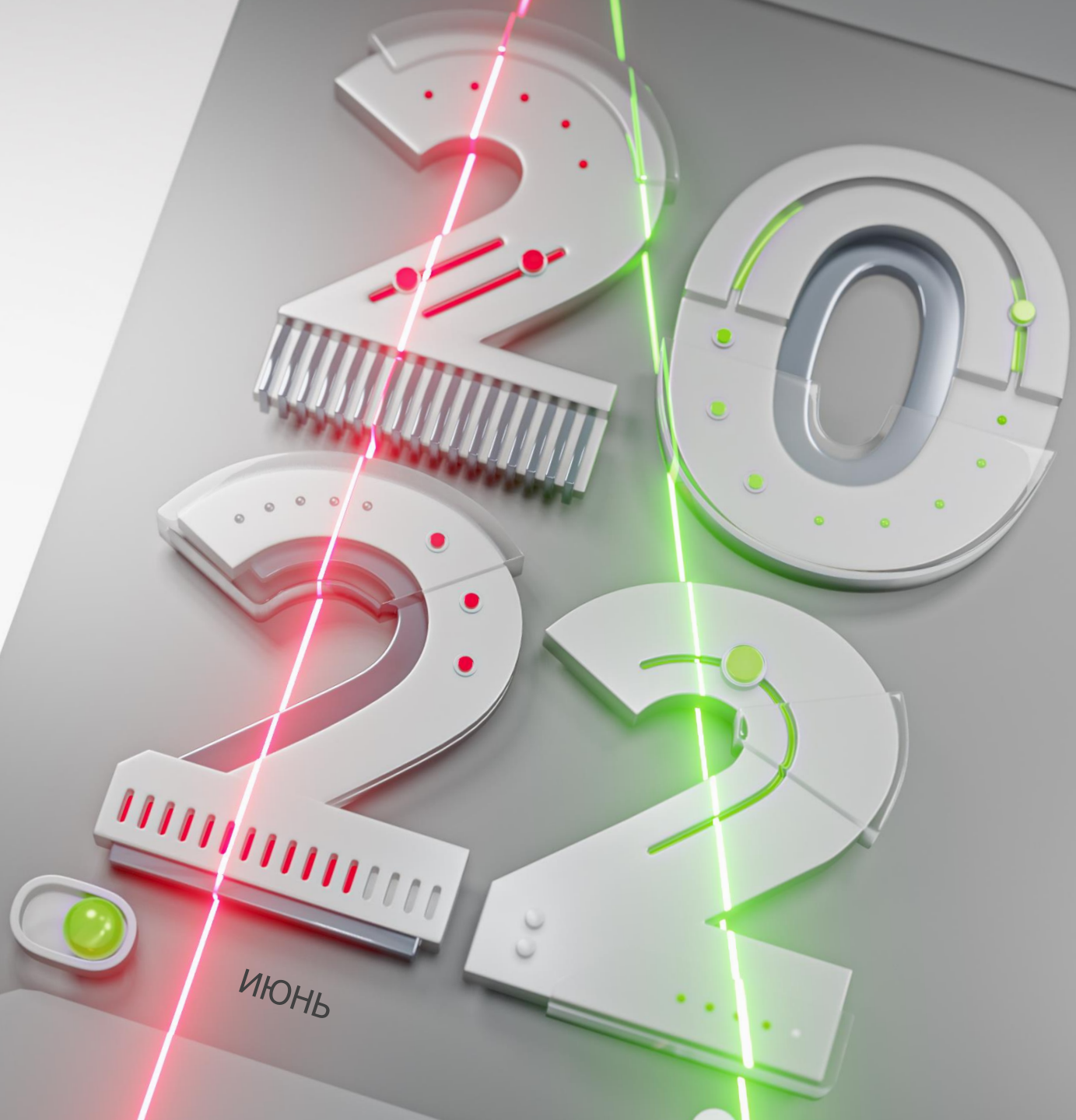


М.ВидеоЭльдорадо

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ



ОГРАНИЧЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

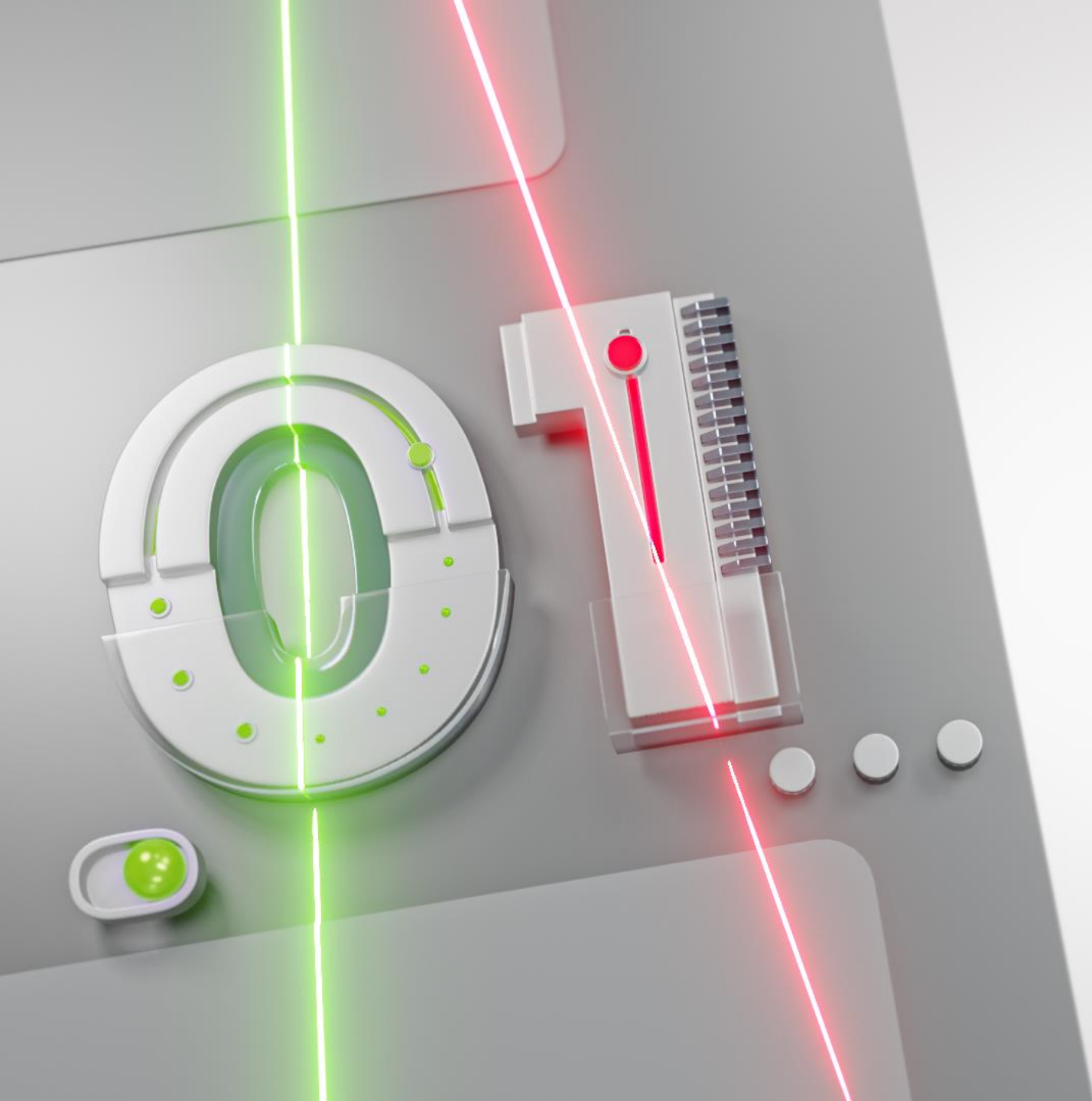
Информация, содержащаяся в данной презентации, была подготовлена ПАО «М.видео» (далее – Компания). Представленные здесь заключения основаны на общей информации, собранной на момент подготовки материала, и могут быть изменены без дополнительного извещения. Компания полагается на информацию, полученную из источников, которые она считает надежными; тем не менее, Компания не гарантирует ее точность или полноту.

