

Группа «М.Видео-Эльдорадо» показывает двузначный рост продаж и LFL

18.10.2018 09:40

Группа «М.Видео-Эльдорадо» показывает двузначный рост продаж и LFL

18 октября 2018 года, Москва, Россия — «Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает объединённые неаудированные показатели чистых продаж и продаж сопоставимых магазинов (like-for-like), а также результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо» за третий квартал и девять месяцев, окончившиеся 30 сентября 2018 года.

Ключевые объединённые показатели Группы за третий квартал 2018 года (про-форма^[1]):

- Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 16,0% год-к-году до 105,8 млрд рублей (с НДС)
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе показали рост 11,8%
- Совокупные продажи через интернет увеличились на 25,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до

18,8 млрд рублей (с НДС)

Ключевые объединённые показатели девяти месяцев 2018 года (про-форма):

- Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 16,0% до 281,1 млрд рублей (с НДС)
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) Группы увеличились на 13,0%
- Интернет-продажи объединённой компании выросли на 34,2% по

сравнению с девятью месяцами 2017 года до 51,1 млрд

рублей (с НДС)

- Доля онлайн в общих продажах Группы достигла 18,2%. Доля самовывоза в интернет-продажах Группы составила 74%

Продажи Группы в третьем квартале 2018 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выросли на 16,0% до 105,8 млрд рублей (с НДС), за девять месяцев 2018 года продажи составили 281,1 млрд рублей (с НДС).

Продажи сети «М.Видео» в третьем квартале 2018 года показали уверенный рост на 19,6% к аналогичному периоду прошлого года и достигли 70,4 млрд рублей (с НДС). Продажи «Эльдорадо» выросли на 9,4% год-к-году до 35,5 млрд рублей (с НДС) в третьем квартале 2018 г. Обе сети показали двузначные темпы роста продаж сопоставимых магазинов (LFL) и положительную динамику интернет-продаж.

Продажи LFL по Группе выросли на 11,8% в третьем квартале 2018 года за счёт роста покупок в более высоких ценовых сегментах и как следствие – увеличения среднего чека. В третьем квартале продажи LFL «М.Видео» увеличились на 12,3%, в то время как рост LFL продаж «Эльдорадо» составил 11,0%.

В третьем квартале 2018 года интернет-продажи «М.Видео» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) увеличились на 38,1% по сравнению с июлем-сентябрём 2017 года благодаря росту числа транзакций и среднего чека. Интернет-продажи «Эльдорадо» выросли на 5,7% год-к-году в третьем квартале 2018 года во многом благодаря росту продаж цифровых категорий.

«М.Видео» и «Эльдорадо» после объединения в апреле 2018 года второй квартал подряд показывают двузначный рост продаж как результат долгосрочной эффективной бизнес-стратегии. Высокая динамика продаж сопоставимых магазинов обеих сетей говорит о том, что оба бренда хорошо работают с выбором ассортимента, промо и мотивацией персонала, успешно конкурируя на рынке, — прокомментировал президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован. — В целом, рынок бытовой техники и электроники во втором полугодии 2018 года замедлился по сравнению с началом года – сказываются и

макроэкономические факторы, и высокие темпы роста осени-зимы 2017 года».

«Онлайн-продажи «М.Видео» и «Эльдорадо» по итогам девяти месяцев 2018 года достигли примерно пятой части от общего объёма продаж, годом ранее она составляла только 15,7%. С развитием кросс-платформенных решений, таких как удобный клиентский сервис в магазинах с помощью планшетов у продавцов или онлайн-кредитование, место завершения покупки становится менее значимой для ритейлера, важен комфорт покупателя и общий рост продаж. Ключевым для обоих брендов также остаётся рынок цифровой техники. «Эльдорадо» в рамках своих магазинов до конца года откроет 100 выделенных digital-зон, «М.Видео» планирует открыть ещё пять отдельно стоящих магазинов под брендом m_mobile. Кроме того, Группа до конца года может открыть еще порядка 30 новых магазинов стандартного формата, не включая ребрендированные «МедиаМаркт», что позволит нам во всеоружии встретить высокий сезон», — отметил главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес.

В третьем квартале 2018 года «М.Видео» открыла восемь новых магазинов и один m_mobile, «Эльдорадо» открыла пять, а общее число магазинов Группы достигло 854 на 30 сентября 2018 года.

Операционные показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» в 3-м квартале и за 9 месяцев 2018 года (про-форма*):

Чистый оборот**, млн. рублей (с НДС)	3кв 2018	3кв 2017	год к году, %	9М 2018	9М 2017
«М.Видео»	70,377	58,842	+19.6%	186,960	156,771
«Эльдорадо»	35,459	32,417	+9.4%	94,177	85,500
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	105,836	91,259	+16.0%	281,137	242,271
Онлайн-продажи (доставка + самовывоз), млн. рублей (с НДС)	3кв 2018	3кв 2017	год к году, %	9М 2018	9М 2017
«М.Видео»	12,825	9,289	+38.1%	34,963	22,111
«Эльдорадо»	5,977	5,654	+5.7%	16,148	15,900
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	18,803	14,943	+25.8%	51,111	38,011

* Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает свои результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо», включающие итоги работы «Эльдорадо» с момента закрытия сделки по ее приобретению, а за весь отчетный период (9 месяцев 2018 года) ретроспективно - итоги «Эльдорадо» за 9 месяцев 2017 года.

** Чистый оборот рассчитывается как общие продажи за вычетом продаж аукционных компаний. В данном пресс-релизе цифры за 3 кв и 9 месяцев 2017 года были приведены к Чистому обороту сопоставимости данных в сравниваемых периодах.

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)*, %	3кв 2018 к 3кв 2017, %	9М 2018 к 9М 2017, %
«М.Видео»	+12.3%	+11.8%
«Эльдорадо»	+11.0%	+11.8%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	+11.8%	+11.8%

* Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) основана на сравнении 756 магазинов, открытых не позднее 1 января 2017 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

Развитие сети	31.12.2017	30.09.2018	Новые за 9М	
Магазины				
«М.Видео»	424	438	+14	
«Эльдорадо»	415	416	+1	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	839	854	+15	
Торговая площадь, тыс. кв. м				
«М.Видео»	693	702	+9	
«Эльдорадо»	592	590	-2	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	1,286	1,292	+6	
Общая площадь, тыс. кв. м				
«М.Видео»	937	950	+13	
«Эльдорадо»	762	756	-6	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	1,699	1,706	+7	

*За 9 месяцев 2018 года было открыто 13 магазинов «М.Видео» и 3 магазина «М_Mobile», и закрыто 2 магазина «М.Видео» в связи с их переездом. За 9 месяцев 2018 года было закрыто 7 магазинов «Эльдорадо», (6 из которых по предписанию ФАС),

и открыто 8 новых магазинов.

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания, объединяющая бренды на рынке бытовой техники и электроники «М.Видео» и «Эльдорадо», а также маркетплейс Goods. Совокупная годовая выручка компаний превышает 360 млрд рублей с НДС. Группа «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).

По состоянию на 30 сентября 2018 года Группа объединяет 435 магазинов под брендом «М.Видео», 416 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 3 магазина «М_Mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 292 тыс. м кв., общая площадь – 1 706 тыс. м кв.

Контакты для прессы:

Валерия Андреева, руководитель департамента по связям с общественностью, valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 7386

Контакты для инве

Наталья Белявская

директор по связям

natalya.belyavskaya

Тел: +7 (495) 644 2

