы на средства индивидуальной защиты. Эффект от суммарных чистых единовременных доходов на чистую прибыль составил 8 568 млн. руб в 2021 году.

⁴ 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».

⁵ 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.