Данные материалы содержат заявления относительно будущих событий и пояснения, представляющие собой прогноз таких событий. Любые утверждения в данных материалах, не являющиеся констатацией исторических фактов, являются прогнозными заявлениями, сопряженные с известными и неизвестными рисками, неопределенностями и прочими факторами, в связи с которыми

фактические результаты деятельности Компании, итоги и достижения могут существенно отличаться от любых будущих результатов, итогов или достижений, отраженных в или предполагаемых такими прогнозными заявлениями. Компания не принимает на себя никаких обязательств по обновлению любых содержащихся в настоящих материалах прогнозных заявлений с тем, чтобы они отражали фактические результаты, изменения в допущениях либо изменения в факторах, повлиявших на такие заявления.

Настоящая презентация не представляет собой предложение продажи, или же поощрение любого предложения подписки на, или покупки любых ценных бумаг. Понимается, что ни одно положение данного отчета/презентации не создает основу какого-либо контракта либо обязательства любого характера. Информация, содержащаяся в настоящей

презентации, не должна ни в каких целях считаться полной, точной или беспристрастной. Информация в данной презентации подлежит проверке, окончательному оформлению и изменению. Компания не давала и не дает от своего имени, от имени акционеров, директоров, должностных лиц или служащих, или любых иных лиц, никаких заверений или гарантий, как ясно выраженных, так и подразумеваемых, в отношении точности, полноты или объективности содержащейся в презентации информации или мнений. Ни один из директоров Компании, ее акционеров, должностных лиц или служащих, или любых иных лиц, не принимает на себя никакой ответственности за любые потери любого рода, которые могут быть понесены в результате любого использования данной презентации или ее содержания, или же иным образом в связи с этой презентацией.



- **ПРОФИЛЬ ГРУППЫ**

- ВЫЗОВЫ НОВОЙ
РЕАЛЬНОСТИ

- ФОКУСЫ НОВОЙ
СТРАТЕГИИ

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТЫ О ГРУППЕ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО

№1



Онлайн ритейлер

Бытовой Техники и Электроники в РФ

571 млрд руб.



Общие продажи (GMV^{1,2,3})

+13% рост GMV ГкГ

19,7 млн



Активных идентифицированных клиентов^{4,5}

+5% рост ГкГ

68 %



Доля общих онлайн продаж¹

+29% рост общих онлайн продаж ГкГ

1 258



Магазинов в 371 городе РФ⁴

92% всех заказов выполняется за счёт инфраструктуры магазинов¹

185 тыс.



Общий ассортимент⁴

х2,4 рост ГкГ, покрытие ~70% всего рынка

5-7 %



Историческая рентабельность по EBITDA

11,2 %



Дивидендная доходность

в 2021 году

ruA+

Март'22

Кредитный рейтинг от «Эксперт РА»

A+(RU)

Март'22

Кредитный рейтинг от АКРА

(1) Данные за полный 2021 год; (2) 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, идёт за вычетом скидок, предоставленных покупателям, а также за вычетом возвратов, совершённых за отчётный период. Показатель GMV не является выручкой Компании; (3) С НДС; (4) Данные по состоянию на 31.12.2021; (5) Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продаж. Источник: данные Компании.

ПИОНЕР НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ЭЛЕКТРОНИКИ С ВЫДАЮЩЕЙСЯ ИСТОРИЕЙ ДОСТИЖЕНИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ

#1 Лидерство за счет инноваций и трансформации¹

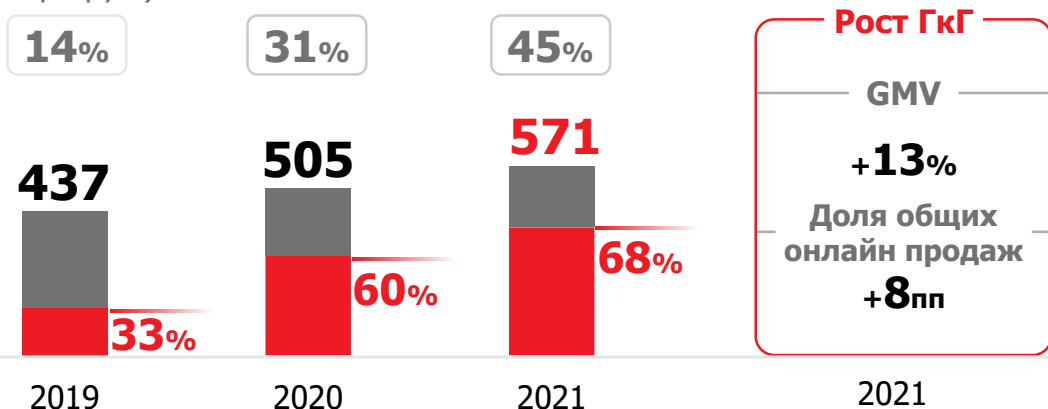


(1) В отношении указанных выше проектов, которые были запущены в 1993-2018 гг., каждый из которых был первым в истории российского рынка БТиЭ. Примечание: представленная на слайде информация относится к Группе М.Видео-Эльдорадо, если не указано иное. Источник: данные Компании.

