

HACKING

RETAIL

2020

СОДЕРЖАНИЕ

Годовой отчет утвержден Советом директоров ПАО «М.видео»
(протокол от 02.04.2021)

Подпись

Информация о ФИО не раскрывается*
Председатель Совета директоров ПАО
«М.видео»



Изосимов Александр Вадимович
Генеральный директор
ПАО «М.видео»

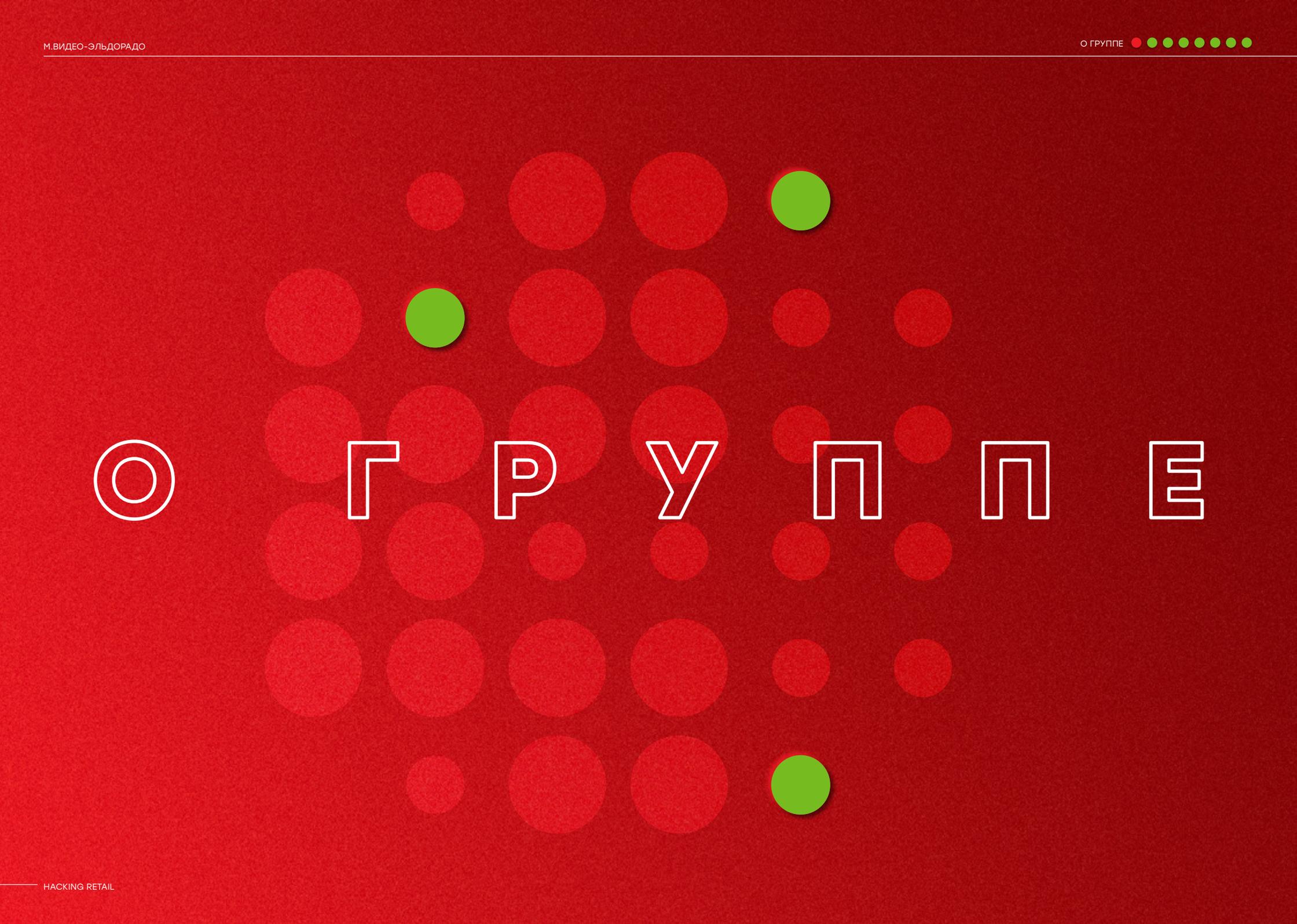
В настоящем Годовом отчете используются следующие термины:

- Группа М.Видео-Эльдорадо, Группа, Компания – публичное акционерное общество «М.видео» (далее также – ПАО «М.видео», Общество, Компания), а также все общества, прямо или косвенно подконтрольные Группе по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 года.
- Торговая сеть «М.Видео» («М.Видео», бренд) – сеть магазинов общества с ограниченной ответственностью «МВМ» (ООО «МВМ») под брендом «М.Видео».
- Торговая сеть «Эльдорадо» («Эльдорадо», бренд) – сеть магазинов общества с ограниченной ответственностью «МВМ» (ООО «МВМ») под брендом «Эльдорадо».

Данный отчет подготовлен с использованием Глобального руководства по отчетности в области устойчивого развития (GRI).

1. О ГРУППЕ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО	3	6. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ	143
1.1. Портрет Группы	4	6.1. Стратегия устойчивого развития	144
1.2. Лидерство, основанное на ценностях	6	6.2. Наша планета	149
1.3. Гибридная бизнес-модель расширяет возможности создания стоимости	9	6.3. Люди и общество	154
1.4. Полное покрытие рынка в единой розничной среде	16	6.4. Покупатели и технологии	169
1.5. Ключевые результаты 2020 года	18	7. ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ	171
1.6. Факторы инвестиционной привлекательности	22		
2. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ	24	ПРИЛОЖЕНИЯ	214
2.1. Обращение Председателя Совета директоров	26	1. Отчет о совершенных крупных сделках и сделках, в отношении которых имела заинтересованность	215
2.2. Обращение Генерального директора	28	2. Отчет о соблюдении Обществом принципов и рекомендаций кодекса корпоративного управления	217
2.3. Обзор рынка	29	3. Вопросы, рассмотренные Советом Директоров Общества в 2020 году	231
2.4. Стратегия Hacking Retail	36	4. Отчет комитета по аудиту	234
2.5. Руководство Группы М.Видео-Эльдорадо	45	5. Отчет комитета по вознаграждениям	235
2.6. Операционные и финансовые показатели	50	6. Соответствие Отчета Стандартам GRI	236
3. ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ	57		
3.1. Технологическая розничная компания	59		
3.2. Цифровая трансформация Группы М.Видео-Эльдорадо	60		
3.3. Аналитика данных и машинное обучение	63		
4. ONERETAIL: СОЗДАНИЕ СТОИМОСТИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ	65		
4.1. Уникальный клиентский опыт за счет бесшовной интеграции онлайн и офлайн каналов	67		
4.2. Фулфилмент: скорость и эффективность на каждой миле	79		
4.3. Дальнейшее развитие партнерских отношений с поставщиками	83		
5. КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ	88		
5.1. Заявление Совета директоров	90		
5.2. Система корпоративного управления	92		
5.3. Общее собрание акционеров	95		
5.4. Совет директоров	96		
5.5. Корпоративный секретарь	115		
5.6. Правление	116		
5.7. Единоличные исполнительные органы	123		
5.8. Управление рисками и внутренний контроль	124		
5.9. Комплаенс	132		
5.10. Принципы определения и размер вознаграждения органов управления	136		
5.11. Капитал, акции, дивиденды	137		

*Здесь и далее по тексту настоящего Годового отчета информация не раскрывается на основании пункта б статьи 30.1. Федерального закона от 22.04.1996 N 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг", статьи 92.2. Федерального закона от 26.12.1995 N 208-ФЗ "Об акционерных обществах", пункта 1.2. статьи 8 Федерального закона от 27.07.2010 N 224-ФЗ "О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"



© Г Р У П П А

ПОРТРЕТ ГРУППЫ¹

Лидер рынка в онлайн и офлайн пространстве

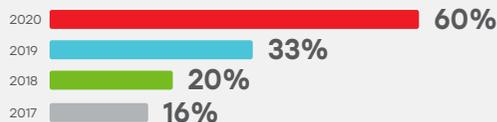
Ведущая розничная компания в сегменте потребительской электроники

- #10** В МИРЕ²
- 100 млн** ПОСЕЩЕНИЙ ОНЛАЙН И В МАГАЗИНАХ ЕЖЕМЕСЯЧНО
- #1** В РОССИИ
- 27%** ДОЛЯ РЫНКА БТИЭ В РОССИИ³
- 505 млрд руб.** GMV⁴ (ОБЩИЕ ПРОДАЖИ) В 2020 Г.
- 100%** УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДОВ М.ВИДЕО ИЛИ ЭЛЬДОРАДО⁵
- 72 млн** ЛОЯЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ⁶

#1 онлайн-ритейлер потребительской электроники в России

33% ДОЛЯ ОНЛАЙН-РЫНКА БТИЭ В РОССИИ³

Доля общих онлайн-продаж в GMV Группы



300 млрд руб. ОБЩИЕ ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ

109% РОСТ ОБЩИХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ В 2020 Г.

Полное покрытие рынка и развитая логистика

1 074 МАГАЗИНА В 279 ГОРОДАХ РОССИИ

100% ОНЛАЙН-ПОКРЫТИЕ В ГОРОДАХ ПРИСУТСТВИЯ

1 млн кв.м. ОБЩАЯ СКЛАДСКАЯ ПЛОЩАДЬ⁷

60% НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ ОХВАЧЕНО И 85% ОБЩИХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ ОБЕСПЕЧЕНО ДОСТУПНОСТЬЮ ТОВАРА В ТЕЧЕНИЕ ДНЯ (24 ЧАСОВ)⁸

¹ В данном разделе Отчета результаты Компании приведены по итогам 2020 года или по состоянию на 31 декабря 2020 года, если не указано иначе.
² Среди ритейлеров бытовой техники и потребительской электроники по итогам 2019 года, данные Thomson Reuters
³ По данным GfK за 2020 год.
⁴ 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 включает 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.

⁵ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведенного ООО «Миллвард Бранч АРМИ-Маркетинг», в период с 13.01.2020 г. по 27.12.2020 г. среди 9 599 респондентов, проживающих в 260 городах России с численностью населения свыше 100 тысяч человек.
⁶ Держатели активных карт лояльности М.Видео и Эльдорадо.
⁷ В том числе 640 тыс. кв. метров складской площади магазинов и 501 тыс. кв. м. площади распределительных центров и интратерминалов.
⁸ Города с населением свыше 1 млн человек.

Гибридная бизнес-модель повышает лояльность покупателей и эффективность бизнеса

Единый клиентский опыт онлайн и в магазинах

>8,7 млн

ПОКУПОК С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ

>15 000

ПРОДАВЦОВ СО СМАРТФОНАМИ, ПОЗВОЛЯЮЩИМИ ИДЕНТИФИЦИРОВАТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ В МАГАЗИНАХ И ОБЕСПЕЧИТЬ БЕСШОВНЫЙ ОПЫТ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН

Лучший ассортимент

75 тыс. SKU

СОБСТВЕННЫХ ТОВАРОВ И ТОВАРОВ МАРКЕТПЛЕЙСА

Развитая «последняя миля»

98%

ЗАКАЗОВ ДОСТАВЛЯЕТСЯ В СРОК

Высокая лояльность покупателей¹

86% и 73%

ПОКАЗАТЕЛИ NPS М.ВИДЕО И ЭЛЬДОРАДО²

¹ Согласно ООО «МП АНАЛИТИКА».
² По данным за 1 квартал 2020 г.

Группа, ориентированная на устойчивое развитие

Долгосрочные цели с опорой на цели устойчивого развития ООН



17 регионов России

УЧАСТВУЮТ В НАЦИОНАЛЬНОМ ЭКО-ПРОЕКТЕ

>1 000 тонн

БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И >1 МЛН БАТАРЕЕК НАПРАВЛЕНО НА ПЕРЕРАБОТКУ

>40 млн руб.

НАПРАВЛЕНО НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

6 тыс.

ВОЛОНТЕРОВ

31%

ОДИН ИЗ САМЫХ НИЗКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ В ОТРАСЛИ В РОССИИ И МИРЕ

Прибыльный рост бизнеса с постоянным фокусом на акционерную стоимость

72%

СРЕДНЕГОДОВОЙ ТЕМП РОСТА ОБЩИХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ ЗА 2017-2020 ГГ.

12%

СРЕДНЕГОДОВОЙ ТЕМП РОСТА GMV ЗА 2017-2020 ГГ.

Динамика GMV и общих онлайн-продаж



5-7%

ИСТОРИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПО EBITDA

Фокус на доходности для акционеров

11,4 млрд руб.

ДИВИДЕНДОВ ВЫПЛАЧЕНО В 2019-2020 ГГ.

Не менее 100%

СКОРРЕКТИРОВАННОЙ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ПО СТАНДАРТУ МСФО (IAS) '17 – КОЭФФИЦИЕНТ ВЫПЛАТЫ ДИВИДЕНДОВ СОГЛАСНО НОВОЙ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКЕ

24%

ДОЛЯ АКЦИЙ КОМПАНИИ В СВОБОДНОМ ОБРАЩЕНИИ ПО ИТОГАМ УСПЕШНОГО SPO В МАРТЕ 2021 ГОДА

ЛИДЕРСТВО, ОСНОВАННОЕ НА ЦЕННОСТЯХ

Наполняя мир технологиями, мы дарим людям время и вдохновение. Мы создаем будущее, которым будем гордиться.

Наша
МИССИЯ
#ВКЛЮЧАЙ
БУДУЩЕЕ

НАШИ ЦЕННОСТИ



Ответственность за будущее

Мы взвешиваем свои решения и планируем действия, понимая всю ответственность перед Компанией, индустрией и обществом.



Партнерство в команде

Мы твердо убеждены, что доверие, взаимная поддержка и уважение к каждому необходимы для достижения совместного успеха.



Неравнодушие во всем

Мы верим, что в наших силах изменить мир к лучшему.



Смелость в инновациях

Мы настойчиво ищем и внедряем новейшие технологии, развивая рынок и подтверждая свое лидерство.



Открытость к переменам

Мы видим в изменениях возможность совершенствоваться и полностью реализовывать свой потенциал.

ЛУЧШАЯ КОМПАНИЯ ДЛЯ ВЕНДОРОВ, СОТРУДНИКОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ

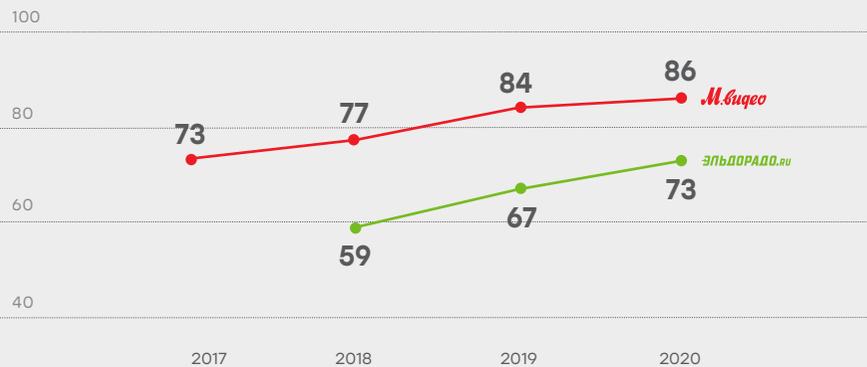
Являясь лидером российского ритейла бытовой техники и электроники и крупнейшим e-commerce игроком в данном секторе, Группа М.Видео-Эльдорадо считает принципиально важным выстраивать взаимовыгодные отношения и создавать стоимость для широкого круга стейкхолдеров.

Высокие оценки компании как партнера, работодателя и лидера в инновациях обеспечивают высокие показатели NPS

Ряд уважаемых международных организаций отметили достижения Группы сразу в нескольких областях. Признание и награды являются отражением ценности, которую Группа создает для ключевых стейкхолдеров, а одно из наивысших в индустрии значений индекса потребительской лояльности (NPS) – подтверждением правильности выбранной стратегии и бизнес-модели.

№ 1 для покупателей²

Индекс потребительской лояльности (NPS), (%)



¹ Премия относится к бренду М.Видео.
² Согласно ООО «МП АНАЛИТИКА».
³ За период 2017-2019 г. отражены среднегодичные результаты; за 2020 г. отражены результаты за 1-й квартал. Исследование было проведено в 39 магазинах М.Видео, 35 магазинах Эльдорадо, на основании опроса на выходе из магазина.

№ 1 для поставщиков
№ 1 для сотрудников



Ритейлер года 2020 г.

№ 1 в сфере инноваций и услуг



№ 1 в рейтинге омниканальности среди российских ритейлеров 2020 г.



Лучший работодатель 2019 г.¹



Премия Quality Award в номинации «Передовые технологии» в СНГ, 2020 г.



Лучший работодатель 2019 г.



Премия «Лидеры инноваций» в торговой сфере 2019 г.

СОЗДАНИЕ СТОИМОСТИ ДЛЯ СТЕЙКХОЛДЕРОВ



Клиенты

Благодаря гибридной бизнес-модели, объединяющей преимущества онлайн-каналов и магазинов в единую платформу, мы создаем уникальный потребительский опыт, учитывающий предпочтения каждого клиента.

