

Группа М.Видео-Эльдорадо увеличила GMV на 43% в 4 квартале, установив новый квартальный рекорд по продажам за всю историю работы компании

- Общие продажи (GMV) Группы в 4 квартале 2023 года выросли на 43% год к году до 181,1 млрд рублей. Это новый рекорд по объему квартальных продаж за всю историю Группы;
- Компания ожидает существенного снижения долговой нагрузки и возврата к умеренному уровню показателя Net debt/Ebitda на конец 2023 года ниже 3,5х, а также дальнейшего снижения этого показателя к концу 2024 года.

7 февраля 2024 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 12 месяцев, окончившихся 31 декабря 2023 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события четвёртого квартала и после отчётной даты.

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ 2023 ГОДА¹

- **Общие продажи (GMV²) Группы** в 4 квартале 2023 года выросли на 43% год к году до рекордных 181,1 млрд рублей (с НДС). Товарооборот компании превысил показатели аналогично периода 2021 года. На 4 квартал, высокий сезон, пришлось более 33% общих продаж за 2023 год.
 - **Общие онлайн-продажи³ компании** выросли на 55% до 132,5 млрд рублей (с НДС), составив 73% от GMV Группы.
 - **Трафик, включая онлайн и магазины**, в четвёртом квартале 2023 года остался на сопоставимом уровне год к году, при одновременном росте конверсии в покупку, и составил порядка 340 млн посещений. Рост количества новых клиентов по итогам года составил 14%. Рост трафика в мобильном приложении покупателя составил 4%.
 - **Общие установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо** увеличились на 30% к прошлому году, превысив 66 млн.
 - **Продажи на собственном маркетплейсе электроники** выросли в 4 квартале в 1,6 раза год к году на фоне увеличения количества селлеров более чем в два раза и расширения доступного ассортимента компании.
 - **Сеть магазинов М.Видео и Эльдорадо** на конец декабря 2023 года составила 1 242 магазина всех форматов (+34 новых магазина в четвёртом квартале) в более чем 370 городах России. В течение 2023 года компания открыла 62 магазина М.Видео в новом эффективном компактном формате и планирует его дальнейшее масштабирование в ключевых регионах. Согласно промежуточным итогам уже открытые магазины нового формата демонстрируют лучшие показатели по товарообороту, чем было изначально запланировано. В 2024 году ожидается открытие не менее 100 магазинов М.Видео, преимущественно компактного формата.
-

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА 12 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

- Общие продажи (GMV) Группы выросли на 11% до 540,4 млрд рублей (с НДС).
- Общие онлайн-продажи компании выросли на 18% до 386 млрд рублей (с НДС), составив 71% от GMV Группы.

Главный исполнительный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Ли:

«В 4 квартале 2023 года Группа установила новый рекорд по квартальному объёму GMV. Это еще одно подтверждение тому, что Компания успешно прошла один из самых сложных периодов в своей истории, вернувшись к устойчивому росту ключевых операционных метрик, благодаря фокусу на потребностях покупателей и сервисе, развитии ассортимента, а также собственной эффективности. Мы с уверенностью смотрим в будущее и активно работаем над качественной трансформацией бизнеса на основе обновлённой бренд-платформы. Как «главный эксперт по технике» мы стремимся максимально широко и профессионально удовлетворять потребности покупателей с помощью использования наших конкурентных преимуществ в виде омниканального пути клиента, экспертно подобранного ассортимента с широкой дифференциацией и предоставлением высокого уровня сервисных услуг».

Финансовый директор Группы М.Видео-Эльдорадо Анна Гарманова:

«Увеличение GMV в июле-декабре более чем на 40%, рекордные показатели оборачиваемости товара, эффективный контроль расходов и инвестиций позволили обеспечить высокие финансовые показатели и снизить долговую нагрузку по сравнению не только с полугодовыми показателями, но и с уровнем конца 2022 года. По предварительным данным, в четвёртом квартале рост EBITDA⁴ год к году составит не менее 90%. В целом по 2023 году в абсолютном значении мы ожидаем получить более 21 млрд рублей, благодаря чему показатель Net debt/EBITDA⁴ продолжает снижаться и уже находится на отметке менее 3,5х. Мы ожидаем и дальнейшего сокращения долговой нагрузки по показателю Net debt/EBITDA⁴ в 2024 году».

ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ 2023 ГОДА:

- Рост общих продаж (GMV) Группы в четвёртом квартале составил 43% год к году на фоне сезонной покупательской активности, а также благодаря расширению ассортимента, инструментов и каналов продаж, открытию новых магазинов при одновременном продолжении восстановления спроса на бытовую технику и электронику.
- В результате восстановления поставок и расширения ассортимента Группа существенно увеличила продажи товаров, пользующихся повышенным спросом в 4 квартале в период «Чёрной пятницы» и предновогоднего высокого сезона. Общее количество SKU, представленных на онлайн-платформах Группы и в магазинах, выросло с начала года на 22% – до более чем 191 тыс. наименований. Во многих категориях М.Видео-Эльдорадо показала рост выше рынка. Так, продажи телевизоров с плоским экраном увеличились на 40%, планшетов – более чем на 60%, стиральных машин – на 35%, кухонной техники – на 45%. В 4 квартале продолжился рост продаж брендов из Китая, Турции, а также России, Беларуси и Узбекистана. При этом доля собственных импортных закупок стабилизировалась на целевом уровне ~30%, а доля уникального для рынка ассортимента, включая собственные торговые марки, бренды, линейки и товары, представленные только в М.Видео и Эльдорадо, достигла 18% от оборота.
- В условиях изменения ландшафта представленных брендов, волатильности курсов и цен выросла роль магазинов и профессиональных консультаций при выборе товаров и совершении покупок, что

позволило Группе эффективно реализовать преимущества омниканальной бизнес-модели. Порядка 90% всех заказов совершались с использованием инфраструктуры магазинов Группы.

