


## ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2018 ГОД

### Екатерина Соколова, главный финансовый директор Группы «М.Видео – Эльдорадо»



Первые результаты объединённой Группы «М.Видео – Эльдорадо» подтверждают успешность интеграции сети «Эльдорадо» в Группу и эффективность нашей новой Стратегии двух брендов. По итогам 2018 года Группа показала рекордный рост объединённых проформа-продаж<sup>1</sup> на 18% и сопоставимый рост выручки, причём как «М.Видео», так и «Эльдорадо» продемонстрировали двузначные темпы роста. Одновременно мы увеличили объединённую EBITDA на 39%, показав рекордную для Группы рентабельность по EBITDA на уровне 6% проформа. Этот результат был достигнут благодаря повышению валовой маржи и операционной эффективности, что было во многом обусловлено синергией от объединения двух сетей, в том числе централизацией управления товарными запасами и логистикой, а также реализацией эффекта масштаба. Мы гордимся тем, что в результате роста операционной рентабельности Группа вошла в тройку самых прибыльных компаний по EBITDA среди публичных продавцов потребительской электроники в мире.

В 2019 году мы продолжим повышать операционную эффективность объединённой Группы, реализуя эффект масштаба на быстро растущей сети под брендами «М.Видео», «Эльдорадо» и m\_mobile. Кроме того, в рамках новой программы цифровизации бизнеса мы планируем активно инвестировать в развитие фронт- и бэк-офисных систем, создание новых уникальных сервисов и решений на основе концепции ONE RETAIL.

Несмотря на крупные M&A-сделки 2018 года, наша долговая нагрузка осталась на комфортном уровне: показатель «Чистый долг / EBITDA» составил 1,6х по итогам года.

<sup>1</sup> Проформа-показатели отражают выручку, EBITDA, сводные продажи, LFL, включающие результаты «Эльдорадо» за 12 месяцев 2018 года и ретроспективно – за 12 месяцев 2017 года.

## Операционные результаты Группы по итогам 2018 года

Продажи Группы «М.Видео – Эльдorado» увеличились на 14,1% год к году (до 421,4 млрд руб. с НДС). По итогам года продажи сети «М.Видео» выросли на 19,6% (до 279,8 млрд руб.), а продажи «Эльдorado» – на 17,7% (до 141,6 млрд руб.).

Продажи сопоставимых магазинов выросли на 13,5% благодаря росту трафика в магазинах обеих сетей Группы, а также увеличению среднего чека на фоне повышения доли цифровых продуктов, аксессуаров и услуг в выручке. «М.Видео» увеличила продажи в сопоставимых магазинах на 12,9% год к году, а «Эльдorado» продемонстрировала рекордный для себя рост сопоставимых продаж – на 14,8%.

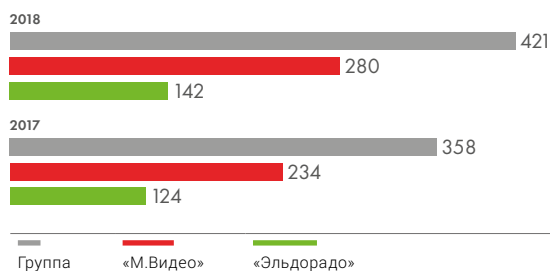
В соответствии с выбранной стратегией Группа продолжала активно развивать продажи цифровых товаров, в том числе используя формат m\_mobile. По итогам года продажи цифровых товаров в формате отдельных магазинов и выделенных зон Группы увеличились на 34,3%, вдвое опередив темпы роста по российскому рынку. Продажи под брендом m\_mobile по итогам года составили 72,9 млрд руб. Группа также направила фокус на цифровой ассортимент «Эльдorado», за 2018 год увеличив долю данной категории в продажах Компании на 5 п. п. – до 20,6%.

По сравнению с 2017 годом интернет-продажи Группы по итогам 2018 года увеличились на 31,0%, до 77,3 млрд руб., благодаря росту трафика интернет-магазинов и конверсии посетителей в покупатели, а также высокому уровню среднего чека.

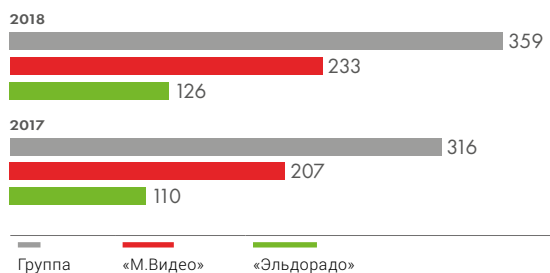
Интернет-продажи «М.Видео» увеличились на 45,7% год к году (приблизительно в 1,5 раза быстрее, чем в среднем по рынку), до 52,8 млрд руб.<sup>2</sup>, благодаря улучшению функциональности и пользовательского опыта на сайте www.mvideo.ru. «Эльдorado» показала рост интернет-продаж на 7,5%, до 24,5 млрд руб., на фоне перехода «Эльдorado» на омниканальную модель и выравнивания цен в онлайн-магазине и сетевых торговых точках, вызвавшего временное перераспределение клиентского потока в пользу офлайн-магазинов.