На фоне ограничений, связанных с COVID-19, Группа эффективно адаптировалась к новым запросам клиентов: была усилена доставка и каналы самовывоза, максимизированы логистические преимущества сети магазинов по всей стране. Запущены новые форматы безналичной и бесконтактной оплаты, видео-консультации с менеджерами магазинов и ряд других инициатив.

Компания запустила продажи техники по модели маркетплейса, расширив общий ассортимент с 30 тысяч до 75 тысяч наименований. Ассортимент СТМ-техники был расширен в несколько раз до 100 моделей.



Сотрудники

Главный приоритет Группы М.Видео-Эльдорадо как работодателя – забота о людях. В условиях пандемии коронавируса, мы делали все возможное для того, чтобы создать безопасные условия для сотрудников и при этом обеспечить возможность сохранения их занятости и дохода.

Компания реализовала комплексную программу поддержки и защиты сотрудников в условиях пандемии: обеспечение средствами для личной защиты, внедрение системы мониторинга безопасности работающих сотрудников, дополнительное страхование жизни и здоровья. В 2020 Группа понесла расходы единовременного характера в размере 298 миллионов рублей на меры по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

По итогам 2019 года мы стали лучшим работодателем России по версии компании Kincentric¹, а также по версии Retail Week Awards.



Вендоры и партнеры

Одна из ценностей Группы – партнерство в команде. Мы убеждены, что доверие и взаимная поддержка является важной составляющей для достижения совместного успеха.

Мы активно работали над новыми партнерствами и совместными инициативами, направленными на совершенствование клиентского опыта с заботой о покупателях. Среди ключевых партнерских проектов, реализованных в 2020 году: доставка интернет-заказов в партнерские пункты выдачи и постаматы, запуск бесконтактной доставки онлайн-заказов с помощью «Яндекс.Такси», Gett Delivery или локальных партнеров во всех городах присутствия сети, сотрудничество с Почтой России и X5 Retail Group по доставке и выдаче онлайн-заказов.



Акционеры

Мы стремимся к сохранению баланса между инвестициями в дальнейший рост и обеспечением высокой доходности для наших акционеров. Благодаря слаженной работе команды, Группа в короткие сроки успешно перестроила многие бизнес-процессы, существенно ускорив трансформацию в онлайн-бизнес, обеспечив достижение устойчиво высоких результатов.

Мы работали, чтобы выполнить обещания перед нашими акционерами. В декабре выплачены дивиденды по итогам 6М 2020 года в размере 5,4 млрд рублей, а в феврале 2021 года Совет директоров утвердил новую дивидендную политику, предусматривающую годовые выплаты на уровне не менее 100% от чистой прибыли по стандарту МСФО 17.

Группа показала устойчиво высокие результаты: рост выручки на 14,4% год-к-году, скорр. EBITDA – на 6,5%, скорр. чистой прибыли – на 9,3%. Скорр. EBITDA маржа составила 6,8% (МСФО 17).



Общество

Наша цель – лидерство в области устойчивого развития. Одним из приоритетов Группы является вклад в решение глобальных задач и создание долгосрочной устойчивой ценности для всего общества.

Группа определила ключевые приоритеты и векторы развития в области устойчивого развития. Мы реализовали ряд значимых проектов: популяризация правильной утилизации бытовой техники, экологический проект Группы «Нам не все равно», получившие высокую оценку экспертов.

Мы быстро реагировали на изменения, вызванные неблагоприятной эпидемиологической обстановкой, и поддержали врачей и пожилых людей в 17 регионах России, а также помогли сотрудникам и членам их семей.

¹ Премия относится к бренду М.Видео.

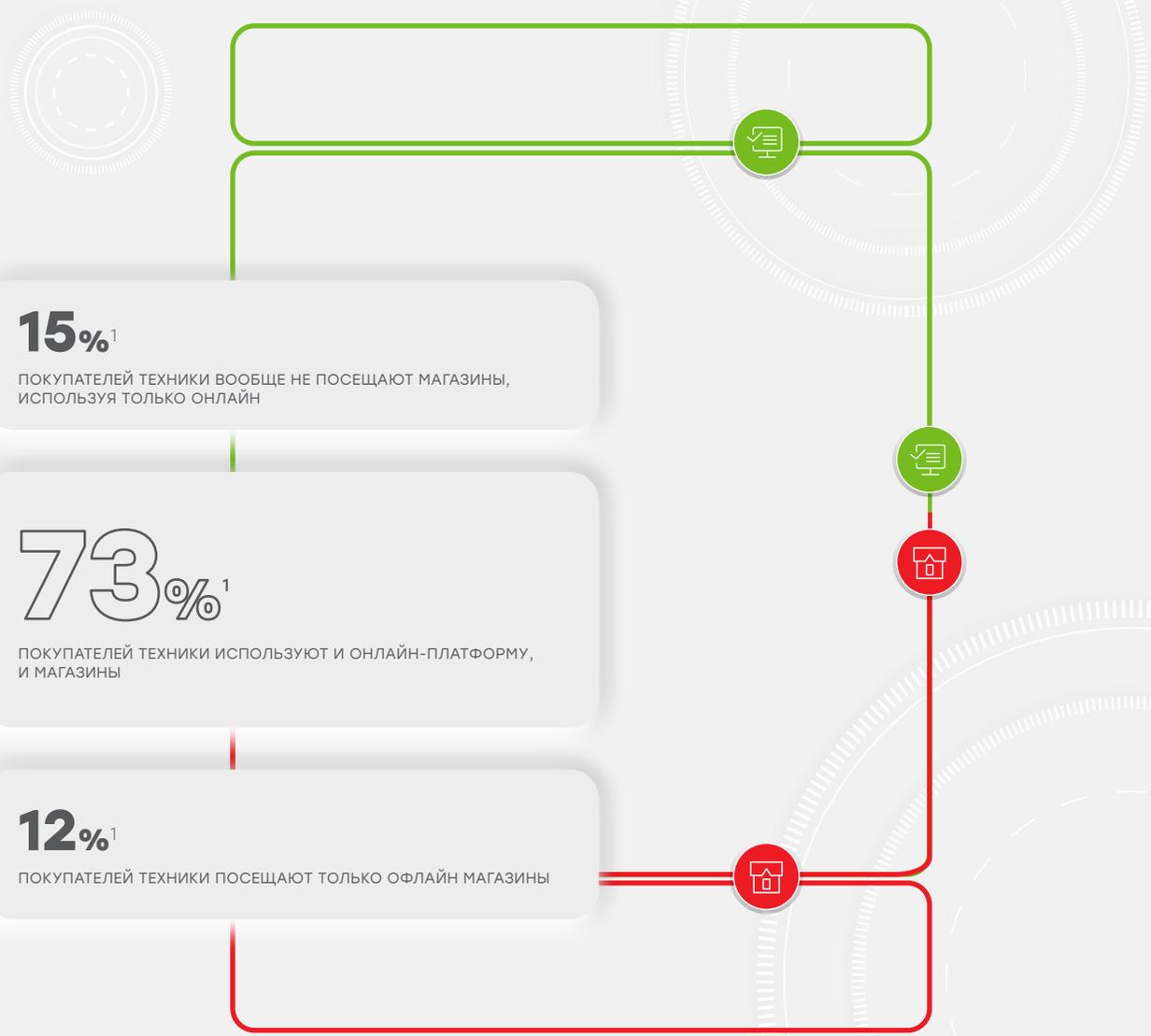
ГИБРИДНАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ РАСШИРЯЕТ ВОЗМОЖНОСТИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ

Проникновение мобильного интернета во все сферы человеческой жизни, особенно ускорившееся в связи с пандемией коронавируса COVID-19, определяет эволюцию нашей бизнес-модели.

Бытовая техника и электроника остаются особой категорией покупок, для совершения которых большинство потребителей стремится использовать и онлайн-каналы, и физические магазины. Только 12% покупателей техники не посещают веб-сайты и приложения, ограничиваясь походом в магазин.¹

А доля онлайн-покупателей, не соприкасающихся с магазинами, даже на фоне ограничений в период пандемии, составляет 15%.¹

Для того, чтобы максимально полно удовлетворять потребности клиентов, вендоров и партнеров, мы развиваем гибридную бизнес-модель, основанную на сочетании ведущего онлайн-бизнеса, основанного на мобильных технологиях, с разветвленной сетью магазинов и сильной логистической инфраструктурой. Наши веб-сайты, мобильные приложения и физические магазины, объединенные в рамках технологического стека OneRetail (см. стр. 12), взаимно дополняют друга, значительно обогащая клиентский опыт. В результате Группа создает важные конкурентные преимущества перед исключительно онлайн-игроками и традиционными ритейлерами.



¹ Согласно исследованию потребительского поведения на рынке Бытовой Техники и Электроники, проведенному ООО «Ай Эр Си» в 16 городах с населением более 500 тысяч человек. База: покупатели, совершившие покупку на рынке БТЭ за последние 6 месяцев, мужчины и женщины, в возрасте 18-55 лет. Данные были собраны в период март-ноябрь 2020 года.

ДВА ВЕДУЩИХ БРЕНДА

Все клиентские сегменты, устойчивость к изменениям покупательского поведения, гибкость в расширении сети.

Наш бизнес опирается на два ведущих розничных бренда – М.Видео и Эльдорадо, каждый из которых имеет почти абсолютную узнаваемость среди российской аудитории¹.

Стратегия двух брендов обеспечивает доступ к максимально широкой аудитории покупателей, а также гибкость к изменениям рыночных трендов и эффективность развития розничной сети. Для обоих брендов управление онлайн-инфраструктурой и сетью магазинов обеспечивается единой ИТ-системой и объединенным бэк-офисом. С целью наиболее эффективной реализации данного подхода мы стремимся к максимальной цифровизации бизнес-процессов в точках взаимодействия с покупателями и всех ключевых бизнес-функциях, включая логистику, маркетинг и управление ассортиментом.

М.видео

Трендсеттер

ШИРОЧАЙШИЙ АССОРТИМЕНТ, В. Т.Ч. ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ И ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ

МАКСИМАЛЬНО ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ

100%

УЗНАВАЕМОСТЬ¹

ЭЛЬДОРАДО.RU

Атакующий

ДОСТУПНЫЕ ПРОДУКТЫ И РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПОВСЕДНЕВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ

БЛИЗОСТЬ К КЛИЕНТУ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ АССОРТИМЕНТ ВНЕ КАТЕГОРИЙ БТИЭ

99%

УЗНАВАЕМОСТЬ¹

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведенного ООО «Миллиард Браун АРМИ-Маркетинг», в период с 13.01.2020 г. по 27.12.2020 г. среди 9 599 респондентов, проживающих в 260 городах России с численностью населения свыше 100 тысяч человек.

ONERETAIL – ПЛАТФОРМА ЛУЧШЕГО ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА

Платформа OneRetail – это постоянно развивающийся набор технологий, позволяющий нашим покупателям получать лучший сервис именно там, где им удобно, пока они свободно перемещаются из онлайн-среды в офлайн и наоборот без потери в скорости покупки и качестве сервиса

Основа OneRetail – мобильная платформа, включающая приложения клиента и приложения продавца (см. **Клиентский опыт, стр. 67**). Приложение клиента автоматически авторизует его онлайн, а приложение консультанта дает возможность идентифицировать покупателя в магазинах.

В сочетании с продвинутыми системами анализа данных, мобильные технологии позволяют нам лучше понимать потребности покупателей, обеспечивать высокую персонализацию сервиса и лояльность клиентов, что в итоге дает более высокий средний чек и частоту покупок. Поэтому **нашей стратегической задачей является конвертация анонимных покупателей в растущую базу активных идентифицированных клиентов Группы**, совершающих покупки с помощью мобильных приложений покупателя и продавца или на сайтах Группы.



ONERETAIL: СОЗДАНИЕ СТОИМОСТИ

Мы выделяем три основных этапа покупательского пути, на которые оказывает влияние технология OneRetail. Клиент начинает путь к покупке в мобильном приложении, на сайте или в магазине с **поиска и выбора** товара. Когда выбор сделан, он переходит к **совершению покупки**, а затем к **получению товара** с помощью доставки или самовывоза.

На каждом из этих этапов мы стремимся обеспечивать лучший клиентский опыт, удовлетворяя потребности покупателя в широком ассортименте, лучшей ценности каждой транзакции и удобстве получения покупки. Таким образом мы повышаем лояльность клиентов, стимулируем их чаще возвращаться к нам и рекомендовать бренды Группы другим потенциальным покупателям.



1. Поиск и выбор

- Широкий ассортимент благодаря доступу к онлайн-каталогу «Бесконечной полки» и товарным запасам мерчантов маркетплейса.
- Мощные инструменты персонализированного сервиса на основе искусственного интеллекта.
- Продавцы-консультанты, доступные в любое время в любой точке контакта.



2. Транзакция (совершение покупки)

- Лучшие ценовые предложения с учетом истории взаимодействия клиента с брендами Группы и персональных бонусов.
- Удобный процесс покупки, широкий выбор способов оплаты, в том числе бесконтактной оплаты в магазинах.
- Доступные способы финансирования покупки, в том числе через онлайн-кредитование.



3. Фулфилмент (получение товара)

- 60% населения покрыто и 85% общих онлайн-продаж обеспечено доступностью товара в течение 24 часов с момента оформления заказа.
- 34% товаров готовы для самовывоза через 15 мин. после оформления заказа.
- Разнообразные способы доставки, в том числе экспресс-доставка на такси.
- Широкие возможности самовывоза товара благодаря разветвленной сети магазинов и партнерских пунктов выдачи заказов.

Технологическая платформа OneRetail создает стоимость не только для клиентов, но и для вендоров и мерчантов Группы. В условиях усиливающейся конкуренции за внимание покупателей вендорам все важнее использовать самые эффективные способы донесения информации о продуктах и сервисах до потребителей. Особую роль этот фактор играет в сегменте бытовой техники и электроники, при выборе которых покупатели предпочитают не только увидеть товар, но и подержать его в руках и протестировать. Именно поэтому возможности Группы по демонстрации техники онлайн и на полках магазинов, а также широкий набор инструментов экспертной поддержки покупателей создают все большую ценность для поставщиков и мерчантов, повышают их заинтересованность в работе с Группой на лучших условиях.

Платформа OneRetail соединяет покупателей и поставщиков в едином розничном пространстве, создавая механизм, в котором высокая вовлеченность вендоров и партнеров содействует росту лояльности клиентов и масштабов бизнеса:



Уникальный клиентский опыт онлайн и в магазинах повышает лояльность покупателей и поток заказов

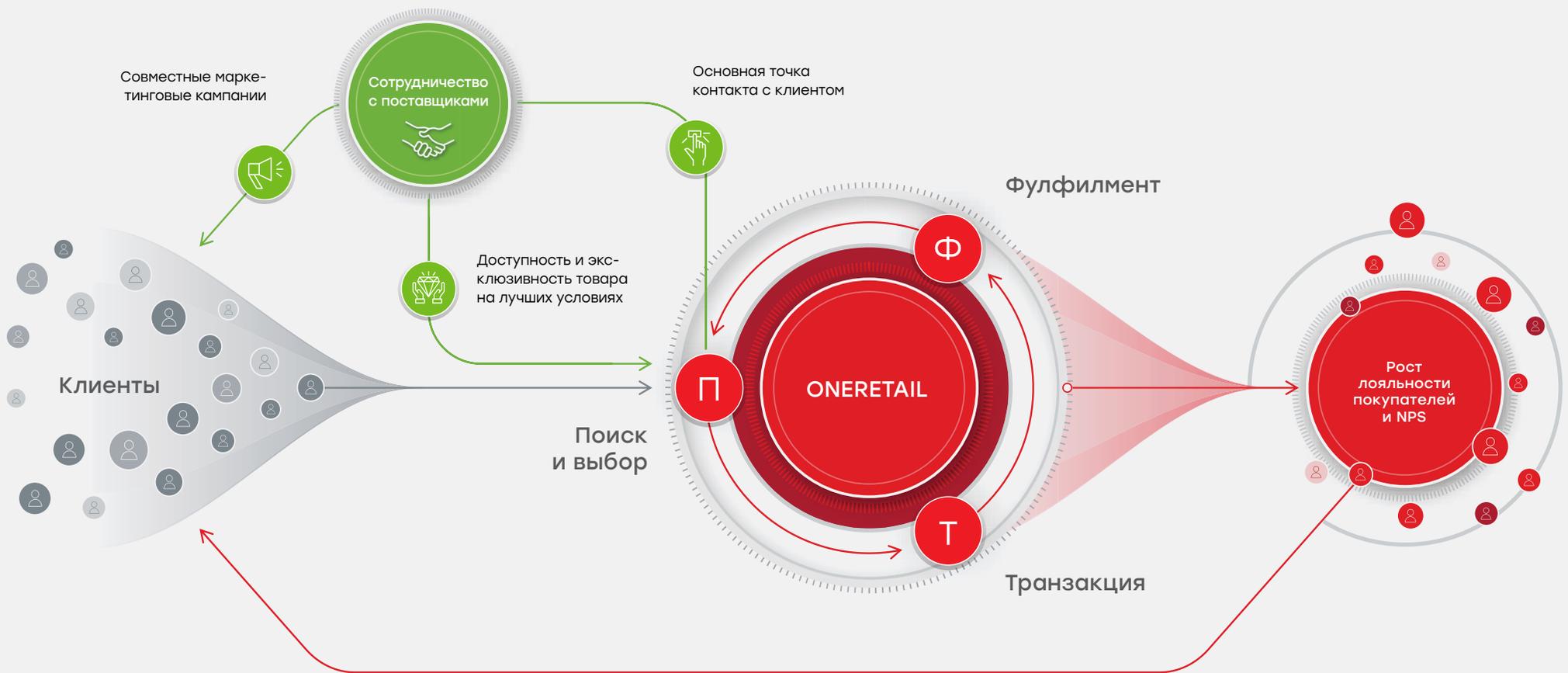


Растущая база лояльных клиентов и широкие возможности продвижения товаров онлайн и в магазинах укрепляют заинтересованность вендоров в сотрудничестве



Вовлеченность вендоров обеспечивает широкий ассортимент из 75 тыс. SKU с высокой долей эксклюзивных позиций, и отличное ценовое предложение, что также содействует увеличению клиентского потока

ГИБРИДНАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ И ПЛАТФОРМА ONERETAIL ОБЕСПЕЧИВАЮТ ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПОСТАВЩИКОВ



ONERETAIL В ДЕЙСТВИИ: ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ПОВЫШАЕТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОДАЖ

Приложение консультанта

Коэффициент конверсии в 2020 году (%)

Мобильная платформа
(приложение для консультантов)

41%

x3,6

М.Видео: офлайн-канал

12%

Средний чек и количество штук в чеке,
приобретаемых за один раз в 2020 году (руб.)