РОСТ GMV +13% ГКГ В 2021 ГОДУ, ОБЕСПЕЧЕННЫЙ ОБЩИМИ ОНЛАЙН ПРОДАЖАМИ

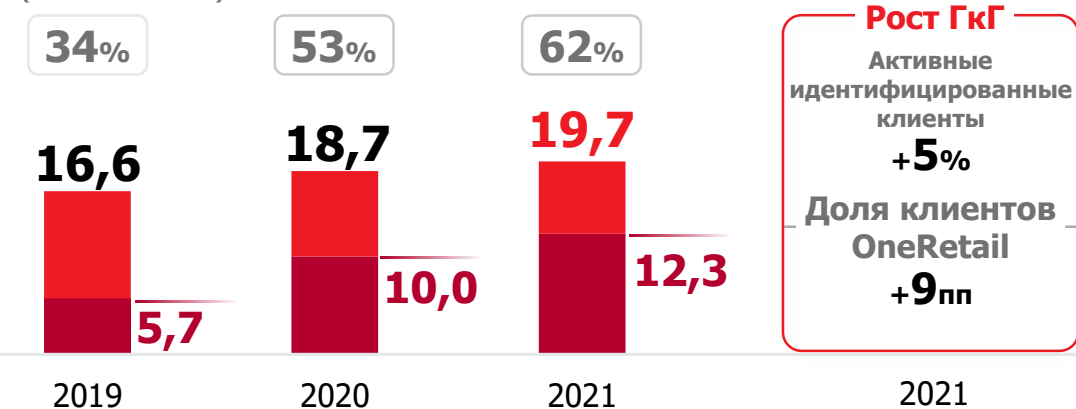
Общие продажи (GMV) с НДС

(млрд руб.) ■ Доля общих онлайн продаж □ Доля продаж на мобильной платформе



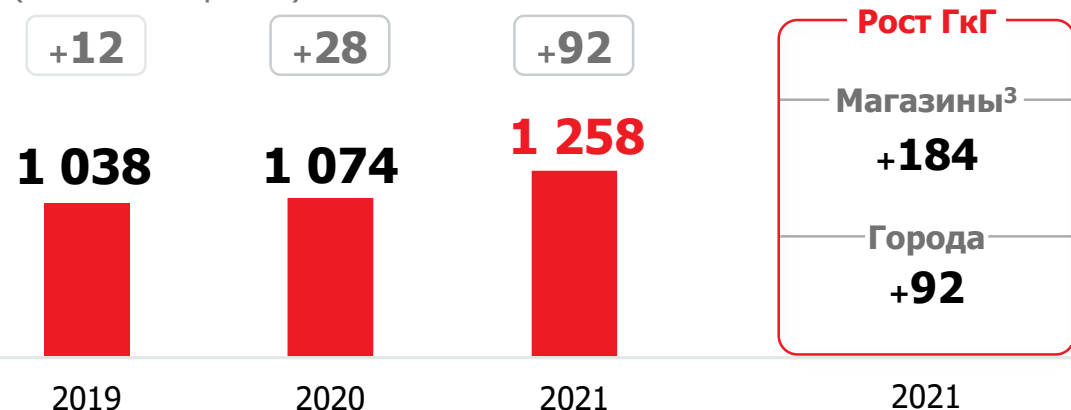
Активные идентифицированные клиенты¹

(млн человек) ■ OneRetail² ■ Не-OneRetail □ Доля клиентов OneRetail



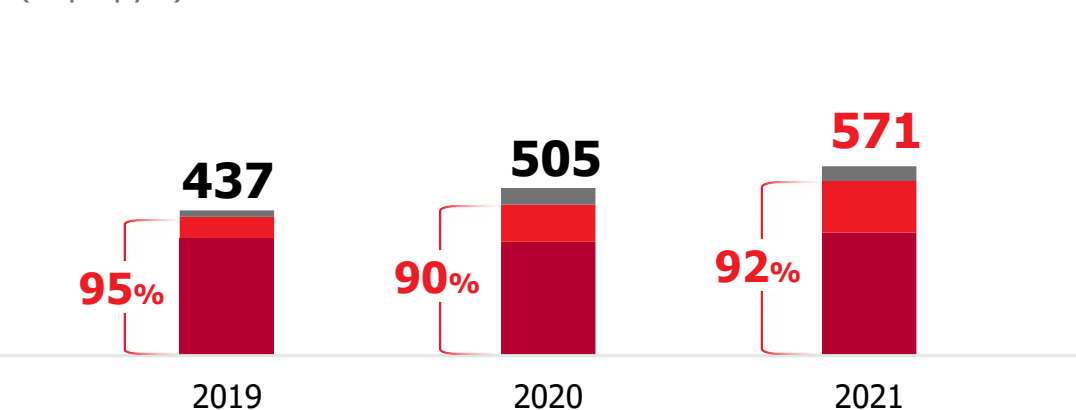
Количество магазинов

(На конец периода) □ Количество новых городов присутствия



Детализация GMV по каналам выдачи

(млрд руб.) ■ Магазин ■ Самовывоз □ Доставка на дом

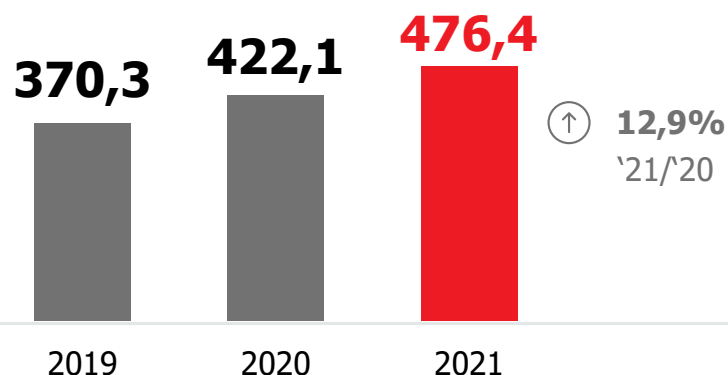


(1) Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продаж; (2) Компания определяет OneRetail клиентов как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку через веб-платформу или мобильную платформу, включающую пользовательские приложения и приложения продавца; (3) За вычетом закрытий. Источник: данные Компании.

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ГРУППЫ

Выручка (без НДС)

(млрд руб.)

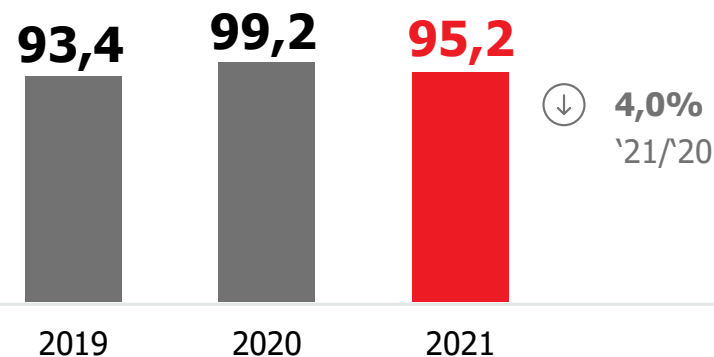


Доля онлайн

2021	68%
2020	60%
2021	33%

Валовая прибыль^{1,2}

(млрд руб.)

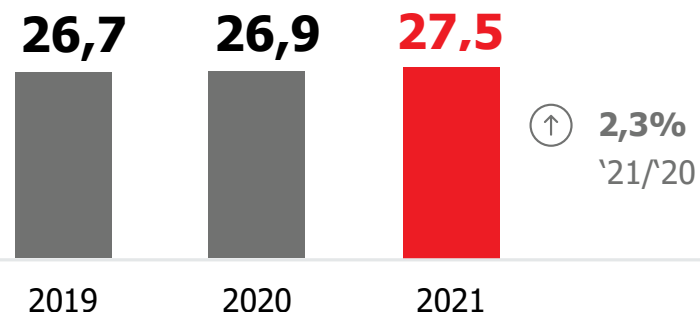


Валовая маржа¹

2021	20,0%
2020	23,5%
2019	25,2%

EBITDA³

(млрд руб.)

