

## Группа М.Видео-Эльдорадо увеличила GMV за 9 месяцев 2024 года на 8% и открыла 89 магазинов с начала года

12 ноября 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 третий квартал, окончившийся 30.09.2024 года, а также публикует обзор бизнеса и ключевые события третьего квартала и 9 месяцев 2024 года и после отчётной даты.

### КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ИТОГИ ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2024 ГОДА<sup>1</sup>

- **Общие продажи (GMV<sup>2</sup>) Группы** за 9 месяцев 2024 года выросли на 8% год к году до 387 млрд рублей (с НДС).
- **Общие онлайн-продажи<sup>3</sup> компании** составили 73% от GMV Группы, увеличившись на 3,3 пп. **Продажи на собственном маркетплейсе электроники** выросли в 3 квартале 2024 года на 8,5% год к году до 5,1 млрд рублей на фоне продолжающегося роста количества селлеров и расширения доступного ассортимента. Позитивной динамике также способствовал рост доли продаж товаров с высокой средней стоимостью, обеспечивший рост среднего чека партнёрских товаров. За последний год Группа вдвое увеличила логистическую инфраструктуру для поставщиков собственного маркетплейса за счёт расширения зон хранения ЗР-ассортимента. На сегодняшний день она состоит из объектов в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске и Самаре.

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

«В первом полугодии 2024 года мы отмечали двукратный рост GMV и выручки. Ситуация начала меняться в июне с ростом ключевой ставки ЦБ РФ: в связи с привлекательными ставками по депозитам произошло охлаждение потребительского спроса. При этом в третьем квартале мы отмечаем рост среднего чека в наших продажах на 15% по сравнению с прошлым годом, что связано, в том числе, с выходом большого количества новинок различных брендов цифровой техники и электроники. Для достижения результата мы утвердили антикризисный план в компании и шаг за шагом его реализуем. Мы провели большую работу по повышению эффективности бизнес-модели. За счет этого показатель EBITDA в третьем квартале растет двухзначными темпами. При этом, все стратегические направления мы не только не остановили, но и продолжаем успешно реализовывать. Это, прежде всего, открытие новых магазинов компактного формата и выход в новые города, расширение ассортимента, в том числе М.Видео Only, развитие сервисного направления М.Мастер, запуск новых финтех продуктов, совершенствование ИТ инфраструктуры. С начала года мы открыли 89 магазинов преимущественно компактного формата и вышли в 20 новых городов. Мы вошли в высокий сезон и уже запустили «Черную пятницу» и уникальный розыгрыш 11 квартир в Москве в течение 11 недель – акцию, которую еще никто никогда не проводил в России. Мы максимально запаслись ассортиментом товаров перед высоким сезоном и готовы предложить большой выбор и привлекательные предложения нашим клиентам».

#### Финансовый директор Группы М.Видео-Эльдорадо Анна Гарманова:

«Безусловно, высокая ключевая ставка ЦБ РФ продолжает вносить корректировки в результаты Группы в третьем квартале 2024 года, но мы продолжаем работу по оптимизации рабочего капитала и структуры кредитного портфеля. Благодаря улучшению операционных показателей, значение

долговой нагрузки Net debt/EBITDA<sup>4</sup> на конец третьего квартала 2024 года находится на умеренном уровне, существенно более низком, чем за сопоставимый период 2023 года».