Мобильная платформа
(приложение для консультантов)

18 539 (2,1 шт.) **x2,0**

М.Видео: офлайн-канал

9 414 (1,6 шт.)



Приложение покупателя

Коэффициент конверсии в 2020 году (%)

Мобильная платформа
(приложение для покупателей)

6,3%

x1,9

Веб-сайт

3,3%

Коэффициент выкупаемости в 2020 году (%)

Мобильная платформа
(приложение для покупателей)

77%

x1,3

Веб-сайт

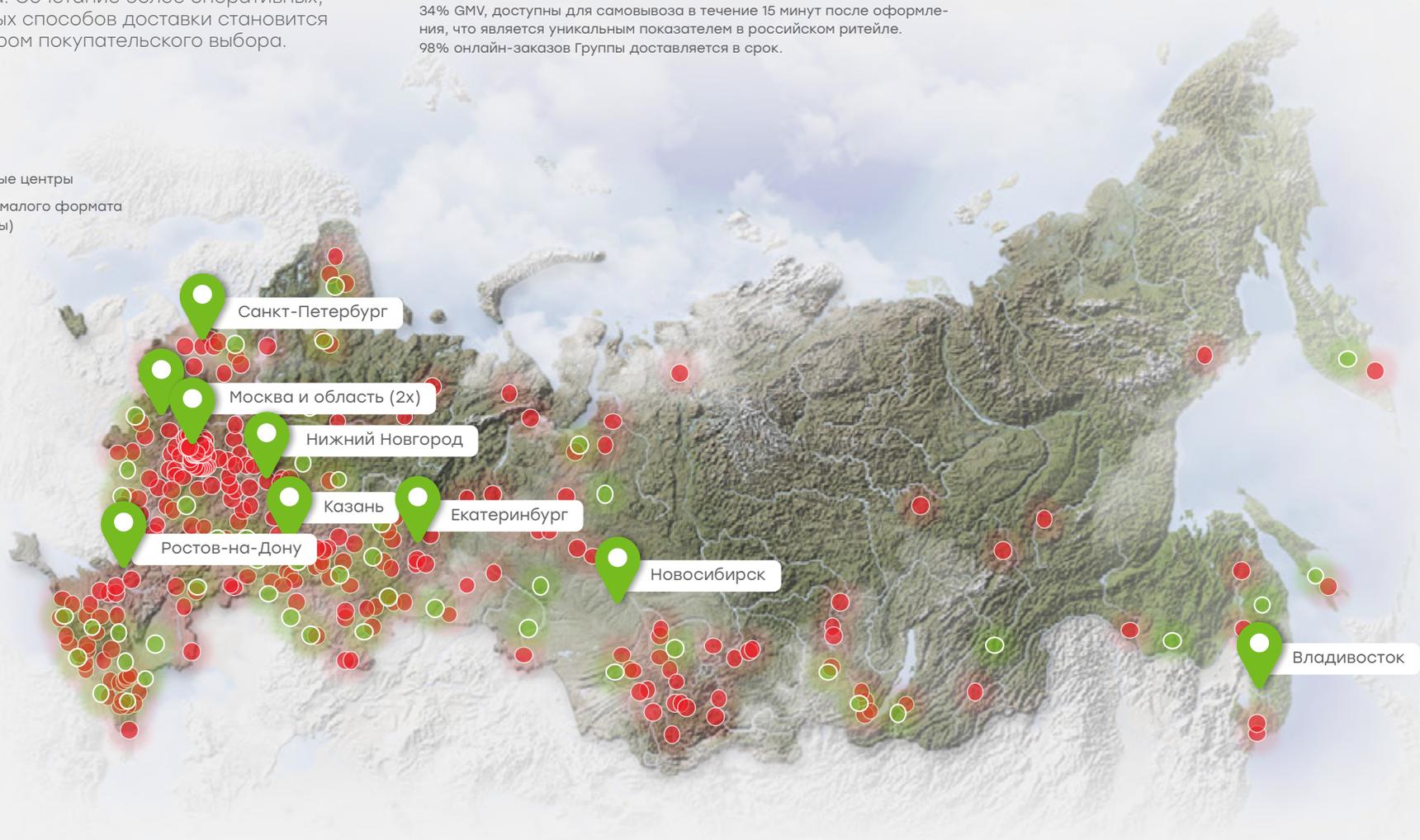
59%

ПОЛНОЕ ПОКРЫТИЕ РЫНКА В ЕДИНОЙ РОЗНИЧНОЙ СРЕДЕ

Группа считает, что стремление покупателей получать товар «здесь и сейчас» будет все сильнее определять развитие ритейла. Сочетание более оперативных, надежных и точных способов доставки становится ключевым фактором покупательского выбора.

На начало 2021 года жителям 279 городов присутствия М.Видео-Эльдорадо, или 60% населения России доступна опция получения товара в течение 24 часов с момента оформления заказа. При этом заказы, составляющие 34% GMV, доступны для самовывоза в течение 15 минут после оформления, что является уникальным показателем в российском ритейле. 98% онлайн-заказов Группы доставляется в срок.

- Распределительные центры
- Региональные РЦ малого формата (мультиплатформы)
- Магазины



Высокий уровень развития фулфилмента обеспечивается масштабной розничной и логистической инфраструктурой, включающей в себя:

1 074 магазина (542 магазина М.Видео и 532 магазина Эльдорадо)¹. Расстояние между самым восточным магазином Группы в Петропавловске-Камчатском и самым западным в г. Калининграде превышает 7 420 км. Магазины являются продолжением покупательского онлайн-опыта, местом демонстрации техники и инноваций не только для посетителей, но и для онлайн-пользователей через сервис видеоконсультаций. Кроме того, розничная сеть выступает центром концентрации товарных запасов, на который приходится 46% запасов Группы. Товарные запасы Группы размещаются в магазинах с учетом данных предиктивной аналитики, что позволяет Группе обеспечить самый быстрый на рынке доступ к востребованным товарам при максимально эффективном управлении стоком. Высокая плотность магазинов позволяет успешно развивать услуги экспресс-доставки и самовывоза товаров. В связи с этим мы рассматриваем расширение розничной сети как основной инструмент поддержки и развития онлайн-продаж.

Сеть из 55 000 партнерских пунктов выдачи заказов, а также 60 партнерств со службами доставки, в том числе агрегаторами такси.

Логистическую инфраструктуру общей складской площадью 1 млн. кв. м. (с учетом магазинов), в том числе центральные распределительные склады и мультиплатформы. Распределительные центры Группы покрывают всю территорию России, обеспечивая доступ к наиболее востребованному ассортименту в каждом регионе.

100% онлайн-покрытие в городах присутствия благодаря развитой онлайн-платформе.

Благодаря **инвестициям в розничную сеть и логистику, превысившим 150 млрд рублей с 1993 года**, мы на несколько лет опередили ведущие маркетплейсы в развитии логистической системы и «последней мили». Группа планирует продолжать улучшать качество доставки и услуг самовывоза и ставит ряд стратегических целей на этом направлении. В частности, Группа намерена увеличить долю товаров, доступных для самовывоза в течение 15 минут, с 34% до более чем 50% от GMV (см. Стратегия, стр. 36).

¹ На 31 декабря 2020 года.



>150 млрд руб.
ВЛОЖЕНО В МАГАЗИНЫ И ЛОГИСТИЧЕСКУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ С 1993 Г.

85%
ДОСТУПНОСТЬ ОБЩИХ ОНЛАЙН-ЗАКАЗОВ В ТЕЧЕНИЕ 24 ЧАСОВ

>55 тыс.
ПАРТНЕРСКИХ ПУНКТОВ САМОВЫВОЗА И ПОСТАМАТОВ

100%
ОНЛАЙН-ПОКРЫТИЕ ГОРОДОВ ПРИСУТСТВИЯ

~540 тыс. кв. м
ПЛОЩАДЬ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ В 1 074 МАГАЗИНАХ

КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 2020 ГОДА

Динамичный рост и трансформация в ведущую e-commerce компанию

100 млн
ПОСЕЩЕНИЙ ОНЛАЙН И В МАГАЗИНАХ ЕЖЕМЕСЯЧНО

60%
НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ ДОСТУПНА ДОСТАВКА В ТЕЧЕНИЕ 24 ЧАСОВ

34%
GMV СОСТАВЛЯЮТ ЗАКАЗЫ, ДОСТУПНЫЕ ДЛЯ САМОВЫВОЗА В ТЕЧЕНИЕ 15 МИНУТ

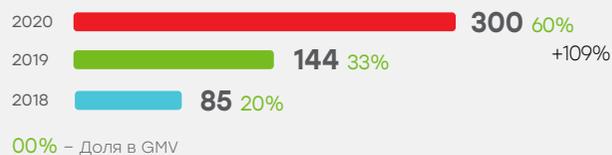
7,8 млн
УСТАНОВОК ПРИЛОЖЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЯ М.ВИДЕО И ЭЛЬДОРАДО НА КОНЕЦ 2020 ГОДА

8,7 млн
ТРАНЗАКЦИЙ С ОПЫТОМ ЦИФРОВОЙ КОНСУЛЬТАЦИИ

GMV¹ (млрд руб.)



Общие онлайн-продажи² и их доля в GMV (млрд руб.)



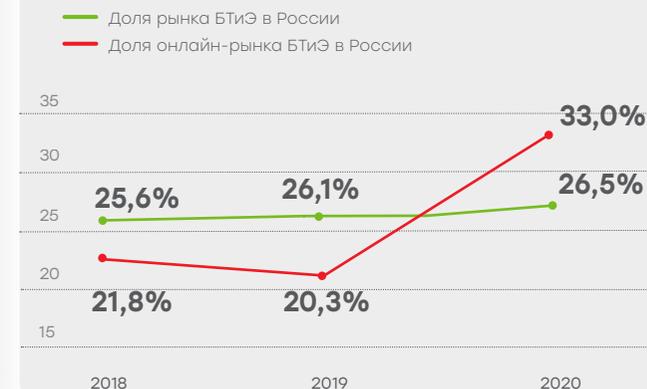
Оборот мобильной платформы³ (млрд руб.)



¹ 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 включает продажи товаров и сервисов, которые могут быть собственными и агентскими. GMV включает НДС, идёт за вычетом скидок, предоставленных покупателям, а также за вычетом возвратов, совершенных за отчетный период. Показатель GMV не является выручкой Компании.

² Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильное приложение продавца. В настоящее время продажи через мобильное приложение продавца доступны только в магазинах «М.Видео».

Позиции Группы на российском рынке БТиЭ⁴



³ Оборот мобильной платформы включает в себя продажи через пользовательские приложения М.Видео и Эльдорадо и приложение продавцов в магазинах.

⁴ По данным GfK за 2020 год.

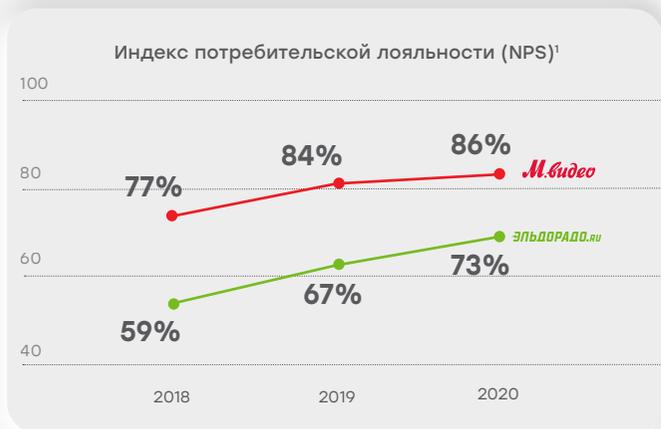
Расширение клиентской базы и успешное развитие платформы OneRetail

42%

АКТИВНЫХ ИДЕНТИФИЦИРОВАННЫХ КЛИЕНТОВ ГРУППЫ СОСТАВЛЯЮТ КЛИЕНТЫ ONERETAIL, ТО ЕСТЬ ТЕ, КТО СОВЕРШАЕТ ПОКУПКИ ЧЕРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЯ, ПРИЛОЖЕНИЕ ПРОДАВЦА ИЛИ НА ВЕБ-САЙТАХ

>50%

МАГАЗИНОВ ГРУППЫ ОБЕСПЕЧЕНО ПРИЛОЖЕНИЕМ ДЛЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛИЕНТОВ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИМ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОГО ЦИФРОВОГО СЕРВИСА



¹ Согласно ООО «МП АНАЛИТИКА». За период 2017–2019 г. отражены среднегодовые результаты; за 2020 г. отражены результаты за 1-й квартал. Исследование было проведено в 39 магазинах М.Видео, 35 магазинах Эльдорадо, на основании опроса на выходе из магазинов.

² Компания определяет активных идентифицированных клиентов, как покупателей, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продаж.

Активные идентифицированные клиенты² (млн чел.)



00% – Доля покупателей по модели OneRetail

OneRetail Вне OneRetail

Продажи через приложение покупателя (млрд руб.)



Продажи через приложение продавца-консультанта (млрд руб.)



³ Финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное. Информация о корректировках EBITDA и чистой прибыли приведена в разделе «Операционные и финансовые результаты».

⁴ Показатель EBITDA скорректирован на расходы единовременного характера в размере 1 598 миллионов рублей на меры по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и на единовременную выплату компенсации на основании решения Совета Директоров за успешную реализацию проекта по антикризисному управлению, связанному с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору.

Высокие финансовые показатели³ и создание стоимости

11,4 млрд руб.

ДИВИДЕНДОВ ГРУППА ВЫПЛАТИЛА АКЦИОНЕРАМ В ТЕЧЕНИЕ ГОДА

≥100 %

ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ПО СТАНДАРТУ МСФО 17 ГРУППЫ НАПРАВЛЯЕТСЯ НА ВЫПЛАТУ ДИВИДЕНДОВ В СООТВЕТСТВИИ С НОВОЙ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКОЙ

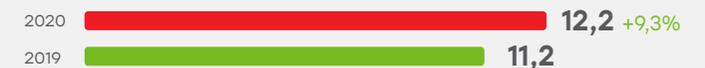
Выручка, млрд руб.



Скорректированная EBITDA⁴, млрд руб.



Скорректированная чистая прибыль⁵, млрд руб.



⁵ Показатель чистой прибыли скорректирован на убыток ассоциированных и совместных предприятий (2019: 1 953 млн руб., 2020: 2 468 млн руб.), а также на расходы единовременного характера в размере 1 278 млн рублей (1 598 млн рублей с учетом налогов) на меры по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и на единовременную выплату компенсации (с учетом налогов) на основании решения Совета директоров за успешную реализацию проекта по антикризисному управлению, связанному с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору.

Фокус на устойчивом развитии бизнеса

>1 000 тонн

БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И

>1 млн

БАТАРЕЕК

НАПРАВЛЕНО НА ПЕРЕРАБОТКУ

31%

ОДИН ИЗ САМЫХ НИЗКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ В ОТРАСЛИ

6

ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ООН ЛЕЖАТ В ОСНОВЕ НОВОЙ ESG-СТРАТЕГИИ ГРУППЫ, РАЗРАБОТАННОЙ В 2020 ГОДУ

Текучесть персонала²

Средняя текучесть персонала в Группе – одна из самых низких в отрасли. Мы смогли удержать ее на уровне **30,5%**² по итогам 2020 г. несмотря на все вызовы и ограничения пандемии



Вовлеченность персонала³

Группа также лидирует по показателю вовлеченности персонала – **80%** против 68% в среднем по отрасли³



¹ ESG - ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE - комплексный взгляд на бизнес с анализом его экологических и социальных результатов, а также подходов к управлению.