- В рамках развития собственного сервисного направления Группа расширила автопарк по модели операционного лизинга грузовиками российских производителей до более чем 200 машин. Штат сервисных специалистов превысил 600 человек.
- Объем кредитных продаж Группы, характеризуемых в том числе более высоким средним чеком, в 4 квартале вырос на 78%, увеличив долю в продажах на 3 п.п. до 16%. Все финансовые продукты, предлагаемые покупателям, Группа реализует через свою дочернюю компанию «Директ Кредит».
- Также в рамках развития финтех-направления Группа включила Альфа-Банк в число банков-партнёров в POS-кредитовании, и продолжила развитие «М.Рассрочки» и сервиса оплат «Мои Финансы» в приложениях.
- Динамика клиентской базы в 4 квартале 2023 года была в среднем на 7,4% лучше, чем за сопоставимый период прошлого года. Рост количества новых клиентов по итогам года составил 14%, таким образом доля новых клиентов в портфеле группы составила 25%, что является большим вкладом в развитие дальнейших продаж. Также, Группа эффективно работала с общей клиентской базой реактивировав в 4 квартале на 24% больше неактивных клиентов (не осуществлявших покупки свыше 12 месяцев), чем в 2022 году. В целом по результатам 2023 года рост этого сегмента составил 15%.
- В 4 квартале компания существенно изменила базовые правила программы лояльности с целью повышения эффективности этой программы. В рамках изменений клиенты получили возможность использовать свои бонусные рубли в течение 365 дней (ранее до 180), среднее начисление выросло с 3% до 4,5%, а максимально возможное списание бонусных рублей снизилось с 50% до 30%. Таким образом, компания уже в рамках 4 квартала смогла увеличить средний чек более чем на 25%, сохранив при этом проникновение программы лояльности на уровне более 90%.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ЧЕТВЕРТОГО КВАРТАЛА 2023 ГОДА И ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ:

- Компания объявила о начале ребрендинга – изменения в айдентике и фирменном стиле М.Видео призваны отразить качественные обновления в бизнес-модели, экспертизу ритейлера и новую платформу брендов. Так, в портфеле компании появилось новое направление «М.Мастер» – единый сервисный центр помощи клиенту, а также новые финансовые продукты, включая «М.Рассрочку», создаваемые на базе дочерней компании «Директ Кредит».
- М.Видео-Эльдорадо продолжает развитие ассортимента и расширение пула партнёров в ключевых товарных категориях. Компания запустила продажи ноутбуков нового российского бренда OSiO, устройства которого собираются в Татарстане, в особой экономической зоне «Иннополис». Группа расширила сотрудничество с ведущим производителем бытовой техники Haier и начала продажи товаров нового для российского рынка бренда премиум-класса Casarte. Ритейлер также стал розничным партнёром нового бренда премиальных игровых девайсов Lunacy от популярного стримера Вячеслава Buster Леонтьева.
- В рамках совершенствования сервиса «последней мили» компания запустила экспресс-доставку крупногабаритной техники из магазинов совместно с агрегаторами такси.
- Развивая собственное финтех-направление, Группа повысила надёжность платёжной инфраструктуры и гарантировала безопасную работу сайта и приложения с платёжными картами, получив Международный сертификат безопасности данных платёжных карт PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) 4:0, который намерена подтверждать ежегодно.
- Группа договорилась о сотрудничестве в сфере утилизации электронных отходов с Российским экологическим оператором (РЭО), учреждённой Правительством РФ некоммерческой организацией.
- Бренд М.Видео третий раз подряд стал лидером рейтинга омниканальности ритейлеров в сегменте электроники, составленного агентством Data Insight и ИТ-интегратором AWG.

- М.Видео-Эльдорадо стала победителем премии Retail TECH 2023 с проектом «Умный чат-бот М.Видео Эм.Ви», проект «Дата-каталог М.Data как первая в ритейле платформа инвентаризации данных, созданная без использования вендорских и open-source решений» стал лауреатом в номинации «Big Data лидер».
- М.Видео-Эльдорадо стала победителем премии ECOM Awards 2023 в, а также финалистом премии «Большой оборот-2023» в номинациях «Социальная ответственность» и «Гран-при» за оказание значительного влияния на отрасль и на общество.

Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо за 4 квартал и 12 месяцев 2023 года

млрд руб. с НДС	4 кв `22	4 кв `23	Изм., %	12М `22	12М `23	Изм., %
GMV ³	126,3	181,1	+43,3%	488,7	540,4	+10,6%
Общие онлайн-продажи ⁴	85,3	132,5	+55,4%	326,8	386,0	+18,1%
Доля общих онлайн-продаж от GMV, %	67,5%	73,2%	+5,7пп	66,9%	71,4%	+4,6пп

Презентация операционных показателей за четвертый квартал и 12 месяцев, окончившихся 31 декабря 2023 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. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

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).

IR:

Екатерина Тузикова
ekaterina.tuzikova@mvideo.ru

Пресс-служба:

Андрей Петров
pr@mvideo.ru

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 включает 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 учитывают продажи на веб-платформе (на веб-сайте и в контактном центре), а также на мобильной платформе (в Приложении покупателя и Приложении продавца в магазине).

⁴ В соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17