

Группа «М.Видео-Эльдорадо» показала рост продаж на 12% в первом квартале 2019 года, выше рынка

18 апреля 2019 года, Москва, Россия — «Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММББ: 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, LFL), а также результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо» за первый квартал, окончившийся 31 марта 2019 года.

Ключевые объединённые показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» за первый квартал 2019 года (про-форма¹):

- Чистые продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 11,7% по сравнению с первым кварталом 2018 года до 101,4 млрд рублей (с НДС)
- Продажи Группы через интернет показали рост на 22,3% год к году до 20,5 млрд рублей (с НДС) и составили 20% от совокупных чистых продаж
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) по Группе увеличились на 2,2%

Чистые продажи Группы увеличились на 11,7% год-к-году до 101,4 млрд рублей (с НДС) в первом квартале 2019 года. Рост был вызван, в первую очередь, активной программой экспансии в 2018 году и поддержан сильной динамикой интернет-продаж и ростом продаж сопоставимых магазинов как для «М.Видео», так и для «Эльдорадо».

Чистые продажи сети «М.Видео» выросли на 11,7% год-к-году до 68,1 млрд рублей (с НДС), при этом «Эльдорадо» показала схожую динамику чистых продаж – на 11,6% год-к-году до 33,3 млрд рублей (с НДС) в первом квартале 2019 года.

Интернет-продажи (самовывоз и доставка) «М.Видео» увеличились на 21,4% год-к-году до 14,3 млрд рублей (с НДС) в первом квартале 2019 года благодаря растущему числу транзакций и среднему чеку. Интернет-продажи «Эльдорадо» выросли на 24,3% год-к-году до 6,2 млрд рублей (с НДС) в первом квартале 2019 года за счёт увеличения продаж цифровых категорий и, как следствие, увеличению среднего чека.

Доля онлайн-продаж в общих чистых продажах Группы достигла 20,2%, а доля самовывоза составила 75,9% от онлайн-продаж Группы в первом квартале 2019 года.

Продажи сопоставимых магазинов Группы увеличились на 2,2% в первом квартале 2019 года благодаря росту доли цифровых категорий в общем объёме продаж, а также увеличению спроса на дополнительные сервисы и аксессуары. Продажи сопоставимых магазинов «М.Видео» выросли на 1,4%, в то время как «Эльдорадо» показала рост продаж LFL на 4,0% в первом квартале 2019 года.

«Группа «М.Видео-Эльдорадо» в первом квартале 2019 года завершила процесс интеграции – вслед за операционным объединением в 2018 году компания перешла на одно юридическое лицо и единую ИТ-систему. Общая для двух розничных сетей бизнес-модель в сочетании с конкуренцией в сфере клиентского сервиса, акций и ценовых предложений позволила обоим брендам увеличить продажи год к году на 12%, что выше среднерыночных темпов, и как следствие, Группа нарастила свою долю в сегменте бытовой техники и электроники», – подчеркнул президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован.

«Рост продаж бытовой техники и электроники в России в первом квартале 2019 года, по нашей оценке, составил порядка 10%, снижение темпов роста закономерно как результат цикличности развития рынка и стабилизации экономики. «М.Видео» и «Эльдорадо» продолжают сохранять высокие двузначные темпы роста за счёт эффективной работы действующей розницы и наращивания продаж новых магазинов,

¹ Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает сводные продажи, LFL и результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо», включающие итоги работы «Эльдорадо» не только в отчётном периоде, но, для целей сопоставимости, и ретроспективно за 1 квартал 2018 года.

М.ВидеоЭльдорадо

открытых в конце 2018 года, которые ещё имеют потенциал дальнейшего развития в течение всего 2019 года, – отметил главный исполнительный директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Энрике Фернандес. – При сохранении трафика в розничные магазины мы видим растущее влияние интернета на клиентов в процессе покупки. 70% наших покупателей так или иначе используют интернет в процессе выбора техники, но в то же время около 95% всех транзакций завершается в магазинах. Группа «М.Видео-Эльдорадо» по итогам 2018 года стала крупнейшим публичным e-комм ритейлером не только в своём сегменте, но и на российском рынке в целом, что наглядно доказывает, что эффективная розница является дополнительным драйвером роста онлайн. Дальнейшее развитие цифровой платформы нашего бизнеса в рамках стратегии One Retail позволит «М.Видео» и «Эльдорадо» предложить клиентам не только выгодные цены, но и лучший сервис, впечатления от процесса покупки».

В первом квартале 2019 года Группа расширила свою сеть на 14 магазинов, включая 5 «М.Видео», 7 «Эльдорадо» и 2 магазина под брендом m_mobile. Общее число магазинов Группы составило 955 на 31 марта 2019 года.

Операционные показатели Группы «М.Видео-Эльдорадо» в 1-м квартале 2019 года (про-форма*):

Чистый оборот, млн рублей (с НДС)	1 кв 2019	1 кв 2018	год к году, %
«М.Видео» (включая m_mobile)	68 131	60 973	+11,7%
«Эльдорадо»	33 289	29 827	+11,6%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	101 421	90 801	+11,7%

Онлайн-продажи (доставка + самовывоз), млн. рублей (с НДС)	1 кв 2019	1 кв 2018	год к году, %
«М.Видео»	14 347	11 814	+21,4%
«Эльдорадо»	6 179	4 971	+24,3%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	20 526	16 785	+22,3%

* Про-форма операционной отчетности по Группе «М.Видео-Эльдорадо» показывает сводные продажи, LFL и результаты развития сетей «М.Видео» и «Эльдорадо», включающие итоги работы «Эльдорадо» не только в отчетном периоде, но, для целей сопоставимости, и ретроспективно за 1 квартал 2018 года.

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)*, %	1 кв 2019 / 1 кв 2018, %
«М.Видео»	+1,4%
«Эльдорадо»	+4,0%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	+2,2%

** Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) основана на сравнении 794 магазина, открытых не позднее 1 января 2018 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

Развитие сети	31.12.2018	31.03.2019	Новые за 3М 2019*	
Магазины				
«М.Видео»	480	487	+7	
«Эльдорадо»	461	468	+7	
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	941	955	+14	
Торговая площадь, тыс. кв. м				
«М.Видео»	759	767	+8	+1,1%
«Эльдорадо»	633	636	+3	+0,5%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	1 391	1 403	+11	+0,8%
Общая площадь, тыс. кв. м				
«М.Видео»	1,031	1,041	+10	+1,0%
«Эльдорадо»	814	842	+28	+3,4%
Группа «М.Видео-Эльдорадо»	1 845	1 883	+38	+2,1%

* За 1 кв. 2019 года было открыто 6 магазинов «М.Видео» (включая 3 ребрендрованных магазина «МедиаМаркт») и 2 магазина под брендом «m_mobile», и закрыт 1 магазин «М.Видео».

За 1 кв. 2019 года было открыто 8 магазинов «Эльдорадо» (включая 4 ребрендрованных магазина «МедиаМаркт») и закрыт 1 магазин «Эльдорадо».

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. Совокупный годовой оборот компаний превышает 420 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 31 марта 2019 года Группа объединяет 480 магазинов под брендом «М.Видео», 468 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 7 магазинов «m_mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 403 тыс. м кв., общая площадь – 1 883 тыс. м кв. на 31 марта 2019 года.

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 инвесторов:

Наталья Белявская,
директор по связям с инвесторами,
natalya.belyavskaya@mvideo.ru
Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 1425