² Текучесть персонала по отрасли указана на основе «HUMAN RESOURCES PERFORMANCE INDICATORS», AMT CONSULT AND KPMG, 2020.

³ Вовлеченность персонала по отрасли указана на основе «EMPLOYEE ENGAGEMENT SURVEY», KINCENTRIC (AON HEWITT), 2020.

Эффективный ответ на вызовы пандемии COVID-19

Эффективная гибридная бизнес-модель и профессиональная вовлеченная команда позволили Группе не только преодолеть вызовы, связанные с пандемией COVID-19, но и выйти на новый уровень в своем развитии. Мы ввели необходимые правила безопасности, реализовали меры по поддержке сотрудников и повышению эффективности и запустили проекты развития «последней мили» и бесконтактных форм покупок. Одновременно мы продолжали выводить на рынок инновационные решения и сервисы на платформе OneRetail.

Забота о покупателях и сотрудниках

- Меры защиты здоровья в розничной сети и на всех объектах Группы (мониторинг состояния здоровья, обработка помещений, использование разметки в магазинах и др.);
- Незанятые в магазинах сотрудники получили возможность перейти на работу в другие подразделения. Дополнительное страхование жизни и здоровья, материальная помощь в случае заболевания коронавирусом и др. меры.

Развитие «последней мили» с сохранением преимуществ розничной сети

- Новые партнерства с X5 Retail Group и «Почтой России», существенно расширившие сеть пунктов самовывоза заказов Москве и регионах;
- Шесть режимов работы магазинов, в том числе в формате пунктов выдачи заказов, салонов связи или darkstore;
- Экспресс-доставка заказов службами такси.

Инновационные решения, направленные на развитие онлайн-продаж

- Запуск сервиса онлайн видеоконсультаций;
- Новый канал поддержки клиентов в режиме 24/7 через мессенджер WhatsApp;
- Повышение эффективности работы контактного центра на фоне роста числа обращений.

Оптимизация расходов

- Режим общей экономии и оптимизация всех операционных расходов при выполнении социальных обязательств в отношении сотрудников;
- Оптимизация инвестпрограммы с фокусом на дальнейшее развитие онлайн-сервисов и улучшение покупательского опыта;
- Оптимизация платежей и условий взаимодействия с партнерами.

Охрана здоровья



РАЗВИТИЕ БЕСКОНТАКТНОЙ СРЕДЫ ПОКУПОК



МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ И МАТЕРИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА



>90% МАГАЗИНОВ ПРОДОЛЖАЛИ РАБОТАТЬ ДАЖЕ НА ПИКЕ ОГРАНИЧИТЕЛЬНЫХ МЕР

Контроль расходов



ИНИЦИАТИВЫ ЭКОНОМИИ ИЗДЕЛКОВ



ОПТИМИЗАЦИЯ КАПИТАЛЬНЫХ ЗАТРАТ



ОПТИМИЗАЦИЯ ПЛАТЕЖЕЙ КОНТРАГЕНТАМ И ПАРТНЕРАМ

Инновации



НОВЫЕ ПАРТНЕРСТВА В «ПОСЛЕДНЕЙ МИЛЕ»



ГИБКОСТЬ РАБОТЫ МАГАЗИНОВ (в 6 режимах)



БЕСКОНТАКТНАЯ ДОСТАВКА И САМОВЫВОЗ



БЕЗНАЛИЧНЫЕ ПЛАТЕЖИ ПРИ ДОСТАВКЕ



УНИВЕРСАЛИЗАЦИЯ ПЕРСОНАЛА МАГАЗИНОВ

ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Беспорный лидер в бизнесе и инновациях

М.Видео-Эльдорадо последовательно укрепляет свои рыночные позиции в России. В 2020 году на фоне увеличения доли онлайн-торговли, ускоренного влиянием пандемии, мы успешно завершили трансформацию Группы в онлайн-бизнес с сильной логистической инфраструктурой на основе магазинов, увеличив долю в онлайн-сегменте рынка с 20,3% до 33%, по данным GfK. Многие годы мы являемся инновационным лидером и пионером российского ритейла потребительской электроники, формируя ключевые тренды и стандарты отрасли.

Устойчивый рост доли рынка¹



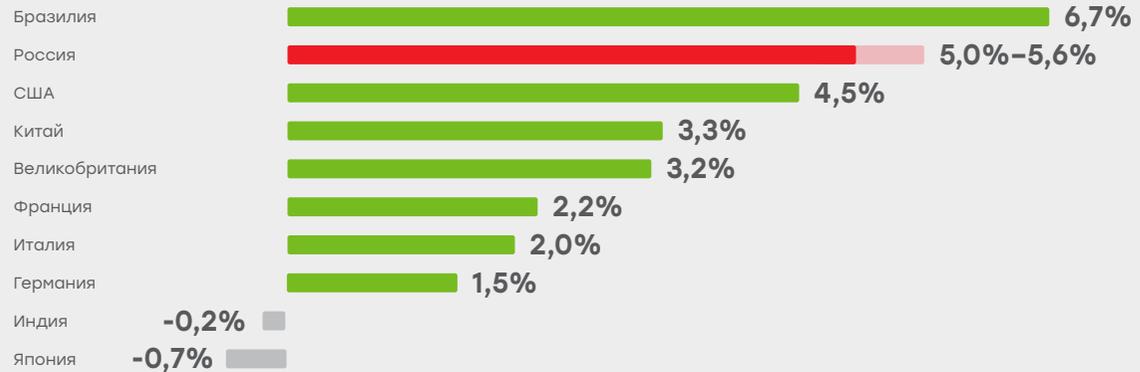
¹ По данным GfK.
² С учетом 10% объема рынка, не покрываемого компанией GfK.

Рынок с существенным потенциалом дальнейшего структурного роста

На фоне развития домашнего потребления и «удаленного» образа жизни бытовая техника и электроника все больше относятся к товарам первой необходимости. Российский рынок, достигнув отметки в 2 025² млрд рублей по итогам 2020 года по данным GfK, входит в топ-10 крупнейших рынков бытовой электроники в мире и имеет значительный потенциал роста за счет все еще невысокого проникновения отдельных категорий и увеличения спроса на традиционную и инновационную технику, а также сопутствующие сервисы.

По оценкам GfK, суммарный рост российского рынка бытовой техники и электроники в ближайшие пять лет может составить 30%, или 600 млрд рублей.

Рынки потребительской электроники¹, GAGR в 2020–2024 гг. в национальных валютах (%)





Гибкая гибридная бизнес-модель расширяет возможности роста

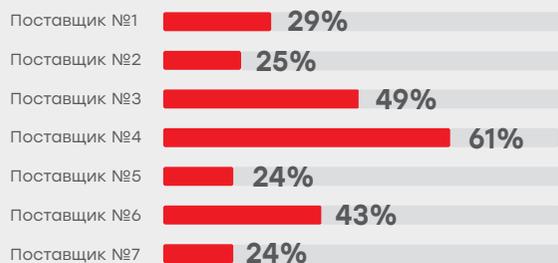
Мы развиваемся на основе эффективной бизнес-модели, предполагающей полную интеграцию онлайн-каналов и традиционных магазинов. С момента своего основания Группа инвестировала значительные средства в развитие ИТ-инфраструктуры и расширение розничной и логистической сети, создав сильные конкурентные преимущества перед чисто онлайн ритейлерами и традиционными игроками. Гибридная модель, усиленная технологической платформой OneRetail, позволяет эффективно адаптироваться к рыночным изменениям и прибыльно наращивать бизнес в онлайн и офлайн пространстве.

Ценовое лидерство, основанное на партнерских отношениях с вендорами и закупочной силе

Благодаря крепким отношениям с партнерами и мерчантами мы имеем возможность предлагать покупателям ассортимент из 75 тысяч SKU с высокой долей эксклюзивных позиций и придерживаться принципа лучшей цены для покупателя, сохраняя приемлемый уровень валовой маржи.

Ключевые поставщики – доля продаж в РФ, приходящаяся на Группу М.Видео-Эльдорадо

М.ВидеоЭльдорадо



Четкая стратегия роста и создания стоимости

Основной стратегической задачей Группы является удвоение объемов бизнеса и достижение размера GMV в 1 трлн рублей к 2025 году при сохранении высокого уровня операционной рентабельности и комфортной долговой нагрузки. В рамках реализации стратегии мы планируем нарастить долю общих онлайн-продаж с 60% до более чем 85%, значительно увеличить количество авторизованных клиентов и клиентов OneRetail¹, а также достичь ряда других показателей (см. «Стратегия Hacking Retail», стр. 36). Одновременно, согласно новой дивидендной политике, Группа намерена выплачивать не менее 100% чистой прибыли по стандарту МСФО 17 в виде дивидендов.

В рамках стратегии Группа намерена двигаться к реализации трех ключевых сверхзадач, обеспечивая лучший клиентский опыт на каждом из этапов выбора и совершения покупки:

-  Полное покрытие потребностей покупателей в потребительской электронике путем создания самого широкого ассортимента на рынке и увеличения доли инновационных и премиальных товаров в ассортименте;
-  Перевод всех продаж на мобильную платформу: развитие мобильной платформы таким образом, чтобы покупатели могли получить лучший опыт и доступ ко всем нашим товарам и сервисам через смартфон
-  Доступность максимального числа заказов для отправки / самовывоза через 15 мин после оформления покупателем через дальнейшее совершенствование инфраструктуры и логистической платформы

Опытная команда менеджмента, пользующаяся поддержкой сильных акционеров

Команда топ-менеджмента Группы состоит из ведущих профессионалов российского рынка со средним уровнем релевантного бизнес-опыта более 20 лет. Крупнейшими акционерами Группы являются ведущий российский финансово-промышленный холдинг Группа САФМАР и один из крупнейших европейских ритейлеров Сесопоту.

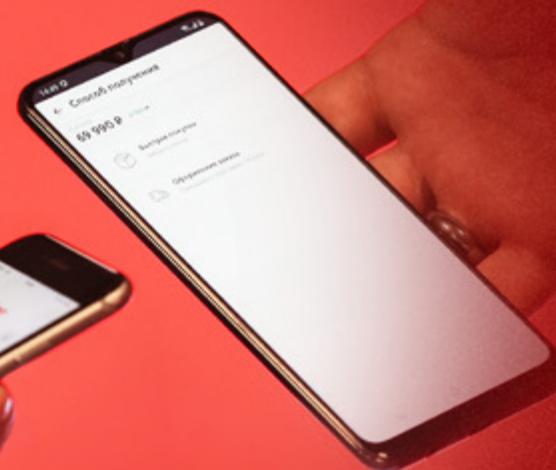
¹ Идентифицированные клиенты, совершившие хотя бы одну покупку в течение последних 12 месяцев с помощью мобильных приложений покупателя и продавца или на сайтах Группы.



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

HACKING RETAIL

**HACKING RETAIL –
С ПОМОЩЬЮ
МОБИЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ
МЫ ТРАНСФОРМИРУЕМ
ПРИВЫЧНЫЙ
ПОДХОД К РИТЕЙЛУ,
ОБЪЕДИНЯЯ
ОНЛАЙН
И МАГАЗИНЫ**



М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО

ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПАО «М.ВИДЕО»

информация о ФИО не раскрывается*



Уважаемые акционеры и партнеры!

В прошедшем году из-за распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19 мировое сообщество столкнулось с беспрецедентными внешними вызовами, изменившими привычный ход вещей. Мы стали свидетелями того, как не только отдельные компании или рынки, но и экономики целых стран и регионов мира должны были в кратчайшие сроки адаптироваться к новым условиям, ускорить трансформационные процессы и начать действовать на опережение.

Розничный бизнес на этом фоне, с одной стороны, в значительной степени ощутил влияние пандемии, с другой – получил мощный импульс к качественно новому развитию. В 2020 году первоочередными задачами Группы стали забота о безопасности и благополучии клиентов, партнеров и сотрудников, а также удовлетворение резко возросшего спроса на онлайн-покупки и доставку товаров. Группа М.Видео-Эльдорадо успешно ответила на эти вызовы. На протяжении последних лет мы последовательно трансформировались в компанию, чья успешная гибридная бизнес-модель демонстрирует высокую гибкость и эффективность даже в условиях неопределенности.

Нам было на что опереться в это непростое время – мы уже были достаточно хорошо развиты с точки зрения цифровизации и омниканальности, у нас есть универсальная бизнес-модель и два федеральных бренда со 100%-ой узнаваемостью, лояльная клиентская база, широкая сеть магазинов по всей стране, эффективная логистика, и, конечно, профессиональная и слаженная команда. Важными для компании в этот период стали вовлеченность и участие основателей М.Видео Александра Тынкована и Павла Бреева в операционной работе бизнеса. Их опыт и знания сыграли важную роль в успешном антикризисном управлении Группой в период наиболее жестких ограничений во втором квартале 2020 года.

В сложных условиях Компания продемонстрировала сильный рост объемов бизнеса, в очередной раз подтвердив лидерство в инновациях, способность превосходить и быстро реагировать на новые рыночные вызовы. М.Видео-Эльдорадо была одним из немногих непродовольственных ритейлеров, сохранивших персонал и показавших рост бизнеса, несмотря на все действовавшие ограничения. Результатом кропотливой работы нашей команды на протяжении всего года стало приобретение Группой статуса одного из крупнейших российских ритейлеров по объему онлайн-продаж.

Одним из важных фокусов Группы в 2020 году было совершенствование системы корпоративного управления. За прошедшие двенадцать месяцев произошел ряд важных изменений в составе Совета директоров. В состав Совета вошел *информация не раскрывается*. В августе Группа объявила о создании Комитета по стратегии и цифро-вой трансформации при Совете директоров. Председателем комитета избран *информация не раскрывается*. Данный шаг является подтверждением нашего фокуса на дальнейшей цифровой трансформации и развитии онлайн-бизнеса М.Видео-Эльдорадо.

В 2021 году мы намерены продолжить развитие системы корпоративного управления Группы в соответствии с лучшими международными практиками. В частности, мы намерены увеличить долю независимых директоров в составе Совета директоров М.Видео-Эльдорадо, что позволит усилить экспертизу, важную для дальнейшего роста Группы.

В прошедшем году также произошло укрепление команды менеджмента Группы. В октябре новым генеральным директором Группы М.Видео-Эльдорадо стал Александр Изосимов. Его опыт развития быстрорастущих бизнесов и стратегическое видение полностью отвечают нашим лидерским амбициям, что имеет особое значение именно сейчас, когда компания открывает новую страницу развития с принятием Стратегии-2025. Сегодня можно с уверенностью сказать, что Группа обладает одной из самых сильных команд в российском ритейле.

На протяжении всего 2020 года Компания работала над определением новых точек долгосрочного роста, формулировала для себя ключевые приоритеты развития. Итогом этой работы стало утверждение в декабре новой стратегии Компании. Мы ставим перед собой амбициозную цель удвоить размер GMV к концу 2025 года до 1 трлн рублей, при этом сохраняя исторически высокие показатели рентабельности по EBITDA и комфортный уровень долговой нагрузки.

Важно отметить, что развитие в соответствии со стратегией позволит сочетать движение к цели удвоения бизнеса и инвестиции в дальнейший рост с высоким возвратом денежных средств акционерам. В подтверждение этому в начале 2021 года Группа приняла новую дивидендную политику, в которой находят отражение как способность компании генерировать значительный свободный денежный поток, так и уверенность в перспективах роста и устойчивости бизнеса. Группа намерена осуществлять регулярные выплаты акционерам на уровне не менее 100% чистой прибыли по стандарту МСФО (IAS) 17, что, безусловно, укрепит привлекательность и прозрачность нашей инвестиционной истории для всего рынка и позволит акционерам Группы стать бенефициарами роста бизнеса.

Успехи Компании уже сегодня находят отражение в растущем интересе к ее акциям со стороны инвесторов. В марте 2021 года компания Группы САФМАР успешно разместила 13,5% акций М.Видео-Эльдорадо в рамках вторичного публичного предложения акций (SPO) на Московской бирже на сумму 17,6 млрд рублей. В размещении приняли участие ведущие международные и российские фонды, а также розничные инвесторы. В результате мы удвоили долю акций М.Видео-Эльдорадо в свободном обращении до 24%, что будет способствовать росту ликвидности акций Компании в интересах всех акционеров. По итогам размещения Группа САФМАР осталась мажоритарным акционером Компании, что отражает нашу уверенность в будущем М.Видео-Эльдорадо и желание продолжать участвовать в ее успехе.

Являясь системообразующим игроком, М.Видео-Эльдорадо в полной мере осознает всю ответственность перед широким кругом наших стейкхолдеров. В этой связи вопросы устойчивого развития не только становятся важной частью нашей корпоративной культуры и бизнес-модели, но и приобретают по-настоящему стратегический характер. В начале 2021 года мы приняли стратегию в области устойчивого развития, определив конкретные цели по созданию стоимости для партнеров и общества в целом, а также снижению отрицательного воздействия нашего бизнеса и всего сектора потребительской электроники на окружающую среду. Наши социальные и экологические инициативы уже нашли широкое признание общества, и мы намерены продолжать работу в этом направлении и развивать новые продукты для достижения стратегических целей.

Уверен, что прочный фундамент, заложенный нашей командой, позволит М.Видео-Эльдорадо достичь всех обозначенных стратегических целей, создавая еще большую стоимость для наших клиентов, сотрудников, партнеров, акционеров и общества в целом.

