

М.Видео-Эльдорадо сократила общий долг на 10,4 млрд рублей в I полугодии 2025 года

29 августа 2025 года

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 операционные и сокращенные неаудированные* консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2025 года.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

- В первом полугодии 2025 года число сделок на столичном рынке новостроек снизилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 19,3% (по данным Росреестра), что повлияло на продажи крупной и мелкой бытовой техники¹.
- Снижение продаж смартфонов на рынке РФ в I полугодии 2025 года по сравнению с январем-июнем 2024 года составило 22%².
- Продажи ноутбуков в РФ в I полугодии сократились на 19%³ (ссылка на Ведомости).
- Продажи телевизоров в РФ в I полугодии упали на 10%².
- Продажи настольных компьютеров в РФ в I полугодии упали на 11%².
- Рынок крупной бытовой техники в РФ в I полугодии снизился на 5%².
- В связи с укреплением курса рубля часть импортных товаров, закупленных ранее, продавалась с дисконтом, что повлияло на снижение объема выручки в денежном выражении.

Финансовый директор М.Видео-Эльдорадо Екатерина Ярина:

«В I полугодии 2025 года темпы снижения потребительского спроса в сегменте бытовой техники и электроники ускорились наравне с другими циклическими рынками — недвижимостью и продажи автомобилей. Если во втором полугодии 2024 года наблюдалось небольшое снижение продаж на рынке БТиЭ к аналогичному периоду прошлого года, то в первом полугодии 2025 года по ряду категорий (смартфоны, ноутбуки, телевизоры и др.) оно достигло двузначных процентных значений год к году. При этом рост сбережений населения в банках России вырос на 18%², а снижение потребительского кредитования составило 31%², что говорит о переходе населения на сберегательную модель потребления. Однако мы ожидаем, что постепенное снижение ключевой ставки Центрального банка РФ приведет к развороту рынка и росту отложенного спроса на товары бытовой техники и электроники.

В непростых условиях рынка Компания продолжает придерживаться ключевых направлений обновленной стратегии, но при этом фокусируется на реализации антикризисного плана для сохранения финансовой и операционной устойчивости бизнеса, а также продолжает работу над повышением эффективности внутренних процессов, развитием ИТ, логистики и электронной коммерции».

РЕАЛИЗУЕМЫЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЛАН

В условиях высокой ключевой ставки и последовавшего за ней снижения объемов кредитования и роста темпов охлаждения потребительского спроса Компания М.Видео-Эльдорадо продолжает реализацию ключевых направлений обновленного антикризисного плана, но ряд мер имеет отложенный эффект, и их результат будет замечен в следующих отчетных периодах.

- В рамках завершающегося процесса дополнительной эмиссии акций по закрытой подписке Компания привлекла от ключевых акционеров 30 млрд рублей, направленных на поддержку оборотного капитала Компании.

* По итогам полугодия аудиторская Компания проводит обзорную проверку финансовой отчетности. Аудит проводится по итогам финансового года.

¹ <https://realty.rbc.ru/news/687844629a79476d7ae431f6>

² На основе аналитики ведущего исследовательского агентства.

³ <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2025/08/28/1134695-rinok-noutbukov-v-rossii-padaet>

- Компания проводит процесс реструктуризации кредитных обязательств с банками-партнерами с целью пролонгации кредитов по льготным ставкам на более длительный период.
- С целью снижения потребности в банковских инструментах по обеспечению закупок техники (факторинг, банковские гарантии) Компания начала процесс перевода контрактов с крупнейшими поставщиками бытовой техники и электроники (как производителей, так и дистрибьюторов) на агентскую схему взаимодействия. С остальными поставщиками ведутся переговоры об увеличении отсрочки платежей по закупаемой технике.
- Компания сокращает собственную ассортиментную матрицу до 25%, фокусируясь на наиболее востребованных позициях и расширяя линейку SKU от 3P-поставщиков собственного маркетплейса. Данная мера позволит повысить оборачиваемость собственного товарного ассортимента, исключить позиции, которые могут оставаться невостребованными в течение продолжительного времени, при этом оставив широту выбора для потребителей за счет агентской схемы работы с поставщиками.
- Ввиду дорогого финансирования Компания оптимизирует инвестиционную программу и фокусируется на повышении внутренней эффективности, закрыв с начала года более 100 убыточных магазинов и открыв 5 новых магазинов с высоким потенциалом продаж. При этом с целью расширения географии присутствия и доступности товаров для потребителей с июня 2025 года Компания начала доставку товаров через СДЭК в более чем 4500 городов России. Благодаря интеграции с логистической платформой покупатели получили доступ к свыше 5500 пунктов выдачи и более 2800 постаматов в 4567 городах, что позволяет охватить аудиторию до 100 млн человек.
- Новая организационная структура головного офиса позволила не только повысить эффективность внутренних процессов, но и сэкономить до 25% средств на персонал штаб-квартиры.

КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2025 ГОДА^[i]

- **Общие продажи (GMV^[ii]) Компании** в I полугодии 2025 года составили 217,7 млрд руб. (с НДС), что ниже показателя прошлого года на 11,9%. Выручка составила 171,2 млрд руб. (-15,2% год к году). Динамика показателей связана в первую очередь тем, что на рынке бытовой техники и электроники в первом полугодии 2025 года наблюдалось снижение потребительской активности в связи с охлаждением спроса на фоне жесткой денежно-кредитной политики и сокращением объемов кредитования.
- **Общие онлайн-продажи^[iii] Компании** составили 170 млрд руб. (с НДС), их доля увеличилась до 78% от GMV против 73% годом ранее. Рост доли наблюдался за счет развития собственных каналов: мобильного приложения продавца, а также мобильных приложений брендов «М.Видео» и «Эльдорадо». При этом благодаря омниканальной бизнес-модели порядка 87% всех заказов совершались с использованием инфраструктуры магазинов.
- **Валовая прибыль** составила 27 млрд руб. (15,8% от выручки против 20,6% год к году). Снижение маржинальности вызвано в основном увеличением расходов на промоактивности и скидки на товары для стимулирования покупок в условиях снижения потребительского спроса и роста конкуренции.
- **Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учета амортизации** составили 24,2 млрд рублей, снизившись в абсолютном выражении на 1,2 млрд руб. год к году. Улучшение показателя обусловлено закрытием неэффективных магазинов, снижением расходов на персонал, сокращением комиссий со стороны маркетплейсов, а также оптимизацией прочих расходов.
- **Показатель EBITDA** составил 3,8 млрд руб. (2,2% от выручки против 8,2% год к году). Снижение данного показателя вызвано сокращением валовой прибыли, которое было частично компенсировано снижением коммерческих расходов.
- **Чистый убыток Компании** составил 25,2 млрд рублей, что вызвано, во-первых, сохраняющимися высокими процентными ставками при значительном уровне кредитной

^[i] Здесь и далее финансовые результаты Компании М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16 и в сравнительной динамике год к году, если не указано иное.

^[ii] 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, идет за вычетом скидок, предоставленных покупателям, а также за вычетом возвратов, совершенных за отчетный период. Показатель GMV не является выручкой Компании.

^[iii] Общие онлайн-продажи Компании 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 магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо».

нагрузки, что характерно для большинства российских компаний в текущих макроэкономических условиях, а, во-вторых, снижением рынка бытовой техники и электроники. Во второй половине 2025 года руководство Компании ожидает снижения ключевой ставки, что должно снизить давление на финансовые результаты как ввиду снижения стоимости финансирования, так и за счет роста спроса населения на товары бытовой техники и электроники.

- **Общий долг Компании (с учетом обязательств по аренде по МСФО-16)** на 30 июня 2025 г. составил 165,6 млрд рублей, снизившись на 10,4 млрд рублей (включая погашение облигации серии 001P-04 на сумму 5,2 млрд рублей) относительно конца 2024 года.
- **Доля кредитных продаж**** Компании в GMV сохранилась на уровне 17%, несмотря на высокий уровень ключевой ставки ЦБ РФ, приведший к снижению потребительского кредитования на 31% год к году.
- **Компания привлекла 4,4 млн новых клиентов**, увеличив клиентскую базу до **79,4** млн человек. Рост трафика в мобильном приложении покупателя составил 8,7%. Общие установки пользовательских мобильных приложений «М.Видео» и «Эльдорадо» составили **5,6** млн, увеличившись на **23%** год к году.
- **Число пользователей уникальной подписки М.Комбо**, запущенной в сентябре 2024 года, к концу июля 2025 года превысило 200 тысяч клиентов, 35% из которых стали новыми для М.Видео-Эльдорадо, что говорит о высокой ценности и востребованности продукта.
- **Благодаря расширению программ трейд-ин и выкупа техники Компания зафиксировала рост продаж восстановленных смартфонов** — объем реализации по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличился на 145% в количественном и на 122% в денежном выражении. Категория продолжает набирать популярность за счет возможности приобретения востребованных моделей по более низким ценам — при этом устройства проходят обязательную проверку, сертификацию и продаются с гарантией.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ

- **ООО «МВ ФИНАНС» (дочерняя компания ПАО «М.видео»)** 22 июля 2025 года полностью погасила биржевые облигации серии 001P-03 (ISIN: RU000A104ZK2) на сумму 5 млрд рублей за счет собственных операционных средств, выплатив держателям облигаций доход за шестой купонный период в размере 153 950 000 рублей из расчета 30,79 рубля на одну облигацию.
- **18 августа 2025 года Центральный Банк Российской Федерации принял решение о государственной регистрации дополнительного выпуска обыкновенных акций публичного акционерного общества «М.видео»**, размещаемых путем закрытой подписки, в объеме 500 млн обыкновенных акций. Дополнительному выпуску ценных бумаг присвоен регистрационный номер 1-02-11700-A-003D.

О Компании

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 Компании 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 млрд контактов в год.

Компания М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru

** Реализация финансовых продуктов осуществляется через дочернюю компанию «Директ Кредит».