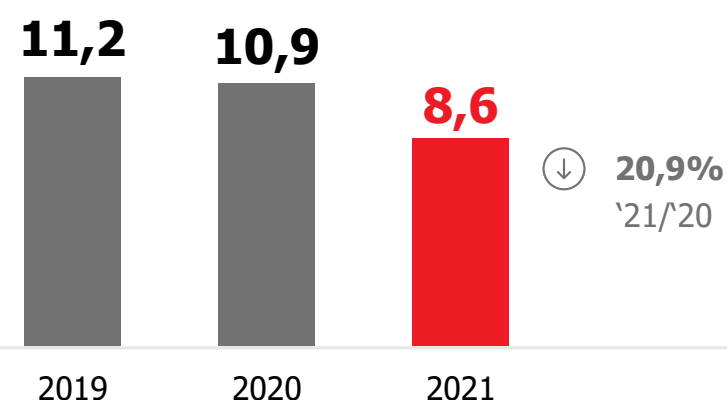


EBITDA маржа³

2021	5,8%
2020	6,4%
2019	7,2%

Чистая прибыль⁴

(млрд руб.)



Чистая маржа⁴

2021	1,8%
2020	2,6%
2019	3,0%

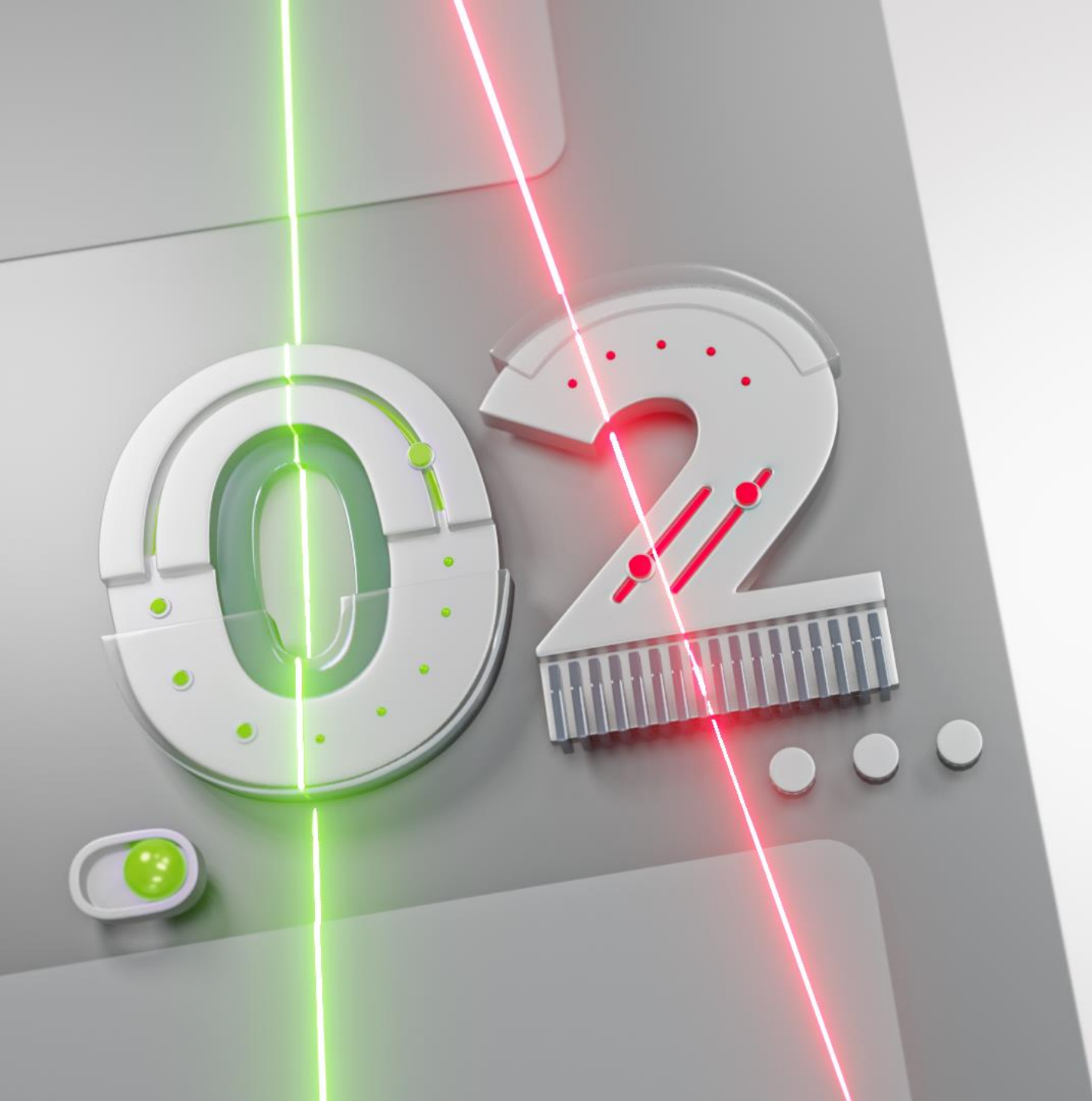
1,7x

1,4x

2,1x

Чистый долг / EBITDA, x

(1) Результаты 2019-2020 отражены с учётом реклассификации доходов по программе потребительского кредитования из статьи «Прочие операционные доходы» в статью «Выручка» финансовой отчётности, а также расходов на программу потребительского кредитования из статьи «Прочие операционные расходы» в статью «Себестоимость реализации». Реклассификация не имеет эффекта на показатели EBITDA и Чистая прибыль; (2) Результат валовой прибыли за 2021 год отражён без учёта единовременного эффекта от изменения расчётных оценок резерва под реализацию товара; (3) Показатель EBITDA 2020-2021 отражён с учётом единовременных доходов и расходов: 2020: выплата членам Совета Директоров вознаграждения за участие в антикризисном управлении; расходы на средства индивидуальной защиты; 2021: резерв под реализацию товара; доход, полученный из-за переоценки активов goods.ru; прибыль от продажи goods.ru; доход, полученный в связи с прощением субсидированного кредита, полученного в 2020 году в рамках программы государственной поддержки отраслей, наиболее пострадавших от пандемии; расходы на средства индивидуальной защиты. Суммарный объём корректировок составляет: 2020 - 1,6 млрд руб., 2021 - 10,1 млрд руб.; (4) Показатель Чистой прибыли отражён с учётом вышеперечисленных единовременных доходов и расходов. Суммарный объём корректировок составляет (с учётом налогового эффекта): 2020 - 1,3 млрд руб., 2021 - 8,6 млрд руб. Примечание: финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное. Источник: данные Компании.