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО АЛЕКСАНДРА ИЗОСИМОВА

Уважаемые коллеги, акционеры, инвесторы и партнеры!

Для меня стало честью возглавить Группу М.Видео-Эльдорадо в один из ключевых моментов в ее истории. События прошлого года стали проверкой на прочность для всего ритейла и запустили процессы глубокой трансформации нашей индустрии. На фоне пандемии COVID-19 мы столкнулись с новыми вызовами – рисками в сфере охраны здоровья, взрывным ростом спроса на покупки онлайн и сверхбыструю доставку, а также нарушениями в цепочках поставок. В этих условиях особенно ярко проявились конкурентные преимущества Группы – гибкая гибридная бизнес-модель, инновационное лидерство, эффективная фулфилмент-инфраструктура и вовлеченная команда сотрудников. В результате, мы успешно преодолели трудности, добились сильных результатов и создали основу для дальнейшего прибыльного роста.

Итоги 2020 году подтвердили качество нашей гибридной бизнес-модели с фокусом на технологиях

GMV Группы по итогам года увеличился на 15% по сравнению с 2019 годом до 505 млрд рублей, а число наших идентифицированных активных клиентов выросло до 19 млн. Одновременно мы показали сильные финансовые результаты: показатель скорректированной EBITDA вырос на 7% до 28 млрд рублей, а рентабельность по скорректированной EBITDA составила 6,8%, что остается одним из лучших показателей среди глобальных ритейлеров в сегменте потребительской электроники, в особенности на фоне крайне неординарных условий ведения бизнеса в 2020 году.

Однако главным итогом года, безусловно, стала ускоренная трансформация нашего бизнеса в лидирующую e-commerce платформу. Общие онлайн-продажи Группы более чем удвоились и достигли рекордных 300 млрд рублей, составив 60% от GMV по сравнению с 33% в 2019 году. Оборот мобильной платформы вырос в 2,5 раза до 154 млрд рублей, а число установок мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо приблизилось к 7,8 млн, увеличившись в 5,5 раз к прошлому году. Взрывной рост онлайн-бизнеса отразился и в скачке рыночной доли Компании в онлайн-сегменте российского рынка потребительской электроники до 33% по сравнению с 20% в 2019 году. При этом общий оборот в онлайн

поставил М.Видео-Эльдорадо в ряд крупнейших игроков российской электронной торговли не только в нашем секторе, но и во всей российской рознице.

Данные результаты подтверждают верность нашего фокуса на сочетании технологий с расширением розничной сети, которая сегодня состоит из более 1 000 магазинов по всей стране, и уникальной фулфилмент-инфраструктурой с общей складской площадью более 1 млн кв. метров. Такая бизнес-модель, которую мы называем гибридной, позволяет нам быстро адаптироваться к изменению рыночных условий и максимизировать наши конкурентные преимущества. Мы успешно запустили новые сервисы, такие как удаленные видеоконсультации, перевели магазины в гибкий режим работы и существенно усилили «последнюю милю» благодаря новым партнерствам в доставке и выдаче заказов.

Мобильные технологии OneRetail – основа нашего устойчивого роста в новых рыночных условиях

Достижения 2020 года создали сильную основу для дальнейшего устойчивого роста нашего бизнеса, и этот рост, как мы рассчитываем, будет определяться как динамикой нашего рынка, так и опережающим развитием бизнеса Группы.

Российский рынок бытовой техники и электроники (БТЭ) остается одним из самых привлекательных и перспективных в мире. По оценкам GfK, в ближайшие три года он может вырасти примерно на 30% с текущих 2 трлн до 2,7 трлн рублей¹. Главным драйвером этого роста, как ожидается, будет e-commerce, но при этом и традиционные, и онлайн покупатели будут активно пользоваться возможностями физических магазинов как пунктов самовывоза или тестирования товаров (даже в условиях пандемии 90% покупателей М.Видео-Эльдорадо приобретают технику, так или иначе взаимодействуя с нашими магазинами). А значит, наша гибридная бизнес-модель будет продолжать создавать для нас конкурентные преимущества с точки зрения как клиентского сервиса, так и эффективности бизнеса.



¹ Включая 10% рыночного объема, не покрываемого панелью Компании GfK.

Все более важным инструментом для совершения покупок, а значит и ключевым инструментом конкуренции за покупателя, становится смартфон. В развитии Группы как цифровой компании мы делаем ставку на нашу технологическую платформу OneRetail, которая включает в себя мобильные приложения покупателя, мобильное приложение продавца-консультанта, а также веб-сайты М.Видео и Эльдорадо. Технологии OneRetail успешно решают главную проблему розничных компаний – проблему идентификации клиента. Сегодня e-commerce игроки умеют идентифицировать покупателя через мобильное приложение или личный кабинет в эвбе. OneRetail позволяет делать это во всех каналах продаж, в том числе в магазинах с помощью приложения консультанта, которое имеет доступ к тем же данным, что и приложение покупателя. Это обеспечивает бесшовное взаимодействие с клиентом в едином розничном пространстве, независимо от канала продаж и позволяет нам создавать по-настоящему персонализированный покупательский опыт.

Стратегия Hacking Retail – путь к удвоению объемов бизнеса

Мы считаем, что дальнейшее масштабирование платформы OneRetail с акцентом на мобильные технологии – ключ к завоеванию безусловного лидерства на рынке и созданию того, что на английском называется destination brand. Это видение мы отразили в нашей новой среднесрочной стратегии, которую мы назвали Hacking Retail или «Трансформация ритейла». В рамках стратегии мы обозначили ключевые цели Группы: удвоение объемов бизнеса до 1 трлн рублей GMV к 2025 году; поддержание рентабельности EBITDA в диапазоне 5-7% и обеспечение выплаты дивидендов на уровне не менее 100% чистой прибыли¹ по стандарту МСФО (IAS) 17 при поддержании комфортной долговой нагрузки.

В первую очередь, мы стремимся создать для покупателей комфортную технологичную среду, в которой они могли бы удовлетворить любой запрос, связанный с бытовой техникой и электроникой. Для этого мы планируем существенно расширить ассортимент с 75 тысяч SKU до 250 тысяч SKU в среднесрочной перспективе, в том числе по модели маркетплейса, а также увеличить долю инновационных и премиальных продуктов в продажах, расширить ассортимент доступных сервисов. Мы можем предложить покупателям не только широкий ассортимент, но и реализовать наши преимущества в предоставлении экспертной поддержки клиентам – фактор, играющий особую роль на рынке потребительской электроники. В прошлом году мы осуществили 5 млн доставок и почти 500 тысяч установок техники у покупателей дома. Наши инженеры и консультанты являются экспертами, которым доверяют, и мы намерены использовать это для укрепления нашего контакта с покупателями и повышения их заинтересованности возвращаться к нам снова и снова.

Во-вторых, мы намерены стремиться к тому, чтобы большинство наших покупателей делали покупки исключительно на платформе OneRetail. Зачем нам это нужно? Эти клиенты составляют самую лояльную и активную часть нашей аудитории. Они получают максимально персонали-

зованный инновационный сервис, и в результате пользуются нашими услугами чаще и в большем объеме. При более высокой частоте покупок средний чек OneRetail клиентов на 46% выше, чем у «традиционных» покупателей. Таким образом, увеличение доли OneRetail бизнеса в нашем GMV будет означать, что мы выходим на новый уровень лояльности, устойчивости и монетизации всей клиентской базы.

По итогам 2020 года доля OneRetail покупателей в общей базе наших активных идентифицированных клиентов составляет 42%. Наша стратегическая цель увеличить этот показатель до более 85%. Для этого мы должны предоставить клиентам возможность пользоваться на мобильной платформе полным набором сервисов Группы – от экспертных консультаций до финансирования покупки и управления доставкой. Мы рассчитываем, что одним из важнейших источников нашего роста будет развертывание платформы OneRetail в Эльдорадо. Одновременно мы планируем продолжить работу по повышению персонализации сервиса и ценового предложения на основе технологий искусственного интеллекта и внедрение инноваций, облегчающих процесс покупки, например, единой корзины покупателя, новых опций оплаты и кредитования т.д.

Магазины как часть логистической инфраструктуры

Сегодня, когда покупатели все чаще хотят получить товар «здесь и сейчас», для ритейлеров критически важным становится борьба за скорость и точность доставки товаров потребителям. Для нас решающее преимущество в этой борьбе создает развитая логистическая инфраструктура, включающая сеть магазинов, в которой концентрируется около 46% товарных запасов Группы. На конец 2020 года Группа охватывала 60% населения России доставкой в течение 24 часов. Заказы, формирующие 34% нашей GMV, доступны для самовывоза в течение 15 минут. Эти показатели уникальны для российских ритейлеров, но мы будем улучшать их и дальше. В рамках стратегии мы поставили задачу увеличить долю заказов, доступных через 15 минут после оформления, до более 50% от GMV. Чтобы достичь этой цели, мы будем масштабировать логистическую сеть и активно открывать новые магазины, более цифровые, гибкие и удобные для наших клиентов. В среднесрочной перспективе мы хотим открыть около 500 новых магазинов и выйти в 100 новых населенных пунктов, увеличив охват населения доставкой в течение 24 часов до 70% от населения России. Одновременно мы планируем активно развивать «последнюю милю», расширяя доступные покупателям способы доставки и сеть партнерских пунктов выдачи заказов.

Мы верим, что платформа OneRetail в сочетании с развитой инфраструктурой – это именно то оружие, которое нам позволит выиграть борьбу за покупателя и «хакнуть» традиционную розницу, стирая границы между онлайн- и офлайн-каналами продаж. OneRetail создает ценность не только для покупателей, но и для наших вендоров и поставщиков. В условиях усиливающейся конкуренции за внимание потребителей вендорам принципиально важно иметь возможность наилучшим образом представить свой товар покупателям. И в этом ничто не может им помочь так, как наша платформа, объединяющая лояльных клиентов и широкий набор инструментов экспертной поддержки покупателей.

Развитие как устойчивой технологической компании

Реализация наших стратегических задач невозможна без продолжения глубокой цифровизации клиентского сервиса и всех бизнес-процессов Компании. В связи с этим мы активно реализуем программу масштабной цифровой трансформации, наращивая компетенции Группы в разработке программного обеспечения и анализа, перестраивая нашу ИТ-архитектуру и продвигая технологичное мышление на всех уровнях управленческой структуры.

Важным элементом нашей стратегии также являются принципы устойчивого развития. В прошлом году мы сформулировали нашу стратегию устойчивого развития Группы и сейчас переходим от управления ESG-задачами как множеством разрозненных проектов к реализации единой ESG-программы, интегрированной во все аспекты деятельности Группы. В течение года мы проанализировали ключевые этапы создания стоимости для всех заинтересованных сторон Группы и сосредоточились на трех направлениях, на которых мы можем оказывать наибольшее влияние на окружающий мир: планета, люди и общество, потребители и технологии. Для каждого из этих направлений мы сформулировали ряд целей, для достижения которых реализуются конкретные проекты, о которых вы сможете подробно узнать в этом отчете.

Сочетание четкой стратегии с технологическим мышлением и постоянным стремлением к устойчивости нашего бизнеса дает нам все возможности для дальнейшего укрепления лидерства в российской рознице на основе наших конкурентных преимуществ и глубокой экспертизы на рынке потребительской электроники. При этом мы намерены разделять успехи Компании с нашими акционерами, выплачивая не менее 100% чистой прибыли Группы в виде дивидендов, наращивая при этом объем бизнеса и финансовые показатели.

В этой связи я хотел бы отметить, что в марте 2021 года мажоритарный акционер Компании, Группа САФМАР, сделала важный шаг на пути к дальнейшему повышению инвестиционной привлекательности наших акций, успешно разместив 13,5% акций ПАО «М.видео» в рамках второго публичного предложения на общую сумму 17,6 млрд рублей. Это размещение, вызвавшее значительный интерес у международных и российских инвесторов, позволило повысить ликвидность наших торгуемых ценных бумаг и их доступность для широкого круга инвесторов по мере того, как мы продолжаем реализацию инициатив, направленных на создание ценности для акционеров.

Безусловно, успехи 2020 года и дальнейшее развитие М.Видео-Эльдорадо были бы невозможны без вовлеченности и упорной работы наших сотрудников и партнеров. Я хочу поблагодарить всю нашу команду, наших вендоров и партнеров, а также членов Совета директоров и акционеров Группы за высочайший профессионализм, доверие и стремление делать все для достижения нашего общего успеха.

¹ С исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий.

ОБЗОР РЫНКА

Макроэкономическая ситуация

В 2020 году пандемия стала ключевым событием, оказавшим влияние на развитие как отдельных секторов экономики, так и экономических регионов. Рынок бытовой техники и электроники (БТиЭ) не был исключением, существенно трансформировавшись за год под влиянием новых условий ведения бизнеса и, конечно, изменившегося привычного образа жизни подавляющего большинства жителей планеты.

Пандемия на несколько лет ускорила ряд уже существовавших трендов и положила начало новым, которые будут определять развитие рынка бытовой техники и электроники в ближней и среднесрочной перспективах. Так, к примеру, переход людей в режим работы и учебы из дома с формированием для многих компаний и сотрудников «новой нормы» полностью удаленного или гибридного формата работы, и, как следствие, ускоренная миграция в онлайн привели к повышенному спросу не только на технику для обустройства рабочих и учебных пространств дома, но также и на категории товаров, напрямую связанных с комфортным пребыванием дома. На фоне карантинных ограничений люди стали

до **40%**

РОСТ ДОЛИ ОНЛАЙН СЕГМЕНТА НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ В 2020 Г.

больше обращать внимания на те условия, в которых живут, следовательно, сегодня они стали готовы больше инвестировать в обеспечение собственного комфорта, например, покупку более качественной техники длительного пользования.

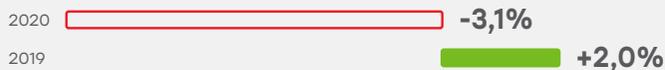
При этом все больше покупателей отправляются за покупками в онлайн, вследствие чего проникновение онлайн-торговли в сегмент бытовой техники и электроники выросло до 40% от общих продаж в 2020 году. Все эти изменения носят структурный характер, эффект от которых будет сохраняться на протяжении нескольких лет и будет способствовать дальнейшей трансформации не только рынка БТиЭ, но и всего ритейла.

Наряду с пандемией важными макроэкономическими трендами, повлиявшими на бизнес Группы в течение 2020 года стали:

- Ослабление рубля по отношению к доллару США на 17%.
- Рост потребительской инфляции до 4,9%.
- Продолжающееся смягчение монетарной политики.
- Запуск льготной программы ипотечного кредитования.
- Реализация отложенного спроса на фоне смягчения карантинных ограничений.

Ключевые макроэкономические показатели 2020 года, %

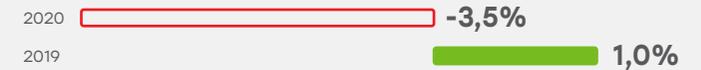
Динамика реального ВВП



Инфляция



Реальные располагаемые доходы



Номинальный рост товарооборота розничной торговли



Курс рубля к доллару США (средний за год), руб.



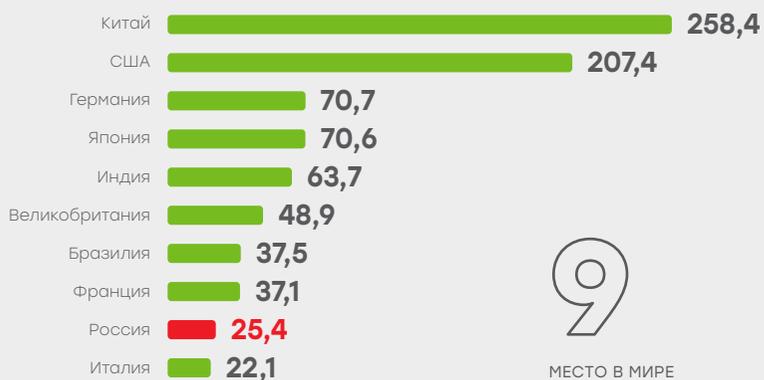
Безработица



Источники: Росстат, ЦБ РФ, IMF.

Рынок бытовой техники и электроники в 2020 году: уверенный рост несмотря на сложности, связанные с пандемией

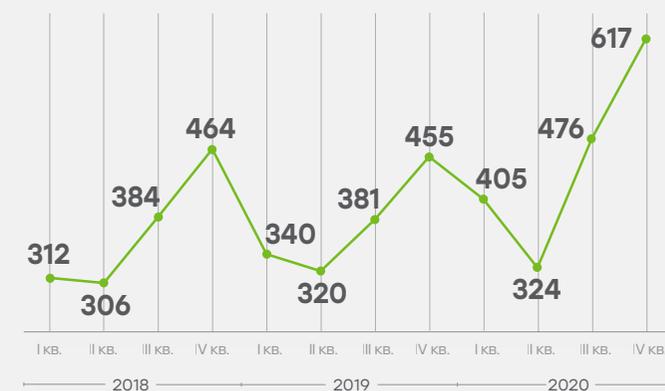
Рынки потребительской электроники 2020 г., млрд долл. США, (по данным GfK)



Годовой оборот российского рынка БТиЭ в 2015-2020 годах, млрд руб. (по данным GfK)



Поквартальный оборот рынка БТиЭ в 2018-2020 годах, млрд руб. (по данным GfK)



Россия – один из крупнейших и наиболее быстрорастущих рынков потребительской электроники в мире. По данным GfK, размер российского рынка оценивается более чем в 25 млрд долларов США и входит в десятку крупнейших мировых рынков.