<sup>2</sup> Включая НДС.

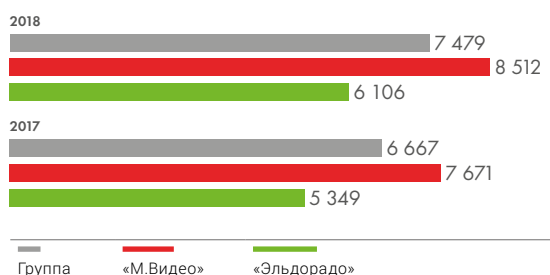
## Чистый оборот (с НДС), млрд руб.



## Like-for-like продажи, млрд руб.



## Средний чек, руб.



**421,4** млрд руб.  
продажи Группы  
«М.Видео – Эльдorado»

**+ 14,1%**  
2017 год  
к 2018 году

Доля онлайн-продаж в совокупных продажах Группы достигла 18,3% по сравнению с 16,5%<sup>1</sup> по итогам 2017 года. Большинство покупателей, заказавших товары в интернет-магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», предпочли забрать товар в точках продаж сети Группы: доля самовывоза в онлайн-продажах по итогам года составила 74,4%.

За 2018 год объединённая Группа открыла рекордное количество новых магазинов, увеличив свою сеть на 102 точки продаж (87 из них были открыты в четвёртом квартале), включая 51 магазин «М.Видео», 46 магазинов «Эльдорадо» и пять магазинов m\_mobile. Общее число магазинов Группы на конец года достигло 941 с присутствием в 220 городах по всей России.

### Финансовые результаты Группы по итогам 2018 года

#### Консолидированные финансовые показатели по МСФО<sup>2</sup>

Консолидированная выручка Группы увеличилась в 2018 году на 62,0% по сравнению с 2017 годом – до 321,1 млрд руб. – на фоне сильного роста продаж сопоставимых магазинов, увеличения онлайн-продаж, а также за счёт приобретения сети «Эльдорадо».

Консолидированная валовая прибыль увеличилась на 69,0%, до 78,6 млрд руб.; валовая маржа улучшилась на 1 п. п. год к году (до 24,5%) по итогам 2018 года, в основном в связи с эффективным управлением ассортиментом и товарными запасами, а также ростом доли цифровых товаров в продажах Группы.

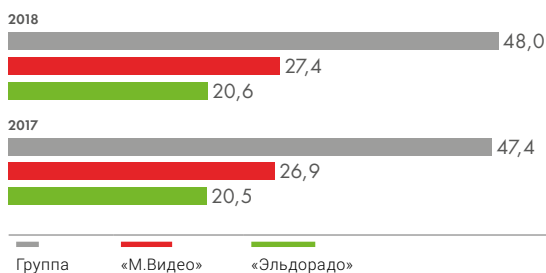
Консолидированный показатель EBITDA по Группе показал рост 76,0% год к году и достиг 20,8 млрд руб., а рентабельность по показателю EBITDA увеличилась на 0,5 п. п. год к году (до 6,5%) – рекордный уровень в истории Компании.

#### Объединённые финансовые проформа-показатели

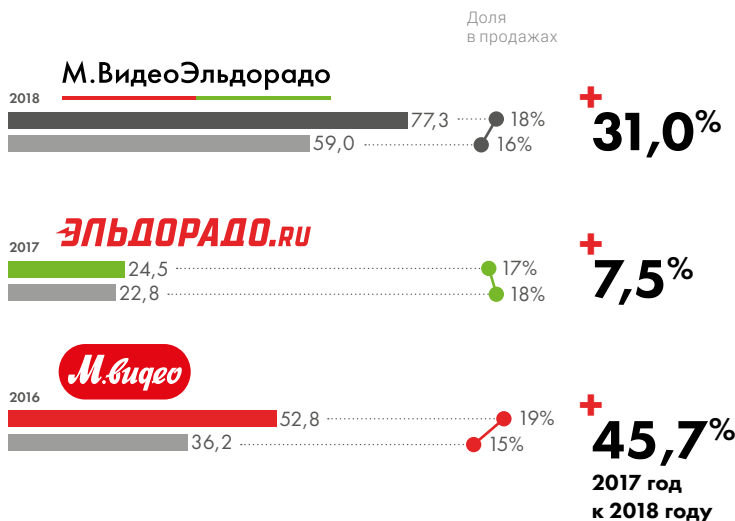
Объединённая валовая прибыль – проформа Компании увеличилась на 19,4% год к году и составила 86,7 млрд руб., а валовая маржа в 2018 году выросла на 0,8 п. п. в годовом исчислении – до 24,6%.