- ПРОФИЛЬ ГРУППЫ

- **ВЫЗОВЫ НОВОЙ
РЕАЛЬНОСТИ**

- ФОКУСЫ НОВОЙ
СТРАТЕГИИ

СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОНИКИ – ИДЕАЛЬНЫЙ ШТОРМ

Беспрецедентное давление внешних факторов

- Сложности с ассортиментом и доступом к западным рынкам, возникшие на фоне ухода части поставщиков и топ-брендов (в т.ч. Apple, Samsung, LG, Bosch)
- Сокращение объёма рынка на более 15% после всплеска спроса в марте
- Сохраняется неопределённость в отношении макроэкономической ситуации

Факторы поддержки

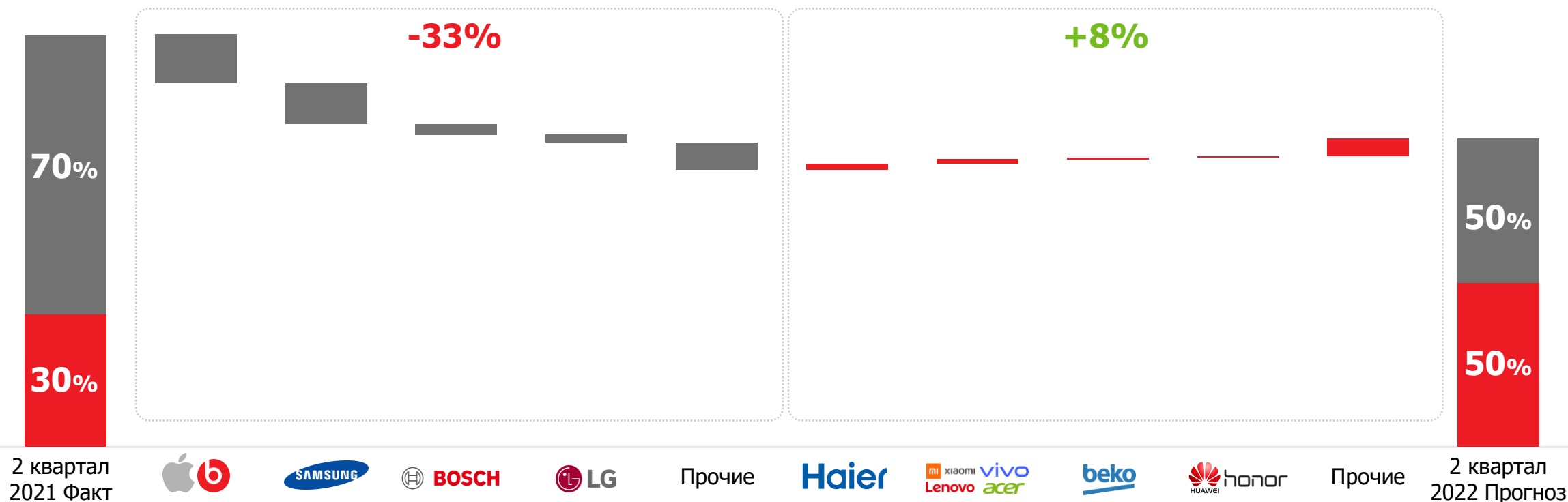
- Объем российского рынка входит в Топ-5 рынков Европы даже с учётом текущего падения
- Коэффициент проникновения товаров БТиЭ на российском рынке все ещё существенно ниже, чем на развитых рынках
- Текущая ситуация стимулирует появление новых брендов на рынке, в том числе за счёт развития локальных брендов и производств
- Меры государственной поддержки розничной отрасли: законодательство в отношении импорта

ПРОДАЖИ ПОСТАВЩИКОВ, УШЕДШИХ С РЫНКА, УЖЕ ЗАМЕЩЕНЫ НА ЧЕТВЕРТЬ

Изменение портфеля брендов в структуре продаж

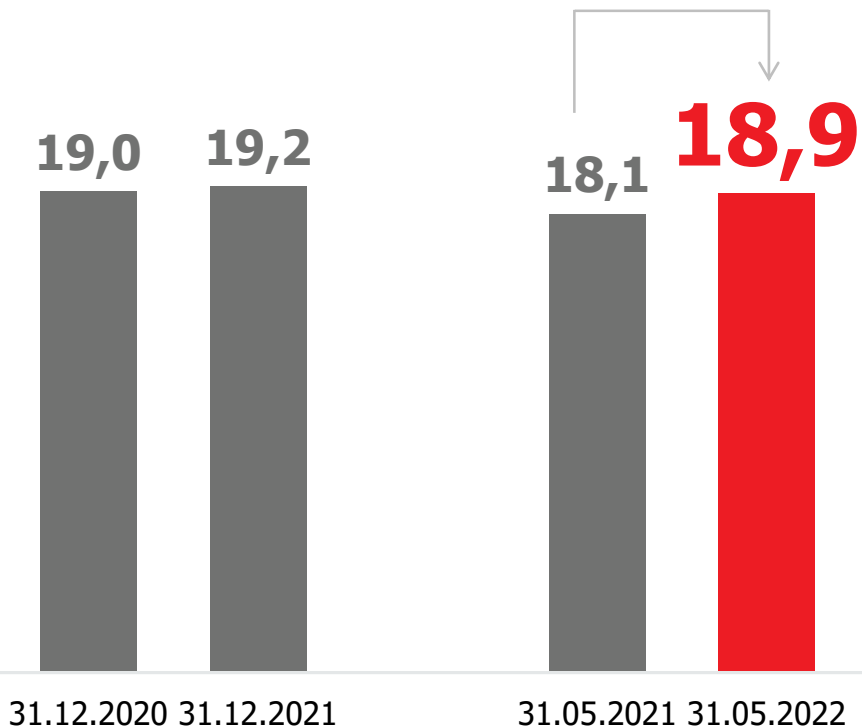
(%)

- Продажи поставщиков, приостановивших деятельность / существенно снизивших поставки на территорию РФ
- Продажи поставщиков, полностью сохранивших деятельность



КОМПАНИЯ ИМЕЕТ ДОСТАТОЧНЫЙ ОБЪЁМ СТОКА ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ПРОДАЖ

Коэффициент покрытия продаж товарными запасами (недели)



- Существенный объем стока был закуплен ещё по старым ценам – на конец 2021 года величина запасов составила 164 млрд руб., что позволяет обеспечивать высокий уровень маржинальности продаж
- Коэффициент покрытия продаж товарными запасами в мае остаётся сопоставимым с показателем прошлых лет

ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА УДЕРЖИВАЕТСЯ НА УРОВНЕ ПРОШЛОГО ГОДА

Чистый долг¹

(млрд руб.)