Ключевыми сегментами продаж бытовой электроники являются:

- Бытовая электроника/фото (аудио-видео проигрыватели и устройства, фотокамеры и аксессуары)
- IT/офисное оборудование (ноутбуки, десктопы, принтеры и периферия и т.д.)
- Малая бытовая техника (для кухни, дома и ухода за собой)
- Крупные бытовые электроприборы (холодильники, плиты, стиральные машины и т.д.)
- Телекоммуникационные товары и продукты (смартфоны/телефоны, носимые «умные» гаджеты и аксессуары и т.д.)

По итогам 2020 года рынок бытовой техники продемонстрировал уверенный рост – в стоимостном выражении рост рынка составил 22% год-

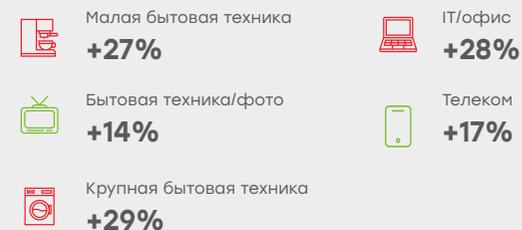
к-году, а в единицах товарной продукции рынок вырос на 1% по сравнению с 2019 годом, по данным GfK. При этом среднегодовой темп прироста показателя в стоимостном выражении за последние пять лет составил 10%.

Все сегменты продемонстрировали двузначный рост. При этом пандемия и самоизоляция изменили поведение покупателей и, как следствие, структуру потребительского спроса – если на протяжении предыдущих нескольких лет наиболее динамично развивающимся сегментом был сегмент телекоммуникационных товаров, то в связи с самоизоляцией и переходом на удаленный формат работы активный рост спроса наблюдался также в следующих сегментах: крупные бытовые электроприборы (+29% в стоимостном выражении), IT/офисное оборудование (+28%) и малая бытовая техника (+27%). При этом, важно отметить, что рост спроса на основные категории потребительской электроники стимулировался преимущественно за счет премиальных товаров.

Самоизоляция и карантинные ограничения ускорили переход ритейлеров в онлайн. Согласно исследованию GfK, в первые недели карантина доля онлайн-продаж выросла до 60-70% от общего оборота рынка потребительской электроники и оставалась на уровне в 40% даже после снятия

основных ограничений, что значительно выше показателей до пандемии. Таким образом, российский рынок электроники и бытовой техники совершил структурный скачок в сторону перехода в онлайн.

Динамика рынка бытовой техники в 2020 году по ключевым секторам в стоимостном выражении, год к году (по данным GfK)



Телекоммуникационные продукты

На протяжении предыдущих нескольких лет телеком-продукция была основным драйвером роста рынка товаров БТИЭ. Однако на фоне карантинных ограничений фокус потребителей сместился на товары категорий, необходимых для создания условий для работы из дома.

Тем не менее, по данным GfK, данный сегмент по-прежнему продемонстрировал устойчивый рост в стоимостном выражении – 17% год-к-году, несмотря на 7%-ное снижение сегмента в единицах товарной продукции.

Смартфоны остаются самым продаваемым продуктом внутри данного сегмента. Однако сегодня смартфоны стали достаточно широко распространенным товаром на российском рынке, и большинство продаж в этом сегменте происходит уже в связи с заменой потребителями старых моделей на новые. В то время как Apple и Samsung по-прежнему являются лидерами рынка, китайские бренды продолжают рыночную экспансию, предлагая устройства с хорошей производительностью по более низким ценам.

+17%

РОСТ СЕГМЕНТА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ (ГОД-К-ГОДУ) В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Продажи смартфонов, млрд руб.



Продажи планшетов, млрд руб.



~2 600 000 ШТ

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАНШЕТОВ

Объем российского рынка планшетов достиг 2,6 млн штук и порядка 42 млрд рублей, что больше на 10% в штуках и 34% в деньгах относительно 2019 года. В М.Видео-Эльдорадо спрос на планшеты увеличился на 14% в штуках и 45% в деньгах. Планшеты стали одним из наиболее востребованных технических товаров в 2020 году, россияне выбирали девайсы в качестве дополнительного экрана для дистанционной работы, учебных задач, просмотра видео, общения и мобильных игр.

Средний чек по итогам года увеличился примерно на 28% до 16,5 тыс. рублей, на что повлиял повышенный интерес к девайсам из среднего и верхнего ценовых диапазонов, в которые инвестируют на длительный срок, так как потребители хотят получить устройство с большим качественным экраном, высокой производительностью и широким функционалом. Лидерство в штучных продажах на российском рынке третий год подряд удерживает Huawei. В ТОП-3 наиболее популярных производителей кроме китайского бренда вошли также Samsung и Apple.

IT/офисное оборудование

В последние годы в соответствии с общемировой тенденцией данный сегмент российского рынка демонстрировал нисходящий тренд из-за насыщения рынка и конкуренции с продукцией телеком-индустрии. Однако в 2020 году на фоне самоизоляции и перехода сотрудников на удаленный формат работы значительно вырос спрос на ноутбуки. По итогам года сегмент продемонстрировал рост на 28% в денежном выражении и на 5% в количественном, по данным GfK.

Продажи в данном сегменте стимулируются, в основном необходимостью обновления или замены вышедших из строя устройств. Кроме того, заметное влияние на динамику этого сектора рынка оказывает замещение компьютеров смартфонами, которые покрывают большинство потребностей среднестатистического пользователя. Тем не менее, на фоне перехода сотрудников на удаленный формат работы значительно вырос спрос на ноутбуки (+53% год-к-году в стоимостном выражении).

Объем продаж ноутбуков, млрд руб.



+28%

РОСТ СЕГМЕНТА IT/ОФИСНОГО ОБОРУДОВАНИЯ В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Крупная бытовая техника

На фоне самоизоляции и карантинных ограничений в 2020 году спрос на товары данного сегмента заметно вырос. По итогам года рост сегмента составил 29% в денежном выражении и 20% по количеству проданных единиц. Еще одним фактором повышенного спроса стало ослабление рубля в начале 2020 года, на фоне которого покупатели стремились совершить покупки до повышения цен.

Российский рынок электроники имеет невысокое проникновение – около 30% на уровне домохозяйств и трат на человека как в традиционных категориях крупной и мелкой бытовой техники, таких как микроволновые печи, посудомоечные машины и пр., так и в новых продуктах и решениях, например, в сегменте встроенных плит, кондиционеров, посудомоечных машин. Поэтому ожидается, что эти товары будут пользоваться стабильным спросом в обозримом будущем, а их удельный вес среди всего ассортимента крупной бытовой техники будет возрастать.

+29%

РОСТ СЕГМЕНТА КРУПНОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ
В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Продажи стиральных и сушильных машин, млрд руб.



Малая бытовая техника

По итогам 2020 года малая бытовая техника стала третьим сегментом рынка по объемам роста – продажи малой бытовой техники выросли на 27% в денежном выражении и на 11% в количественном. Драйвером роста этого сегмента стали товарные новинки и инновационные продукты, такие как ручные и роботизированные пылесосы, аппараты для приготовления горячих напитков, приборы для ухода за зубами и пр.

В обозримом будущем на рынке сохранится тенденция к росту продаж товаров для личной гигиены, ухода за собой и здорового образа жизни.

Продажи товаров для готовки, млрд руб.



+27%

РОСТ ПРОДАЖ МАЛОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

+14%

РОСТ СЕГМЕНТА БЫТОВОЙ ЭЛЕКТРОНИКИ И ФОТОТЕХНИКИ
В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Бытовая электроника/фото

По данным GfK в 2020 году сегмент бытовой электроники и фототехники продемонстрировал рост на 14% в денежном выражении и на 11% в количественном. Почти 80% продаж в этой категории пришлось на телевизоры с плоским экраном, что во многом определило показанные результаты.

Технология 4K постепенно набирает популярность, в том числе благодаря снижению цен на соответствующие устройства. Кроме того, технология голосовых ассистентов становится все более востребованной, вследствие чего одной из наиболее быстрорастущих групп продуктов в сегменте бытовой электроники/фото в 2020 году стали интеллектуальные колонки с функцией голосового помощника.

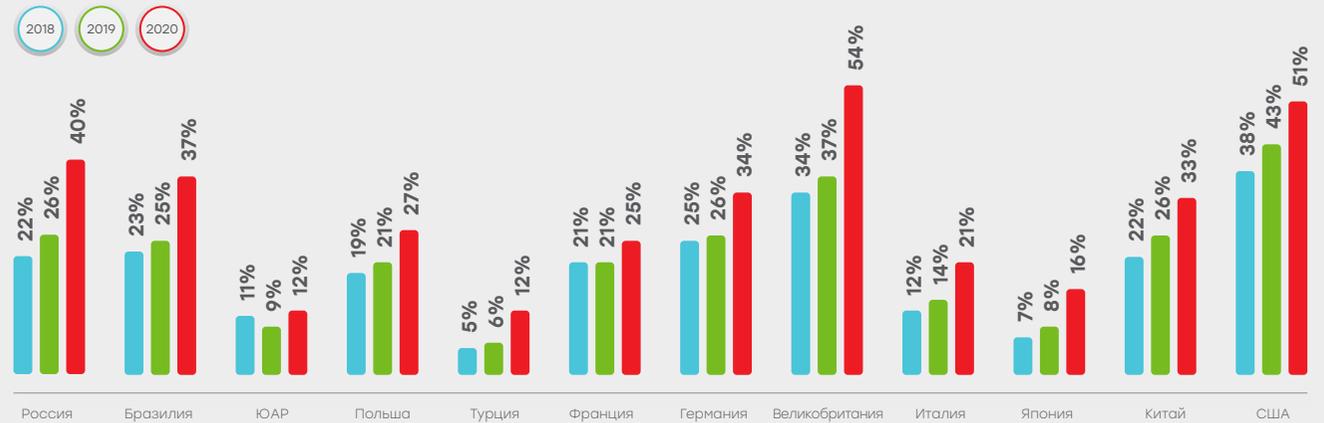
В 2020 году продолжился сложившийся в последние годы тренд на снижение доли цифровых камер в стоимостном объеме продаж. В 2020 году на цифровые камеры приходилось 3% от общего стоимостного объема продаж сегмента бытовой электроники/фото. Это прежде всего можно связать со значительным повышением качества фотосъемки на смартфонах.

Спрос на игровые консоли остается стабильным. Их доля в стоимостном объеме продаж сегмента остается на уровне 6% на протяжении последних трех лет.

РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ ВЫХОДИТ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН

Самый явный тренд, вызванный ограничениями в связи с пандемией коронавируса – рост онлайн-продаж. Буквально через несколько первых дней изоляции многие омниканальные игроки смогли адаптироваться к новым обстоятельствам и сфокусировались на онлайн-продажах. Ритейлеры, которые и до пандемии уделяли значительное внимание продажам в интернете, получили конкурентное преимущество. По оценке GfK в результате изоляции, в течение первых недель доля онлайн-продаж достигала 60-70%. Но, что более важно, даже после отмены строгих ограничений доля онлайн-продаж оставалась на уровне около 40%, что значительно превышало уровень до пандемии, составлявший порядка 25-30% в начале 2020 года.

Доля онлайн-продаж по странам



Офлайн ● поиск ● покупка



Доля российских покупателей, использующих перед покупкой как офлайн-, так и онлайн-каналы¹



Онлайн



В 2020 году продажи электроники и бытовой техники через интернет в России продолжали расти более высокими темпами, чем остальной рынок, показав прирост в 88% в денежном выражении в сравнении со снижением продаж в магазинах на 1%.

По данным исследования компании ООО «Ай Эр Си»¹ в 2020 году доля российских потребителей, использующих как онлайн, так и офлайн каналы для поиска информации о товаре, была высокой – 73%. Только 15% покупателей ищут данные о товаре и впоследствии приобретают его исключительно онлайн.

Это означает, что на рынке бытовой техники и электроники гибридные бизнес-модели имеют преимущество по сравнению с онлайн-форматами, так как лучше отвечают запросам покупателей. За счет органичного сочетания онлайн-формата с физическими магазинами М.Видео-Эльдорадо предлагает клиентам гибкие возможности взаимодействия, позволяющие максимально эффективно использовать преимущества обоих форматов.

Онлайн-продажи растут повсеместно, однако доля торговли потребительской электроникой через интернет в разных странах мира заметно различается. Например, доля онлайн-продаж в некоторых странах Запада

+88%

ПРИРОСТ ПРОДАЖ ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

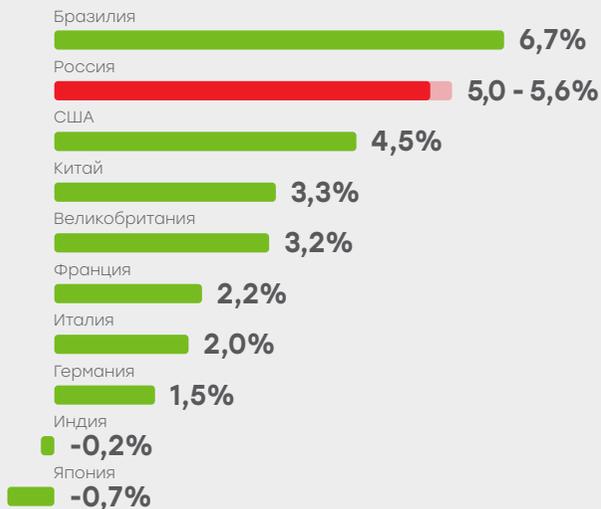
(США, Великобритания) превышает 50%. В то же время интернет-продажи в таких странах, как ЮАР, Турция, Италия и Япония составляют менее 20% рынка. Это явление можно объяснить культурными различиями, широким распространением традиционных магазинов и осторожным отношением потребителей к оплате покупок с помощью кредитных карт. Российский рынок занимает третье место (его опережают лишь рынки США и Великобритании): по данным GfK, в 2020 году доля онлайн-продаж составила 40% от всего рыночного оборота.

¹ Согласно исследованию потребительского поведения на рынке Бытовой Техники и Электроники, проведенному ООО «Ай Эр Си» в 16 городах с населением более 500 тысяч человек. БЖА: покупатели, совершившие покупку на рынке БТЭ за последние 6 месяцев, мужчины и женщины, в возрасте 18-55 лет. Данные были собраны в период март-ноябрь 2020 года.

ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА БТИЭ

Российский рынок товаров БТИЭ обладает существенным потенциалом роста как в традиционных сегментах, так и в сегментах инновационных товаров. Согласно оценкам экспертов GfK, среднегодовой темп роста рынка в период с 2020 по 2025 год ожидается на уровне 5,6%, что является вторым самым высоким показателем после Бразилии.

Среднегодовой темп роста в 2020-2024 гг. в национальных валютах (%)



Основным драйвером дальнейшего роста рынка БТИЭ по-прежнему является низкая степень проникновения товаров с точки зрения расходов домохозяйств относительно большинства сопоставимых рынков.

60%

ДОЛЯ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ К 2025 ГОДУ (GfK)

Российский рынок БТИЭ характеризуется высоким уровнем инновационности, и его развитие будет также во многом определяться ростом новых категорий. Несмотря на то, что такие категории, как игровые устройства, дроны и умные дома в настоящее время занимают небольшую долю рынка, они быстро развиваются и опережают среднерыночные темпы роста.

По прогнозам GfK доля онлайн продаж в России к 2025 году составит 60%. Глобальный тренд развития маркетплейсов также будет заметен и на российском рынке. Тем не менее учитывая комплексность категорий бытовой техники и электроники, подразумевающей потребность в предварительном знакомстве с ассортиментом, дополнительной экспертизе и сервисах, доля специализированных сетей, сочетающих онлайн и офлайн, также будет заметно расти.

Динамика рынка бытовой техники и электроники, трлн руб. (по оценкам GfK)



Динамика структуры рынка бытовой техники и электроники, % (по данным GfK)



¹ В соответствии с классификацией GfK категория "Другие" включает региональные сети БТИЭ; магазины, специализирующиеся на компьютерной технике; мобильных операторов; прочих игроков.

СТРАТЕГИЯ HACKING RETAIL

Наша стратегия направлена на укрепление позиций Группы как основного центра удовлетворения потребностей россиян в бытовой технике и электронике (БТиЭ). В рамках обновленной стратегии М.Видео-Эльдорадо¹ мы поставили перед собой цель удвоить объемы бизнеса, увеличив GMV Группы до 1 трлн рублей по итогам 2025 года.

↑ GMV до 1 трлн руб.
ПО ИТОГАМ 2025 ГОДА

Одновременно мы намерены сохранять высокий уровень операционной прибыльности, поддерживать комфортные показатели долговой нагрузки и выплачивать дивиденды в размере не менее 100% чистой прибыли по МСФО.