Объединённый проформа-показатель EBITDA по Группе увеличился на 39,2% год к году и достиг 21,3 млрд руб., а рентабельность по показателю EBITDA в 2018 году выросла на 1,0 п. п. год к году – до 6,0%.

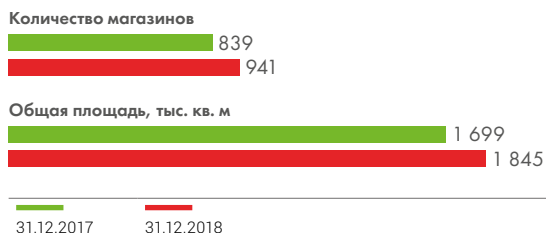
### Количество чеков, млн сделок



### Онлайн-продажи Группы<sup>3</sup>, млрд руб.



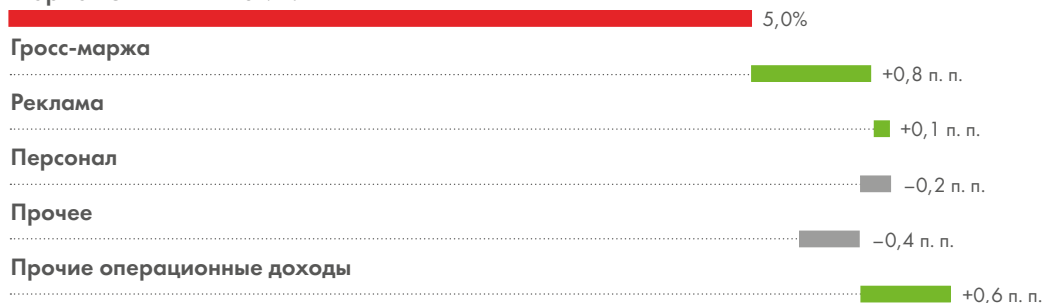
### Развитие розничной сети в 2018 году



- 1 Проформа-показатель.
- 2 МСФО – международные стандарты финансовой отчетности.
- 3 Включая НДС.

## Анализ динамики проформа-рентабельности по EBITDA

### Маржа по EBITDA в 2017 г.



### Маржа по EBITDA в 2018 г.



Улучшение рентабельности по EBITDA год к году обусловлено ростом валовой маржи, а также повышением операционной эффективности ключевых объединённых функций. По итогам интеграции сети «Эльдорадо» и магазинов MediaMarkt Группа реализовала более 6 млрд руб. синергий на уровне EBITDA в 2018 году за счёт централизации систем закупок и управления, а также за счёт реализации эффекта масштаба.

Отношение расходов на рекламу и продвижение товаров к выручке снизилось на 0,1 п. п. – с 2,1 до 2,0% – в результате инициированного Группой снижения рекламных ставок, в том числе за счёт синергии «М.Видео» и «Эльдорадо» как крупных рекламодателей.

Расходы по заработной плате, как доля от выручки, возросли на 0,2 п. п. – с 6,9 до 7,1%, – в основном в связи расширением розничной сети, а также выплатой разовых компенсаций в рамках интеграции магазинов MediaMarkt и оптимизации персонала. Данный эффект был частично компенсирован повышением производительности труда как в сети «М.Видео», так и в «Эльдорадо». Объём продаж в час увеличился по итогам 2018 года на 14,7 и 18,0% в «М.Видео» и «Эльдорадо» соответственно, количество проданных товаров в час – на 5,2 и 8,5%, количество чеков в час – на 3,5 и 4,1%.

Несмотря на активное открытие новых магазинов, отношение расходов на аренду к выручке по итогам 2018 года сохранилось на уровне 5,4% благодаря снижению арендных ставок в рамках переговоров объединённой Группы с арендодателями.

Соотношение прочих расходов и выручки увеличилось на 0,6 п. п. год к году (до 2,6%), в основном в связи с разовыми расходами на присоединение юридических лиц MediaMarkt и «Эльдорадо», в том числе связанными с консультационными услугами, резервами по налогам и резервам под обесценение задолженности.

### Долговой портфель и ликвидность

На конец 2018 года совокупный долг Группы составил 59,5 млрд руб. 76,8% долгового портфеля представлено долгосрочными обязательствами, относящимися к сделкам по приобретению «Эльдорадо» и MediaMarkt.

Денежные средства и эквиваленты на 31 декабря 2018 года достигли 25,7 млрд руб. Отношение «Чистый долг / EBITDA» по итогам года составило 1,6х. Группа намерена последовательно снижать уровень долговой нагрузки в будущем.

**8,4** млрд руб.  
консолидированная чистая прибыль  
по Группе в 2018 году

**+20,3%**  
2017 год  
к 2018 году

**352,5** млрд руб.  
объединённая проформа-выручка  
по Группе в 2018 году

**+15,7%**  
2017 год  
к 2018 году