## ФАКТОРЫ, ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2024 ГОДА:

- Рост общих продаж (GMV) Группы за 9 месяцев 2024 года составил 8% год к году на фоне эффекта от расширения ассортимента, инструментов и каналов продаж, открытия новых магазинов при одновременном продолжении восстановления спроса на бытовую технику и электронику.
- Средний чек в третьем квартале 2024 года вырос на 15% год к году с 12,4 тысяч рублей до 14,2 тысяч рублей.
- Общее количество SKU, представленных в магазинах и онлайн-каналах продаж Группы, выросло до рекордного уровня – более чем 200 тыс. наименований. Во многих категориях М.Видео-Эльдорадо показала рост выше рынка. Так, продажи планшетов за 9 месяцев 2024 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выросли на 39,9%, климатического оборудования – на 36,5%, пылесосов – на 23,7%, а наушников – на 19%. При этом, доля собственных импортных закупок снизилась до 26% за счёт расширения ассортимента на внутреннем рынке.
- Доля уникального для рынка ассортимента, включая собственные торговые марки, бренды, линейки и товары, представленные только в «М.Видео» и «Эльдорадо», выросла с 11,5% в третьем квартале 2023 года до 22% в третьем квартале текущего года. На конец третьего квартала 2024 года представленность ассортимента М.Видео Only в количественном выражении выросла более, чем в два раза год к году. Ассортимент собственных торговых марок с начала текущего года расширился тремя новыми категориями: климатическая техника, товары по уходу за одеждой и аксессуары для компьютеров.
- **Сеть магазинов М.Видео и Эльдорадо** на конец марта 2024 года составила 1 226 магазинов всех форматов в 362 городах России. С начала текущего года было открыто 89 новых магазинов, компания вышла в 20 новых городов, таких, как Качканар Свердловской области, Соликамск Пермского края, Крымск Краснодарского края, Ишим Тюменской области, Элиста Республики Калмыкия, Волжск Республики Марий Эл, Новотитаровская Краснодарского края, Алексеевка Белгородской области, Краснокамск Пермского края, Батайск Ростовской области, Сосновоборск Красноярского края, Черемхово Иркутской области, Яблоновский Республики Адыгея и Ялуторовск Тюменской области, Троицк Челябинской области и Гусь-Хрустальный Владимирской области, Мегион Ханты-Мансийского АО, ЗАТО Заречный Пензенской области, ЗАТО Лесной Свердловской области, Амурск Хабаровского края, Тайшет Иркутской области, Заринск Алтайского края.
- Помимо открытия новых магазинов, компания для повышения эффективности сети закрыла десятки неэффективных торговых точек, в том числе, некоторые магазины «Эльдорадо», которые находились рядом с магазинами «М.Видео».
- В течение 2024 года компания планирует продолжать развитие магазинов компактного формата, демонстрирующих опережающие ожидания по росту показателей. Всего в 2024 году ожидается открытие не менее 100 магазинов «М.Видео», преимущественно компактного формата.
- По-прежнему высокой остаётся 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.
- Объём кредитных продаж Группы, характеризуемых, в том числе, более высоким средним чеком, вырос даже в условиях беспрецедентно высокой ключевой ставки ЦБ РФ, доля в продажах составила 16,7%. Все финансовые продукты, предлагаемые покупателям, Группа реализует через свою дочернюю компанию «Директ Кредит».

- Группа продолжает развитие сервисного направления и запускает фирменные зоны «М.Мастер» для оказания полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо». С начала года под брендом «М.Мастер» открыто более 30 зон по обслуживанию и ремонту техники в магазинах Группы в 8 крупных городах России. Также в 8 магазинах «М.Видео» в 6 городах (Москва, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Казань, Краснодар и Нижний Новгород) начались продажи восстановленной техники, которая отремонтирована специалистами «М.Мастер» или сдана клиентами в трейд-ин. В дальнейшем планируется расширение услуги на остальные сервисные зоны «М.Мастер». Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также осуществить ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в оперативном режиме, так и с выездом специалистов. «М.Мастер» – единый центр помощи клиенту в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», включающий доставку, установку, настройку, ремонт и другие услуги, которые можно заказать онлайн и в магазинах сети М.Видео-Эльдорадо. «М.Мастер» принимает для ремонта технику и электронику как купленную в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», так и у сторонних продавцов.

## **КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА 2024 ГОДА И ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ:**

- ООО «МВ ФИНАНС» (дочерняя компания ПАО «М.видео») полностью погасила биржевые облигации серии 001P-03 на сумму 9 млрд рублей за счёт собственных операционных средств.
- В сентябре была завершена реализация масштабного проекта по объединению программ лояльности двух брендов – М.Видео и Эльдорадо. В результате объединения бонусные баллы клиентов были перенесены в единый кошелек (бонусный счёт) новой программы лояльности — «M.Club». Общая база клиентов М.Видео-Эльдорадо насчитывает более 70 млн человек.

*Презентация операционных показателей за третий квартал, окончившийся 31 октября 2024 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 1 240 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).

## **Пресс-служба:**

---

**Сергей Коляда**

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

---

<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 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).*

<sup>4</sup> *Показатель приводится по IAS 17*