8,0%

7,8%

7,8%

10,5%

Средневзвешенная ставка

40,5

57,2

60,2

56,8

↓ 5,8%

Сокращение
чистого долга
год-к-году

31.12.2020 31.12.2021

31.05.2021 31.05.2022

- Благодаря оптимальной структуре долга Группа избежала волатильности процентной ставки
- Будучи системообразующим предприятием, Группа успешно привлекла субсидированные кредиты
- Эффективное управление оборотным капиталом, оптимизация расходов и инвестиций позволило Группе сохранить чистый долг на уровне прошлого года, несмотря на сокращение отсрочки по ряду поставщиков

(1) В соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17. Источник: данные Компании.

МЕРЫ ОПТИМИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ

2021**Капитальные вложения¹**

(млрд руб.)

15,1**1,6****11%**Капитализируемое
обслуживание**3,9****26%**Экспансия и
реконструкция**9,6****64%**ИТ и инвестиции в
технологические
изменения**2022****Сокращение затрат
более, чем в 2 раза ГкГ**

- Проведение только критически необходимых работ
- Приостановка программы экспансии, начиная со 2кв 2022
- Оптимизация структуры ИТ функции
- Приоритезация проектов с фокусом на создание стоимости и обеспечение устойчивости компании

(1) Суммирование процентных данных на графике не равно 100% ввиду округления. Источник: данные Компании.

ГРУППА - УСТОЙЧИВАЯ, СИСТЕМНО ЗНАЧИМАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ



СИСТЕМООБРАЗУЮЩЕЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

- Во 2кв'20 Группа вошла в список системообразующих предприятий и получила 4,9 млрд руб. льготных кредитов



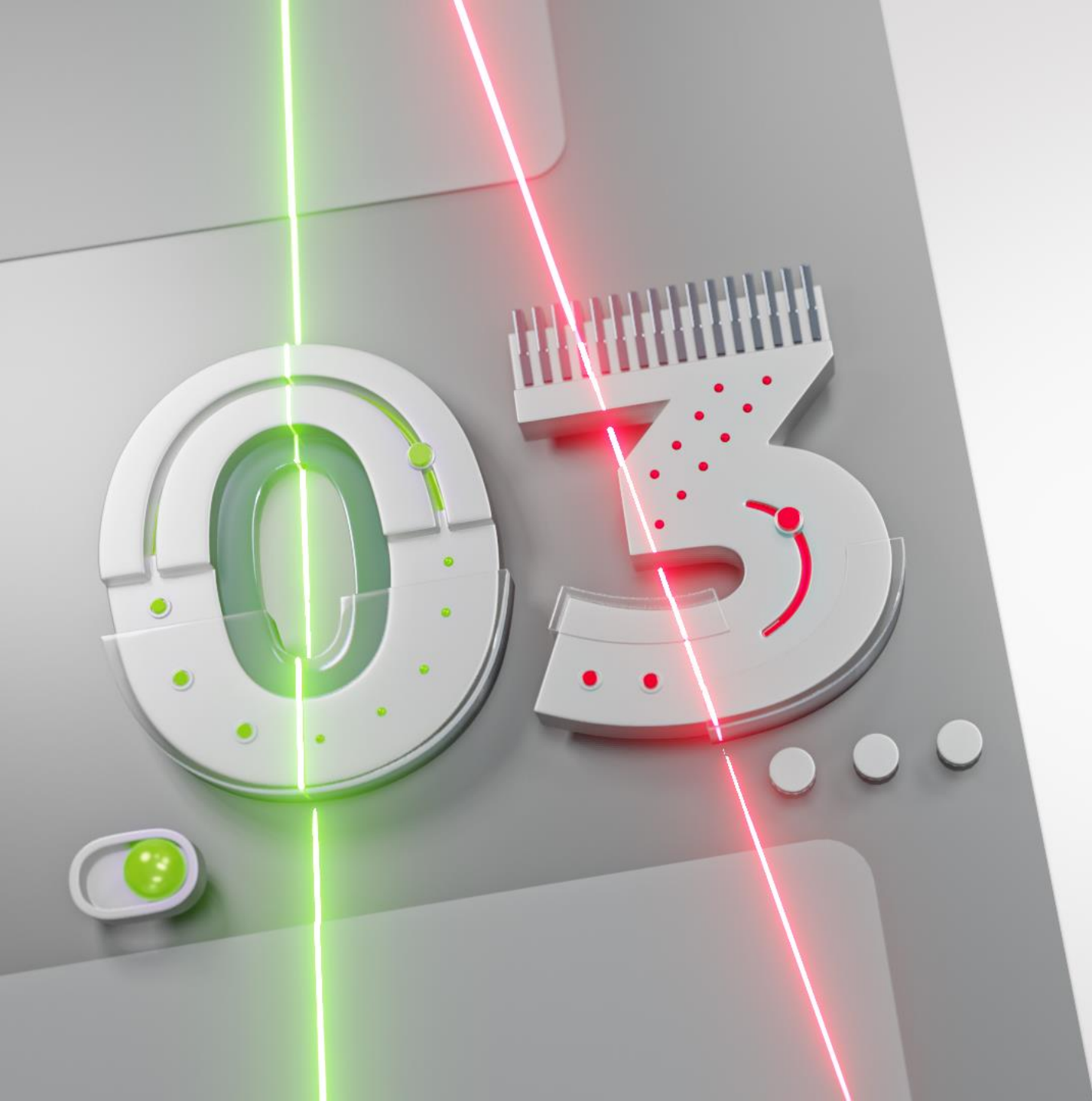
ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА

- В 2022 году было одобрено 20 млрд руб. субсидированных кредитных лимитов



ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА

- Разработано и утверждено законодательство в отношении импорта








- ПРОФИЛЬ ГРУППЫ

- ВЫЗОВЫ НОВОЙ
РЕАЛЬНОСТИ

- **ФОКУСЫ НОВОЙ
СТРАТЕГИИ**

ПЕРЕЗАПУСК БИЗНЕС МОДЕЛИ

РЕСТАРТ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛОВИЙ 	ФОКУС НА БРЕНДЫ ИЗ КИТАЯ, ТУРЦИИ, РОССИИ, БЕЛАРУСИ И ДРУГИХ СТРАН СНГ 	ЗАПУСК ИМПОРТА 
ФОКУС НА ОПЕРАЦИОННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ 	НОВАЯ КОМАНДА МЕНЕДЖМЕНТА 	

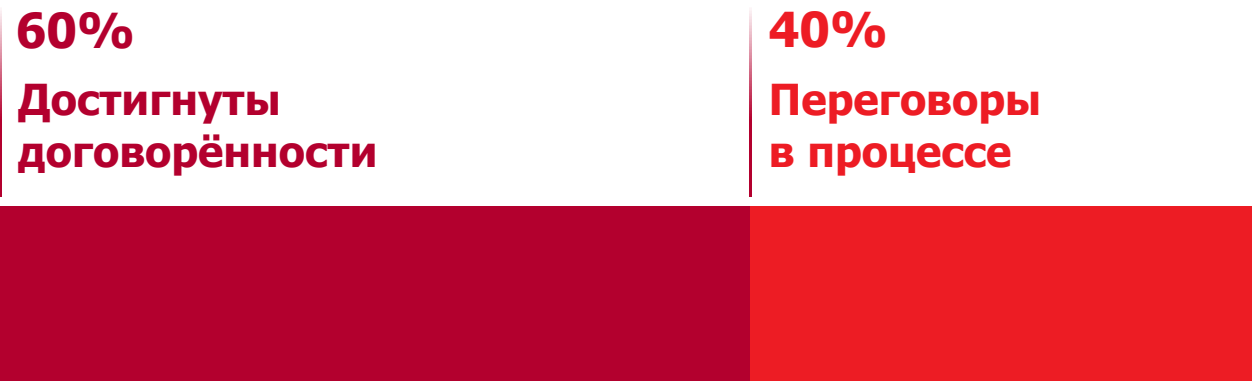
РЕСТАРТ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

