

## **М.Видео-Эльдорадо в 2024 году увеличила общие продажи (GMV) на 5% и открыла 100 новых магазинов**

30 апреля 2025 года

**М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), раскрыла финансовые результаты по МФСО за 2024 год. На фоне охлаждения потребительского спроса в сегменте бытовой техники и электроники, вызванного беспрецедентно высокой ключевой ставкой ЦБ РФ, ростом ставок по депозитам, снижением доступности банковского кредитования и изменением структуры расходов домохозяйств (переходом от потребления к накоплению), М.Видео-Эльдорадо удалось адаптироваться к новой рыночной реальности и увеличить общие продажи (GMV) [i] на 5% до 566 млрд рублей. Компания добилась ряда значимых достижений: увеличила долю онлайн-продаж до 74% от GMV [ii] (+9% к 2023 году до 420 млрд рублей), расширила ассортимент до рекордных 204 тыс. SKU, открыла 100 магазинов преимущественно компактного формата и вышла в 25 новых городов, удержала лидерство на рынке POS-кредитования, нарастив долю до 21,2%. Кроме того, в 2024 году общее количество участников объединенной программы лояльности M.Club превысило 75 млн человек.

**До конца мая 2025 года Компания получит от акционеров 30 млрд рублей докапитализации на реализацию новой стратегии, из которых 89% уже поступили на счета компании на 30.04.2025.**

**Генеральный директор Компании М.Видео-Эльдорадо Феликс Либ:**

«2024 год стал для нас годом адаптации и системного пересмотра операционной модели в условиях нестабильного потребительского спроса. Если в начале года мы наблюдали двузначный рост продаж, то к концу года по многим сегментам он стал минимальным. И в результате по году мы смогли достичь 5% роста общих продаж. Мы реализовали антикризисный план по повышению эффективности бизнеса, но при этом не остановили развитие: открыли 100 новых магазинов, преимущественно эффективного компактного формата, и вышли в 25 новых городов.

В условиях повышенной ключевой ставки, снижения объемов кредитования и изменения потребительского спроса на рынке бытовой техники и электроники мы сосредоточились на устойчивости и эффективности бизнес-модели, а также развитии наших отличительных преимуществ, таких как развитая сеть магазинов, омниканальная One retail модель продаж, широкий ассортимент, большой набор сервисов и услуг, уникальные финтех-продукты и экспертиза в технике. В числе ключевых достижений – рост онлайн-продаж на 9%, увеличение ассортимента до рекордного значения в 204 тысячи SKU, где 22% – эксклюзивные товары нашей сети, активное развитие финтех-направления, выручка которого стала значимой составляющей бизнеса. Особенно хочу отметить успехи в POS-кредитовании: в условиях беспрецедентно высокой ключевой ставки нам удалось сохранить объем кредитных продаж с традиционно высоким средним чеком. Мы продолжили оставаться №1 на рынке POS-кредитования в России и в 2024 году увеличили свою долю еще на 1,3 процентных пункта. Это стало возможным благодаря запуску уникальной рассрочки на 24 месяца без первоначального взноса и переплат и активному развитию собственной финтех-платформы, которая уже работает не только в наших каналах продаж, но и выходит за их пределы.

Несмотря на текущее давление на маржинальность, мы смотрим в будущее с уверенностью. Мы уже начали реализацию новой трехлетней стратегии, одобренной акционерами, и до конца мая 2025 года получим от акционеров 30 млрд рублей дополнительных инвестиций на ее реализацию, при этом на сегодняшний день уже 89% средств поступили на счета Компании. Среди приоритетов – продолжение открытия компактных магазинов и закрытие неэффективных торговых точек, дальнейший рост доли онлайн-продаж за счет развития сотрудничества с маркетплейсами, развитие производства СТМ с фокусом на крупную и мелкую бытовую технику, масштабирование сервисного направления M.Мастер и обновление программы лояльности M.Club. Все это – не просто меры реагирования, а долгосрочная стратегия, направленная на повышение устойчивости, технологичности и конкурентоспособности бизнеса в современных условиях и дифференциацию наших ключевых преимуществ на рынке».

**КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ИТОГИ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ЗА 2024 ГОД [iii]**

---

*[iii] Здесь и далее финансовые результаты Компании М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 16, если не указано иное.*

- **Общие продажи (GMV)** Компании в 2024 году выросли на 5% год к году до 566 млрд рублей [i]. Рост GMV обеспечен расширением ассортимента до 204 тыс. товаров, активным развитием продаж СТМ и эксклюзивных брендов, а также расширением географии присутствия за счет открытия новых магазинов в 25 городах.

Положительная динамика продаж в первом полугодии была частично нивелирована охлаждением потребительского спроса на рынке бытовой техники и электроники, начавшимся в мае 2024 года, ростом объема средств населения, размещаемых на депозитах в силу привлекательных процентных ставок, и снижения объемов банковского кредитования.

---

*[i] 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.*

- **Онлайн-продажи** составили 74% GMV, увеличившись по сравнению с прошлым годом на 9% до 420 млрд рублей [ii]. Рост доли наблюдался за счет расширения партнерств с маркетплейсами и развития собственных каналов: сайтов и мобильных приложений брендов «М.Видео» и «Эльдорадо». Продажи ЗР [iv] на собственном маркетплейсе Компании выросли на 20%, до 19,3 млрд рублей (по сравнению с 16,1 млрд рублей в 2023 году).

В условиях высокой волатильности потребительского рынка в 2024 году Компании удалось эффективно реализовать преимущества омниканальной бизнес-модели – порядка 89% всех заказов совершались с использованием инфраструктуры магазинов. Также магазины продолжали играть ключевую роль при выборе канала выдачи заказов покупателями – их доля с учетом самовывоза составила 75%.

---

*[ii] 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. На 31.12.2024 продажи через мобильное приложение продавца были доступны только в магазинах «М.Видео».*

*[iv] ЗР (third parties) – модель работы, при которой продавцами товаров выступают сторонние компании.*

- **Выручка Компании** выросла на 4,0% год к году до 451,6 млрд рублей благодаря расширению ассортимента, инструментов и каналов продаж, а также открытию новых магазинов преимущественно компактного формата, несмотря на значительное охлаждение спроса на бытовую технику и электронику на рынке.
- **Валовая прибыль** осталась практически на неизменном уровне и составила 91,0 млрд рублей, при этом **валовая маржа** снизилась на 0,9 п. п. к 2023 г. из-за роста стоимости закупок от поставщиков ввиду повышения стоимости финансирования и давления ценовой конкуренции на рынке бытовой техники и электроники.
- **Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A)** без учета амортизации выросли на 6,9%, составив 54,7 млрд рублей или 12,1% от выручки (+4,9 млрд рублей или +0,6п.п. от выручки год к году), включая 25,4 млрд рублей за 1-ое полугодие (+14,9% год к году или 12,6% от выручки) и 29,3 млрд рублей за 2-ое полугодие (+5,9% год к году или 11,7% от выручки). Рост относительной доли расходов на 0,6 п.п. связан в том числе со снижением выручки во второй половине года (-2,1 п.п. к прошлому году) и частично компенсирован реализацией плана по оптимизации затрат. Ключевыми факторами роста

операционных расходов стали возросшие комиссионные затраты в связи с существенным ростом продаж на маркетплейсах (+ 2,2 млрд рублей год к году или +149%), расходы на персонал (+2,3 млрд рублей или 8,9%) в связи с открытием 100 новых магазинов и развитием сервисного направления М.Мастер, банковские услуги, а также рост складских платежей на фоне расширения географии присутствия и открытия новых магазинов компактного формата. Компания и дальше продолжит работу над оптимизацией затрат, в том числе сфокусируется на закрытии неэффективных магазинов, оптимизации и автоматизации процессов, а также повышении эффективности логистики.