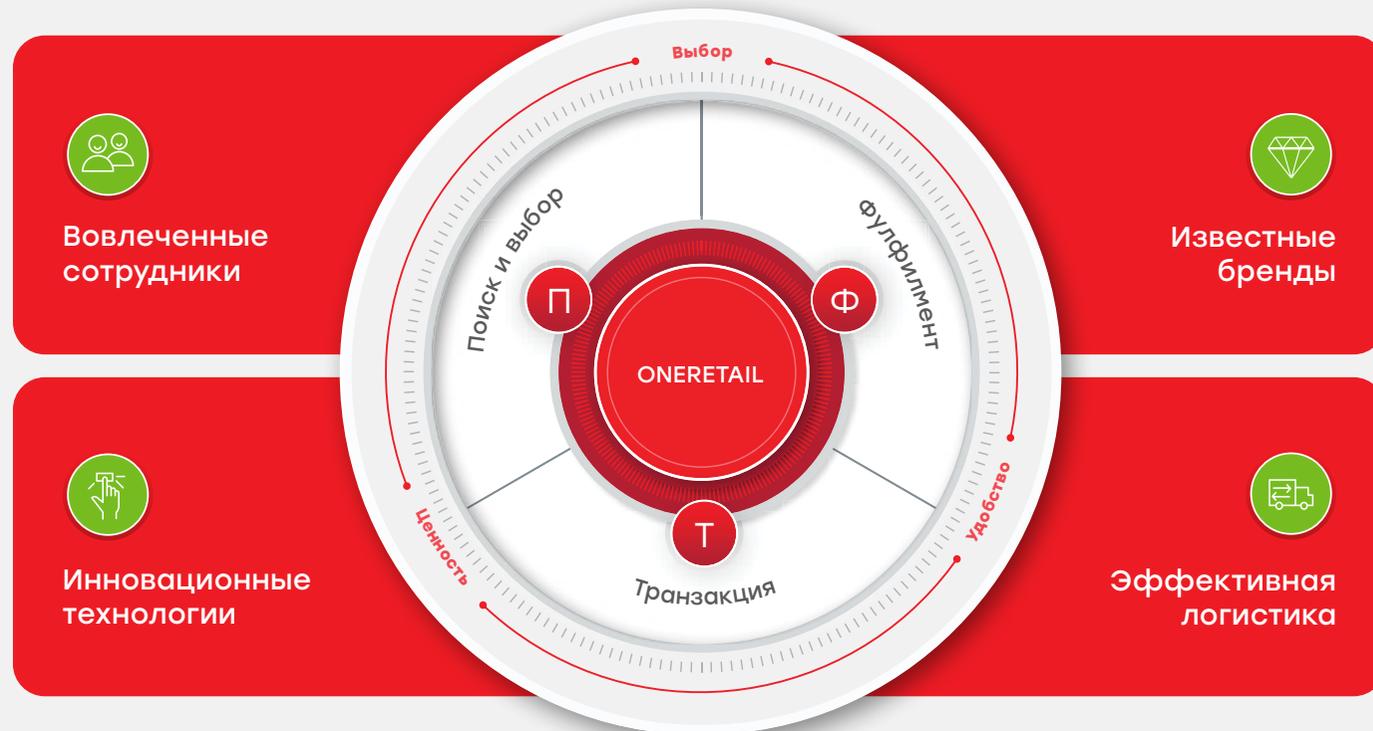
Стратегия Группы, как и гибридная бизнес-модель, объединяющая покупательский путь в онлайн и офлайн среде, основана на потребностях наших клиентов и нацелена на увеличение доли рынка и создание конкурентных преимуществ через развитие лучшего опыта для клиентов на всех этапах их взаимодействия с Компанией – поиска и выбора товаров, транзакции (совершения покупки) и фулфилмента (получения товара).

¹ ОДОБРЕНА СОВЕТОМ ДИРЕКТОРОВ ГРУППЫ 17 ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА.



Стремительное развитие технологий постоянно меняет правила игры в бизнесе и поведение покупателей. Мы верим, что только самые гибкие и инновационные игроки смогут добиться успеха в таких условиях. Среднесрочная стратегия М.Видео-Эльдорадо построена на том, чтобы использовать наше лидерство в инновациях и эффективно работающую модель для удвоения объемов бизнеса и получения высокой акционерной доходности. Мы назвали эту стратегию Hacking Retail или «Трансформация ритейла», поскольку считаем, что гибридная бизнес-модель на основе мобильных технологий OneRetail позволят нам «хакнуть» традиционную розницу, стирая границы между традиционными каналами бизнеса и онлайн-продажами, создавая лучший сервис для наших покупателей.

Александр Изосимов,
генеральный директор Группы М.Видео-Эльдорадо



СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ: УКРЕПЛЕНИЕ ПРЕИМУЩЕСТВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ РОСТ БИЗНЕСА

Мы намерены масштабировать эти преимущества и максимизировать эффективность технологий OneRetail на каждом из этапов покупательского пути, двигаясь к реализации трех ключевых сверхзадач, каждой из которых соответствуют свои стратегические инициативы.

В рамках достижения цели по удвоению масштабов бизнеса мы опираемся на ключевые конкурентные преимущества Группы: инновационные технологии, эффективную логистику, сильные розничные бренды, а также вовлеченность команды.



СВЕРХЗАДАЧИ И ИНИЦИАТИВЫ СТРАТЕГИИ

Поиск и выбор

Транзакция

Фулфилмент

Полное покрытие потребностей покупателей в технике и электронике



Расширение ассортимента техники и увеличение доли инновационных и премиальных категорий



Масштабирование и развитие мобильной платформы, в том числе цифровых сервисов консультирования покупателей

Мы стремимся создать для покупателей среду, в которой они смогли бы удовлетворить любой запрос, связанный с бытовой техникой и электроникой. Это означает как доступ к самому широкому ассортименту техники и инновационным продуктам, так и предложение качественной консультационной поддержки и возможность выбора оптимального решения. Таким образом, мы повышаем лояльность покупателей, снижаем риски их перехода к конкурентам и укрепляем восприятие наших брендов как главной точки контакта для удовлетворения любых потребностей в БТиЭ.

250 тыс. SKU

ОБЪЕМ АССОРТИМЕНТА В СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

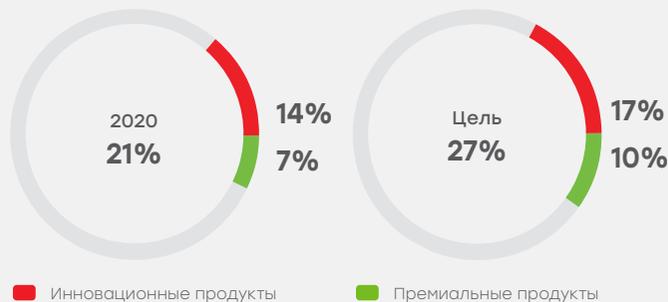
Расширение ассортимента техники

Ключевая цель Группы на данном направлении – увеличение ассортимента более чем в три раза с 75 тыс. SKU на конец 2020 года до примерно 250 тыс. SKU в среднесрочной перспективе. Достичь данной цели мы планируем путем развития нашего проекта «Бесконечная полка» (продажа товаров со складов аккредитованных поставщиков с выкупом на Группу и на ее условиях), а также масштабирования маркетплейса, специализирующегося на БТиЭ (см. «Ассортимент», стр. 86).

Увеличение доли инновационных и премиальных категорий

По мере возрастания роли техники в жизни людей все более важным драйвером нашего рынка становятся инновационные и премиальные продукты, в том числе устройства для «умного дома», колонки с голосовыми помощниками, гаджеты для заботы о здоровье, домашние роботы и т.д. В 2020 году на фоне пандемии спрос на товары для «умного дома» увеличился в количественном выражении в семь раз, на «умные колонки» – вчетверо. Мы намерены увеличить долю премиальных и инновационных продуктов в ассортименте с 21% в 2020 году до 27% в среднесрочной перспективе. Поскольку инновационные продукты отличаются повышенной сложностью, важным преимуществом Группы становятся наши широкие возможности предоставления экспертной поддержки покупателям с помощью консультаций как онлайн, так и в магазинах.

Доля инновационных и премиальных продуктов



Инновационные/премиальные продукты:



ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ «УМНОГО ДОМА»



РЕШЕНИЯ В СФЕРЕ БЕЗОПАСНОСТИ И МОНИТОРИНГА



ДОМАШНИЕ РОБОТЫ



ГАДЖЕТЫ ДЛЯ ЗАБОТЫ О ЗДОРОВЬЕ

Масштабирование и развитие мобильной платформы

Возможность быстро ориентироваться в разнообразии информации, техники и технологий становится все более сложной задачей даже для «продвинутых» покупателей. Мы развиваем нашу мобильную платформу таким образом, чтобы сделать путь OneRetail максимально эффективным и ценным для каждого. Основными элементами клиентского опыта для нас являются мобильное приложение покупателя и приложение продавца-консультанта, которое может заменять или дополнять приложение покупателя для посетителей магазинов (см. «Клиентский опыт OneRetail», стр. 67). Наша стратегическая цель – **распространить использование приложения продавца-консультанта¹ на всей розничной сети Группы в среднесрочной перспективе**, запуская его как в новых магазинах М.Видео, так и во всех магазинах Эльдорадо. Одновременно в ответ на новые потребности клиентов мы продолжаем улучшать функциональность обоих приложений, увеличивая уровень персонализации сервиса, скорость и точность поиска товаров, а также расширяя возможности использования смартфонов в магазинах.

Развитие цифровых сервисов консультирования покупателей

Поддержка продавцов-консультантов позволяет покупателям быстрее принимать продуманные решения. Покупатели также ценят возможность разделить с экспертом ответственность, связанную с выбором техники, что повышает психологический комфорт в процессе дорогостоящих покупок. В результате размер среднего чека и число товаров в покупке с участием консультанта заметно превышает соответствующие показатели при самостоятельных покупках. Группа намерена довести количество покупок, ежегодно совершаемых с помощью консультаций, до 16 млн в среднесрочной перспективе по сравнению с 8,7 млн в 2020 году. Для этого мы развиваем цифровые сервисы поддержки покупателей, такие как успешно запущенные в 2020 году видеоконсультации с продавцом магазина и онлайн-чаты, телефонные консультации и личные консультации в магазине. Мы также запускаем новые удобные сервисы, в том числе «умные» чат-боты.

цель – 16 млн покупок,
ЕЖЕГОДНО СОВЕРШАЕМЫХ С ПОМОЩЬЮ КОНСУЛЬТАЦИЙ
В СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

¹ На конец 2020 года приложение консультанта используется во всех магазинах сети М.Видео (около 50% магазинов Группы).

Развертывание мобильной платформы на всей розничной сети и улучшение функциональности приложений



- ✓ Персонализация цены, предложения продуктов и контента приложения
- ✓ Единая корзина, доступная из обоих приложений
- ✓ Сервисы приложения покупателя для магазинов
- ✓ Умный адаптивный поиск на основе: промо-акций, наличия продукта, предпочтений покупателя, лучшей ценности покупки

СВЕРХЗАДАЧИ И ИНИЦИАТИВЫ СТРАТЕГИИ

Поиск и выбор

Транзакция

Фулфилмент

Перевод всех продаж на мобильную платформу



Запуск персонализированных предложений на основе технологий искусственного интеллекта



Тесная интеграция всех транзакционных точек покупки в платформу OneRetail, в том числе, путем запуска Единой корзины покупателя



Обеспечение удобных способов оплаты

Обеспечение удобных способов оплаты

Этап оплаты покупки – одна из важнейших составляющих покупательского пути, поэтому мы стремимся предоставить клиентам разнообразные и удобные способы расчетов и финансирования покупки вне зависимости от того, где находится покупатель и какие платежные средства он или она предпочитает использовать. Как и в приложении или на сайте, в магазинах большинство операций осуществляется онлайн и бесконтактно. Оплатить покупку в магазине можно, не подходя к кассе – клиенту достаточно со смартфона перейти по ссылке, которую отправит ему продавец. Мы предоставляем покупателям возможности оплачивать приобретения техники в кредит, оформляя кредитные заявки онлайн или в магазине. В планы Группы входит предоставление сервиса предодобренных кредитных лимитов или рассрочки для идентифицированных покупателей, запуск виртуальных кредитных карт, мгновенных кредитных счетов и других современных и удобных способов оплаты.

Мы считаем мобильную платформу самым гибким и мощным инструментом создания лучшего покупательского опыта в нашем арсенале. В связи с этим Группа будет стремиться стимулировать все большую часть клиентов использовать мобильные приложения покупателя и продавца во всех точках совершения покупок. Движение к выполнению данной сверхзадачи позволит нам продолжать повышать лояльность покупателей, поддерживая эффективность продаж.

Запуск персонализированных предложений на основе технологий искусственного интеллекта (ИИ)

Инструменты, основанные на ИИ, станут основой персонализированного маркетинга и управления ассортиментом Группы. Алгоритмы машинного обучения и анализа данных позволяют сформировать полностью индивидуальное предложение для каждого OneRetail клиента¹ с учетом его истории взаимодействия с нашими брендами. В результате покупатели могут получать предложения товаров и аксессуаров, которые с наибольшей вероятностью будут интересны именно им, а также привлекательные цены, отражающие индивидуальные скидки и накопленные бонусы. Мы ожидаем получить рост конверсии мобильной платформы в покупки на уровне 0,35-0,5 п.п., а также дополнительную поддержку маржинальности продаж.

Тесная интеграция всех транзакционных точек в платформу OneRetail, в том числе путем запуска Единой корзины покупателя

Группа ставит перед собой задачу **увеличить долю покупок, проходящих через платформу OneRetail (покупки идентифицированных пользователей через веб-сайты и мобильные приложения покупателя и продавца) с 42% в 2020 году до более чем 85% в среднесрочной перспективе**. По итогам 2020 года количество активных идентифицированных клиентов² достигло 18,7 миллиона, из которых 42% были OneRetail клиентами, рост числа OneRetail клиентов составил 79%.

На основе платформы OneRetail мы стремимся объединить все точки покупки в среду, центром которой выступает Единая корзина покупателя. Данный сервис позволит нашим клиентам свободно наполнять и продолжать модифицировать корзину покупок из любой точки взаимодействия с Группой – онлайн или офлайн. Внедрение Единой корзины играет важнейшую роль для создания бесшовного онлайн-офлайн опыта, повышения удовлетворенности покупателей и их стремления совершать сделки на платформе OneRetail.

Улучшение покупательского опыта на этапе завершения покупки за счет новых способов оплаты и финансирования



СИСТЕМА БЫСТРЫХ ПЛАТЕЖЕЙ



ОПЛАТА ЧЕРЕЗ ЧАТ



ОПЛАТА ПРИВЯЗАННОЙ КАРТОЙ



КРЕДИТЫ, ДОСТУПНЫЕ ВО ВСЕХ КАНАЛАХ ПРОДАЖИ



ПРЕДОДОБРЕННЫЕ КРЕДИТНЫЕ ЛИМИТЫ

¹ Авторизованные покупатели, совершившие в течение года хотя бы одну покупку через веб-сайты, пользовательские приложения и приложения продавца.

² Авторизованные покупатели, совершившие в течение года хотя бы одну покупку в любом канале продаж.

СВЕРХЗАДАЧИ И ИНИЦИАТИВЫ СТРАТЕГИИ

Поиск и выбор

Транзакция

Фулфилмент

15-минутная доступность заказов для доставки и самовывоза



Масштабирование розничной сети, повышение гибкости и адаптивности логистической платформы



Улучшение покупательского опыта в рамках выполнения заказов



Развитие дополнительных услуг, связанных с выполнением заказов

Скорость и своевременность выполнения заказов будет определять конкурентоспособность ритейлеров и выбор покупателей. Мы считаем важным преимуществом Группы наличие развитой розничной сети, полностью интегрированной с онлайн-платформой. Наша инфраструктура уже сейчас позволяет обеспечить в течение 15 минут готовность заказа для самовывоза или доставки из магазина после онлайн-оформления для 34% заказов в большинстве российских городов. В то же время Группа намерена обеспечить покупателям широкий набор вариантов доставки или самовывоза, чтобы обеспечить еще больший комфорт и общий высокий уровень удовлетворенности от покупки.

Масштабирование розничной сети, повышение гибкости и адаптивности логистической платформы

На начало 2021 года Группа покрывала около 60% населения России доставкой заказов в течение суток с момента оформления – показатель, не имеющий аналогов среди российских онлайн-ритейлеров. В то же время мы планируем существенно увеличить покрытие нашей сети, развивая присутствие в регионах. Группа планирует открыть в среднесрочной перспективе более 500 новых магазинов в более чем 100 новых городах (в дополнение к 279 городам присутствия на 31 декабря 2020 года), и таким образом увеличить охват доставкой за 24 часа до более 70% населения России. В основном рост сети будет происходить за счет магазинов небольшого формата «Эльдорадо 250», доказавших свою эффективность в 2020 году.