- Коммерческие условия
- Бренды
- Импорт
- Эффективность
- Новая команда

ПЕРЕСМОТР ДОГОВОРЁННОСТЕЙ С ПОСТАВЩИКАМИ

- Возврат к модели таргетированной маржи
- Повышение эффективности совместных промо кампаний
- Дальнейшее развитие модели ЗР

Статус перехода на новые коммерческие условия (% поставщиков)



РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ

- Цифровизация и интеграция всех сервисов для поставщиков на единой платформе
- Возможности таргетирования определённых клиентских сегментов
- Дополнительные возможности монетизации (рыночная аналитика, фокусная реклама)
- Внедрение регулярной оценки уровня удовлетворённости поставщиков

ФОКУС НА БРЕНДЫ ИЗ КИТАЯ, ТУРЦИИ, РОССИИ, БЕЛАРУСИ И ДРУГИХ СТРАН СНГ

Коммерческие условия

Бренды

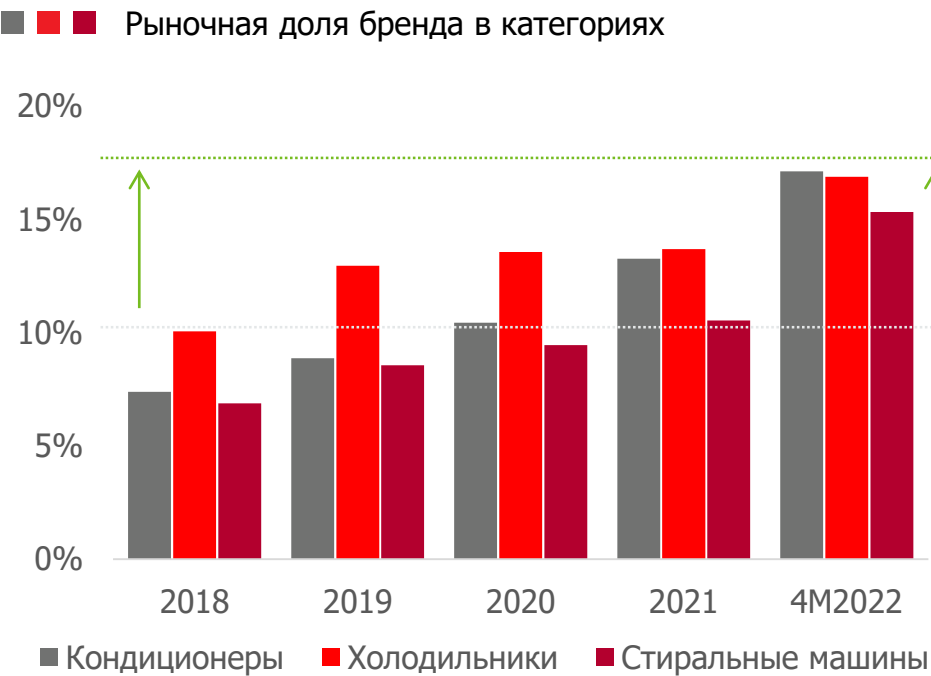
Импорт

Эффективность

Новая команда

Кейс: стратегическое партнёрство с брендом Haier

(%)



~1%

Доля бренда на рынке

~3%

- Благодаря стратегическому партнёрству Haier с Группой и росту узнаваемости бренда его доля на рынке РФ по отдельным категориям увеличилась более чем в 2х раза с 2018 года
- Группа продолжит реализацию данной стратегии, выводя на рынок новые и повышая узнаваемость имеющихся брендов из Китая, РФ, Турции, Беларуси и других стран СНГ: Xiaomi, Redmi, POCO, Realme, Huawei, Beko, Midea, Scarlett
- Кратный рост продаж отмечен по эксклюзивным брендам: Grundig, Toshiba, Витязь, отдельные линейки Hisense и Candy

НОВЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ЦЕПОЧКИ

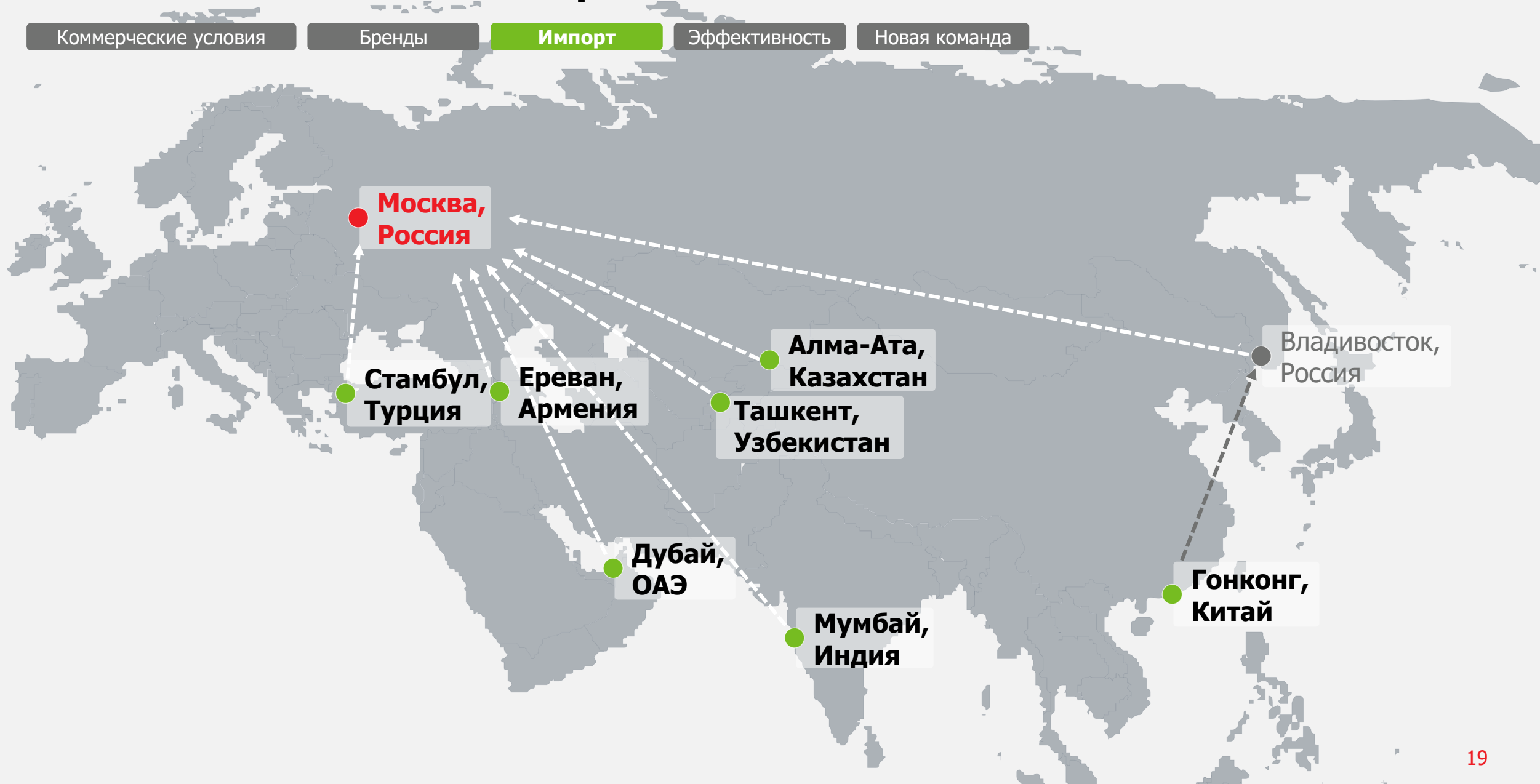
Коммерческие условия

Бренды

Импорт

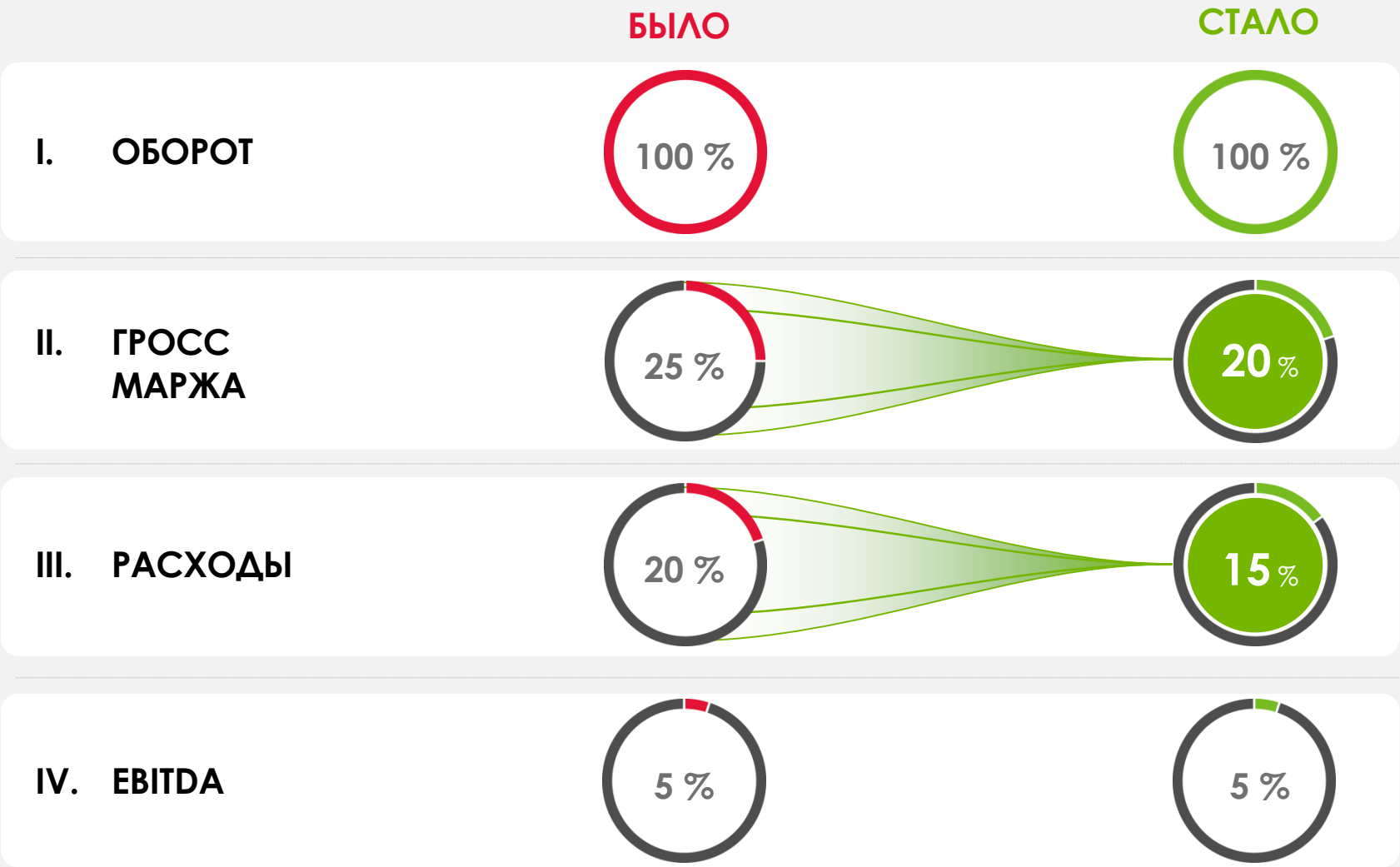
Эффективность

Новая команда



КЛЮЧЕВАЯ ФОРМУЛА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППЫ






















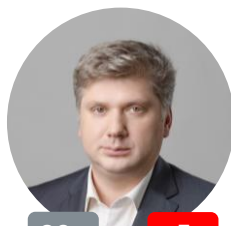


- Коммерческие условия
- Бренды
- Импорт
- Эффективность
- Новая команда



ОБНОВЛЁННАЯ КОМАНДА МЕНЕДЖМЕНТА

Коммерческие условия Бренды Импорт Эффективность **Новая команда**

■ Лет релевантного опыта ■ Лет в Группе

<div><div>25+ 15</div></div> <div>Энрике Фернандес Главный Исполнительный Директор</div> <div></div>	<div><div>20+</div></div> <div>Анна Гарманова Финансовый Директор</div> <div></div>	<div><div>20+ 13</div></div> <div>Сергей Ли Операционный Директор</div> <div></div>	<div><div>20+ 12</div></div> <div>Олег Муравьев Коммерческий Директор</div> <div></div>
<div><div>20+</div></div> <div>Андрей Павлович Директор по логистике</div> <div></div>	<div><div>25+ 14</div></div> <div>Ирина Иванова Директор по организационной трансформации и персоналу</div> <div></div>	<div><div>20+</div></div> <div>Александр Соколовский Директор по информационным технологиям</div> <div></div>	<div><div>20+ 5</div></div> <div>Алексей Сухов Директор по правовым отношениям, генеральный директор ПАО М.Видео</div> <div></div>

Логотипы компаний обозначают предыдущий опыт