- **Показатель EBITDA Компании** составил 37,7 млрд рублей, EBITDA маржа составила 8,3% (-1,27 п.п. год к году). Снижение данного показателя объясняется ростом себестоимости и SG&A.
- **Чистый убыток Компании** по итогам года составил 20,1 млрд рублей, что связано с последствиями жесткой денежно-кредитной политики ЦБ РФ и существенным ростом процентных расходов, включая проценты по аренде. Во второй половине 2025 года руководство Компании ожидает снижения ключевой ставки, что должно позитивно сказаться на финансовых результатах как ввиду снижения стоимости финансирования, так и за счет роста выручки в связи с отложенным спросом населения на товары бытовой техники и электроники.
- **Чистый долг Компании в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 16** составил 153,4 млрд рублей (включая будущие обязательства по аренде на сумму 67,6 млрд рублей). Долговая нагрузка по показателю Чистый долг / EBITDA выросла до 4,1х (по сравнению с 3,2х на 31.12.2023). Руководство Компании проводит различные мероприятия, направленные на снижение долга, включая помимо прочего: 1) переговоры с банками о пересмотре условий кредитных договоров (на момент подписания отчетности подписаны дополнительные соглашения на сумму около 68% от общего размера задолженности, с остальными банками переговоры продолжаются); 2) в апреле 2025 года выпущены долгосрочные неконвертируемые рублевые облигации с фиксированной ставкой купона на сумму 2 млрд рублей; 3) акционеры приняли решение докапитализировать Компанию на сумму 30млрд.рублей, и на дату подписания отчетности 89% суммы уже внесено на счета Компании для реализации новой стратегии.

## КЛЮЧЕВЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ 2024 ГОДА

- **Компания продолжила экспансию в ключевые регионы присутствия и вышла в 25 новых городов, открыв 100 магазинов «М.Видео»**, из них 94 – в новом эффективном компактном формате. На конец года количество торговых точек М.Видео-Эльдорадо составило 1 226 магазинов. Всего уже работает более 150 компактных магазинов, открытых за последние два года. Они предполагают площадь 500–600 кв. м, что в среднем вдвое меньше, чем у магазинов с традиционной площадью (1–1,5 тыс. кв. м), при этом доступный для клиентов ассортимент (порядка 4,5 тыс. наименований, включая крупную бытовую технику) сопоставим за счет расположения товаров ярусами, а объем инвестиций в открытие до трех раз меньше при более высоком обороте с 1 кв. м. Компактный формат позволяет находить больше вариантов локаций, включая стрит-ритейл, а также развиваться в регионах, где Компания уже работает, и заходить в новые города с населением до 100 тыс. человек.
- **Рост доступного ассортимента на 7%, более чем до 204 тыс. наименований**, стал результатом развития партнерских отношений с существующими и новыми поставщиками, в том числе в рамках собственного маркетплейса. Компания дифференцирует предложение для покупателей за счет эксклюзивно представленных товаров в сетях «М.Видео» и «Эльдорадо» – их доля, включая собственные торговые марки, выросла на 7 п. п. и достигла 22% (15% в 2023 году) от общих продаж Компании. Также продолжается рост продаж брендов из Китая, Турции, России, Беларуси и Узбекистана, в том числе за счет увеличения спроса на такие бренды, как Сбер, Яндекс, Haier, Beko, Candy, Hisense, TCL, Thunderobot и Grundig.
- **Доля кредитных продаж Компании в GMV [v]** снизилась всего на 1,8 п. п., до 15,4%, несмотря на ужесточение регулирования кредитных портфелей со стороны Центрального банка Российской Федерации на фоне увеличения ключевой ставки в 1,5 раза до рекордного уровня (21%) и сокращения кредитных программ банками. Все финансовые продукты, предлагаемые покупателям, Компания реализует через свою дочернюю компанию «Директ Кредит».

[v] Без учета сторонних маркетплейсов, B2B и сервисно-логистических центров

- **Компания продолжила развитие собственного финтех-направления с уникальными продуктами, которые реализуются через свою дочернюю компанию «Директ Кредит»:** рассрочка без первоначального взноса и переплат на срок до 24 месяцев, деньги на карту через оформление в мобильном приложении, POS-кредитование от разных банков с высоким уровнем одобрения. Охват программами расширенного ассортимента техники в совокупности с экспансией финтеха на внешний рынок позволил Компании нарастить долю на рынке POS-кредитования до 21,2% (+1,3 п. п. год к году) и сохранить лидерство на рынке POS-кредитования.
  - **Компания привлекла 5 млн новых клиентов**, увеличив клиентскую базу до 75 млн человек. Рост трафика в мобильном приложении покупателя составил 4%. Общие установки пользовательских мобильных приложений «М.Видео» и «Эльдорадо» составили 76,1 млн, увеличившись на 13% год к году.
  - **В 2024 году Компания завершила объединение программ лояльности «М.Видео» и «Эльдорадо» под единым брендом M.Club.** Это дало клиентам возможность копить и списывать бонусные рубли в любом из более чем 1,2 тыс. магазинов М.Видео-Эльдорадо, а также использовать функцию кросс-покупки. Теперь заказ можно забрать в любом удобном магазине, независимо от того, где он был оформлен: в «М.Видео» или в «Эльдорадо». Развитие омниканальной модели, объединяющей преимущества онлайн– и офлайн-каналов, позволяет создавать удобный и бесшовный клиентский опыт. Такой подход помогает эффективно отвечать на изменения в потребностях рынка и укреплять позиции в сегментах бытовой техники и электроники.
  - В 2024 году были запущены новые уникальные для рынка продукты: **подписка М.Комбо** с набором сервисов и привилегий и партнерские программы с другими брендами.
  - В 2024 году была расширена услуга трейд-ин более чем до 3,5 тыс. моделей смартфонов, а также запущена услуга выкупа подержанных смартфонов, охватывающая 15 брендов.
  - **М.Видео-Эльдорадо** продолжила развитие сервисного направления и в 2024 году запустила 30 **фирменных зон М.Мастер\*** для оказания полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо» в восьми крупных городах России. Также в восьми магазинах «М.Видео» в шести 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, или в рамках услуги выкупа. В дальнейшем планируется расширение услуги в других городах и 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 и онлайн, и в магазинах М.Видео-Эльдорадо. М.Мастер принимает для ремонта технику и электронику как купленную в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», так и приобретенную у сторонних продавцов.
- **Запущены новые форматы обслуживания в магазинах:** мультибрендовые зоны складных и раскладных смартфонов, премиальные зоны бытовой техники, моно– и мультибрендовые зоны премиальных смарт-часов.

- Совет директоров ПАО «М.видео» назначил Феликса Либа на должность генерального директора Компании с 21 февраля 2025 года.
- 23 апреля 2025 года Екатерина Ярина назначена финансовым директором Компании М.Видео-Эльдорадо.
- Старт реализации новой стратегии на 2025–2027 годы, поддержанной акционерами; на ее исполнения акционерами направляются 30 млрд рублей докапитализации в I полугодии 2025 года, из которых 89% средств уже поступили на счета компании.
- 16 апреля 2025 года дочерняя Компания ООО «МВ ФИНАНС» объявила о старте, а 29 апреля сообщила о размещении двухлетних биржевых облигаций серии 001P-06 объемом до 2 миллиардов рублей со ставкой купона 26,0%.
- 23 апреля 2025 года дочерняя Компания ООО «МВ ФИНАНС» выкупила по оферте 5 152 298 облигаций серии 001P-04 — почти на 5,2 миллиарда рублей, остаток долга составляет 1,8 миллиарда рублей.

#### 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 1,2 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](mailto:pr@mvideo.ru)