Основной целью Группы в развитии логистической платформы является увеличение доли заказов, готовых для доставки и самовывоза в течение 15 мин после оформления – с 34% GMV по итогам 2020 года до более чем 50% в среднесрочной перспективе. Достижение этой цели требует существенного улучшения эффективности управления товарными запасами. Поэтому мы уделяем повышенное внимание цифровым логистическим технологиям, в том числе решениям на основе искусственного интеллекта. На конец 2020 года алгоритмы прогнозирования спроса покрывали порядка 50% ассортимента Группы. Дальнейшее распространение их применения значительно повысит точность размещения запасов. Кроме того, мы используем технологии ИИ для более эффективного использования складских площадей, что также повышает эффективность всей логистики.

> 500 новых магазинов

В СРЕДНСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Улучшение покупательского опыта в рамках выполнения заказов

Клиентский опыт «последней мили» является важной частью нашей стратегии. Мы планируем расширять партнерства с операторами пунктов выдачи заказов (ПВЗ) для того, чтобы **увеличить сеть партнерских ПВЗ до более 100 000 точек с 55 000 на начало 2021 года.**

В 2020 году мы запустили услугу быстрой доставки цифровой и бытовой техники весом до 20 кг в партнерстве с сервисами агрегации такси и добились первых успехов в рамках данного проекта. В соответствии со стратегией мы продолжаем развитие всех видов курьерских сервисов с особым акцентом на экологичные способы доставки, такие как доставка пешими курьерами и курьерами на велосипедах. Мы также планируем активно инвестировать в развитие курьерского приложения с возможностью отслеживания заказов в режиме реального времени, функцией чата курьера с покупателем и возможностью быстрой корректировки заказов.

> 100 000 партнерских ПВЗ

УВЕЛИЧЕНИЕ СЕТИ С 55 000 ТОЧЕК НА НАЧАЛО 2021 ГОДА



ШИРОКАЯ СЕТЬ ПУНКТОВ ВЫВОЗА ЗАКАЗОВ



ЭКОЛОГИЧНЫЕ СПОСОБЫ ДОСТАВКИ



СЕРВИС ОТСЛЕЖИВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ЗАКАЗА И ДОСТАВКИ, А ТАКЖЕ СВЯЗИ С КУРЬЕРОМ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

ТЕХНОЛОГИИ – ОСНОВА ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ПЛАТФОРМЫ ONERETAIL

Инновации и технологическое развитие являются неотъемлемой составляющей всех стратегических инициатив Группы. М.Видео-Эльдорадо традиционно активно инвестирует в развитие ИТ-систем, что позволило Группе успешно масштабировать бизнес, запуская инновационные продукты и сервисы.

С целью повышения скорости внедрения технологических решений (time-to-market) мы развиваем подход, основанный на микросервисной архитектуре и продуктовых agile командах. Приоритетными направлениями расширения технологических систем являются:

- Мобильная платформа как основа единой среды OneRetail;
- Решения для маркетплейса бытовой техники и электроники;
- Дальнейшее развитие предиктивных инструментов в сферах управления запасами и ценообразованием на основе технологий искусственного интеллекта;
- Миграция Эльдорадо на технологическую платформу OneRetail.

При разработке платформы OneRetail мы придерживаемся принципов автономности и переносимости технологий, что создает для нас потенциальные возможности применения данной платформы к розничным бизнесам за пределами сегмента БТиЭ.

Развитие собственных ИТ-компетенций

Ключевой стратегической задачей мы считаем дальнейшую цифровую трансформацию Группы как технологической розничной компании. В этой связи мы планируем расширение ИТ-команды и внутренних компетенций по созданию качественных технологических продуктов и решений. В соответствии со стратегией мы намерены увеличить численность ИТ-персонала с 487 сотрудников на конец 2020 года до более 1 000 сотрудников по итогам 2021 года. Доля собственных разработок в общих расходах Группы на создание программного обеспечения за этот же период должна повыситься с 23% до 53%. Мы также продолжаем масштабирование продуктового подхода, подразумевающего формирование продуктовых agile команд, отвечающих за постоянное развитие ключевых ИТ-продуктов.

СТРАТЕГИЯ ПРИБЫЛЬНОГО РОСТА: ПОКАЗАТЕЛИ, ИЗМЕРЯЮЩИЕ НАШ УСПЕХ

Ключевые среднесрочные показатели эффективности

Наряду с целью удвоения размеров бизнеса и стратегическими «сверх-задачами» мы установили ряд ключевых показателей эффективности, которые позволяют нам более точно оценивать успешность реализации стратегии.

Группа планирует увеличить количество активных идентифицированных клиентов с 19 млн до 25 млн покупателей, в том числе за счет роста доли OneRetail клиентов с 42% до более чем 85% в среднесрочной перспективе. Мы считаем, что дальнейшая трансформация нашего бизнеса и динамичное развитие мобильной платформы позволят нам довести долю общих онлайн продаж до более чем 85% от GMV (60% в 2020 году), а долю продаж через мобильную платформу до 60% GMV по сравнению с 31% в 2020 году. Одновременно мы намерены увеличить долю заказов, доступных в течение 15 минут после оформления с 34% GMV в 2020 году до более чем 50% GMV.

Группа уверена, что достижение перечисленных выше операционных целей должно сопровождаться сильными финансовыми результатами и высоким уровнем финансовой дисциплины. Мы рассчитываем сохранить уровень рентабельности по EBITDA в историческом диапазоне 5-7%, поддерживать комфортный уровень долговой нагрузки с коэффициентом чистый долг / EBITDA менее 2,0, а также не увеличивать размер капитальных расходов более чем до 2% от GMV ежегодно.

В дополнение к финансовым целям Группа приняла новую дивидендную политику, в соответствии с которой М.Видео-Эльдорадо планирует направлять на дивидендные выплаты не менее 100% чистой прибыли¹ по МСФО (IAS 17).

¹ Чистая прибыль, скорректированная на прибыль/(убыток) в связанных и совместных предприятиях.



² OneRetail клиенты – идентифицированные активные клиенты, совершающие покупки через мобильные приложения или сайты Группы.

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПРИНЦИПАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Устойчивое развитие является неотъемлемой частью стратегии Группы. Мы осознаем ответственность перед обществом и ставим перед собой цель достичь лидерских позиций в области устойчивого развития, продвигая принципы социальной и экологической ответственности через все, что мы делаем.

Наш подход в данной области становится все более организованным и структурированным, что находит отражение как в признании обществом наших социальных и экологических инициатив, так и в принятии новых еще более амбициозных вызовов и обязательств. В начале 2021 года Группа утвердила стратегию в области устойчивого развития, определив ключевые приоритеты и векторы развития в данной области: наша планета, наши люди и наши возможности. Группа также определила для себя приоритетные цели устойчивого развития ООН, вклад в достижение которых со стороны М.Видео-Эльдорадо будет значимым и заметным для глобальной повестки устойчивого развития. (см. «Подход Группы к вопросам устойчивого развития» на стр. 142).

М.ВидеоЭльдорадо



ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ
ЖИЗНИ



ДОСТОЙНЫЕ
РАБОЧИЕ МЕСТА
И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
РОСТ



БОРЬБА
С ИЗМЕНЕНИЕМ
КЛИМАТА



ОТВЕТСТВЕННОЕ
ПОТРЕБЛЕНИЕ
И ПРОИЗВОДСТВО



ПАРТНЕРСТВО
ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ
ЦЕЛЕЙ



УМЕНЬШЕНИЕ
НЕРАВЕНСТВА



РУКОВОДСТВО ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО



Руководство Группы М.Видео-Эльдорадо представлено командой профессионалов с многолетним опытом работы на руководящих позициях в компаниях-лидерах из различных отраслей. В 2020 году состав команды менеджмента Группы претерпел ряд важных изменений, отвечающих текущим задачам М.Видео-Эльдорадо и направленным на достижение стратегических целей:

- Дальнейшее развитие модели One Retail и цифровая трансформация бизнеса Группы;
- Укрепление лидерских позиций Компании в качестве онлайн-игрока российского рынка бытовой техники и электроники;
- Рост акционерной стоимости и ликвидности акций Компании.

Ключевые бизнес-решения операционных компаний Группы принимаются на уровне органов управления ПАО «М.видео», в частности правления и единоличных исполнительных органов Компании.

В рамках стратегии управления двумя брендами Группы операционный розничный бизнес М.Видео возглавляет управляющий директор Дагмара Иванова, бизнес Эльдорадо – управляющий директор Сергей Ли. Управляющие директора обеих сетей находятся в прямом подчинении главного исполнительного директора Группы Александра Изосимова. Финансовым директором Группы является Екатерина Соколова.

Смотреть подробнее в разделе «Корпоративное управление» на стр. 88.



Александр Изосимов

Генеральный директор,
Председатель Правления
ПАО «М.видео»

Александр имеет более чем 20-летний опыт работы на руководящих позициях и в качестве члена Советов директоров в различных отраслях.

Начал управленческую карьеру в 1991 году в Стокгольмском офисе McKinsey & Company. В 1995 году получил степень магистра делового администрирования в бизнес-школе INSEAD и возобновил работу в Лондонском офисе McKinsey & Company.

В 1996 году начал работать в российском подразделении Mars Inc., где занимал позиции менеджера по планированию, финансового директора, директора по продажам и Генерального директора. В 2001 году вошел в состав Правления корпорации Mars Inc. в качестве регионального президента по странам СНГ, Центральной Европы и Скандинавии.

С 2003 по 2011 год возглавлял ОАО «ВымпелКом» как генеральный директор и президент.

С 2011 года Александр фокусировался на работе в Советах директоров и в разное время входил в Советы таких компаний как Ericsson AB, MTG AB, East Capital AB, Transcom SPA, Teleopti AB, «Балтики». В настоящее время является членом Совета директоров EVRAZ Plc, Nilar AB, Hövding AB и Наблюдательного совета Московской Биржи (MOEX).

В октябре 2020 года возглавил Группу М.Видео-Эльдорадо в качестве Генерального директора.



Екатерина Соколова

Финансовый директор,
Член Правления ПАО «М.видео»

Имеет 20-летний опыт работы в области финансов. Карьеру начала в компании Deloitte, где проработала восемь лет в различных подразделениях.

В 2004 году перешла в компанию ТНК-ВР в период слияния ТНК и ВР, где возглавила финансовую службу розничного направления бизнеса. Через шесть лет заняла позицию руководителя финансовой функции блока переработки и торговли.

В 2013 году в результате слияния ТНК-ВР с компанией «Роснефть» заняла аналогичную позицию финансового руководителя блока переработки и торговли.

В 2016 году присоединилась к компании М.Видео в роли финансового директора.

Имеет степень MBA Калифорнийского государственного университета, профессиональную сертификацию Ассоциации дипломированных сертифицированных бухгалтеров (ACCA), а также сертификаты участия в программах INSEAD во Франции и Сингапуре и в Kellogg School of Management в США.

В настоящее время является финансовым директором Группы М.Видео-Эльдорадо.



Дагмара Иванова

Управляющий директор М.Видео,
Член Правления ПАО «М.видео»

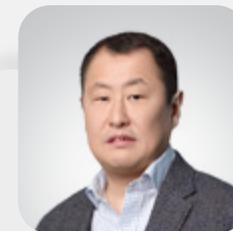
Имеет почти 20-летний опыт работы в компаниях – лидерах рынка розницы и потребительских товаров.

Дагмара Иванова окончила механико-математический факультет Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в 2002 году.

Работала директором по маркетингу в ряде крупных российских и международных компаний, в том числе X5 Retail Group, Центробувь, ORKLA (Норвегия).

До перехода в Группу М.Видео-Эльдорадо Дагмара занимала должность старшего вице-президента объединенной компании «Связной-Евросеть» (до 2018 года – коммерческого директора компании «Связной»).

К команде М.Видео присоединилась в середине 2019 года в качестве заместителя управляющего директора и в феврале 2020 года возглавила бренд М.Видео.



Сергей Ли

Управляющий директор
Эльдорадо,
Член Правления ПАО «М.видео»

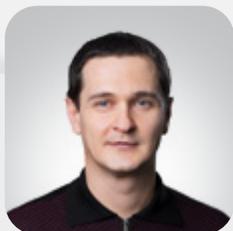
Занимает менеджерские позиции в компаниях в сфере бытовой техники и электроники более 15 лет.

До перехода в Эльдорадо работал директором направления «Бытовая электроника» компании М.Видео.

С 2004 по 2008 год занимал позиции менеджера и исполнительного директора Эльдорадо и компании Sulrak (Казахстан), с 2001 по 2004 год отвечал за развитие бизнеса представительства «Филипс Консюмер Электроникс Экспорт» в России.

Окончил Московский технический университет связи и информатики.

1 января 2018 года назначен на должность управляющего директора компании Эльдорадо, где отвечает за операционное руководство компаний, работу розницы и маркетинга и клиентский сервис.

**Александр Соколовский****Директор по информационным технологиям**

Александр Соколовский возглавляет объединенный департамент информационных технологий Группы М.Видео-Эльдорадо с середины 2020 года и отвечает за совершенствование технологической платформы и технологическое развитие как компании в целом, так и двух розничных брендов.

До прихода в М.Видео-Эльдорадо Александр занимал должность управляющего директора в SberDevices (экосистема Сбербанка).

В 2002 году он окончил Государственный Аэрокосмический Университет в Самаре по специальности «Автоматизированные системы обработки информации и управления» и имеет более 20 лет опыта работы в сфере IT, в том числе в области проведения цифровой трансформации, развития микро-сервисной архитектуры, создания платформы для работы с большими данными.

Занимал руководящие позиции в компаниях-лидерах своей отрасли в России (Сбербанк, Leroy Merlin, Российский фонд прямых инвестиций, EPAM Systems), Франции и Казахстане.

**Виктория Кунина****Директор по цифровой трансформации**

Виктория имеет более 15 лет профессионального стажа и обладает обширной экспертизой в проектном управлении и внедрении масштабных трансформационных изменений.

Окончила Московский государственный индустриальный университет по специальности «Прикладная информатика в экономике» в 2005 году.

В 2004 году Виктория начала работать в Deloitte, где проработала пять лет в качестве консультанта по трансформации логистических и производственных процессов, а также внедрению информационных систем.

Присоединилась к компании М.Видео в 2009 году и прошла путь от руководителя проектов до директора подразделения, координирующего запуск инноваций в компании, принимала активное участие во всех ключевых изменениях бизнеса.

В 2017 году возглавила интеграционный офис по объединению М.Видео и Эльдорадо в единую группу.

**Наталья Малеева****Директор по персоналу**

Профессиональный опыт Натальи Малеевой составляет более 20 лет работы на руководящих позициях в ведущих иностранных и российских компаниях.

Наталья окончила Московский государственный университет по специальности «психология», кандидат психологических наук, также имеет высшее образование в сфере экономики.

Получила степень MBA Thunderbird School of Global Management. В 2017 году Наталья прошла обучение в Московской школе управления «Сколково» по программе «Управление компанией в условиях цифровой трансформации», имеет сертификат бизнес-школы INSEAD по программе Leading Digital Transformation.

Профессиональная деятельность Натальи началась в компании «Тройка Диалог», одной из ведущих российских инвестиционных компаний.

Впоследствии Наталья возглавляла подразделения по управлению персоналом в ряде крупных российских и международных корпораций, в том числе, «Mary Kay», Provident Financial PLC, ИФД «Капиталь», «Детский Мир».

С 2011 возглавляла Дирекцию по персоналу М.Видео.

С 2018 года возглавляет объединенную функцию управления персоналом Группы М.Видео-Эльдорадо.



Валерий Симанов

Директор по развитию розничной сети Группы

Окончил Рижское высшее военное авиационное инженерное училище и адъюнктуру Военно-воздушной инженерной академии им. проф. Н. Е. Жуковского, кандидат технических наук.

В 2003 году окончил Академию народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации (Российско-немецкая высшая школа управления) по специальности «экономика и управление предприятием».

Имеет степень MBA и более чем 20-летний опыт работы в ритейле.

Начинал карьеру в компании «Спортмастер» на позиции директора магазина, затем работал управляющим розничной торговли в компании «Пан спортсмен» и директором по продажам в компании «Твое».

В 2006 году перешел в М.Видео на должность регионального директора по развитию региона Сибирь, позже стал операционным директором по развитию, с 2018 года директор по развитию розничной сети Группы М.Видео-Эльдорадо.



Алексей Сухов

Директор по корпоративным и правовым отношениям, Член Правления ПАО «М.видео»

Окончил Российский университет дружбы народов по специальности «юриспруденция», имеет степень магистра права. Профессиональный путь начал в компании «Трансмашхолдинг», лидирующей на рынке транспортного машиностроения России.

В профессиональном багаже множество сделок слияний и поглощений, среди которых можно отметить АО «Метровагон-маш», ПАО «Лугансктепловоз» (Украина), АО «РЭЗ» (Латвия), АО «Лисичанская сода» (Украина), ООО «Русский Уголь-Кузбасс», ООО «ЭЛЬДОРАДО» и др.

С 2008 года возглавлял различные направления в компаниях Группы «САФМАР», с февраля 2011 года являлся заместителем генерального директора по корпоративным и имущественным отношениям АО «Русский уголь».

В мае 2017 года вступил в должность вице-президента по корпоративным и правовым отношениям компании Эльдорадо.

С 2018 года руководит дирекцией по корпоративным и правовым отношениям Группы М.Видео-Эльдорадо.



Олег Муравьев

Коммерческий директор

Имеет более чем 20-летний опыт работы в сфере бытовой электроники и цифровой техники.

В ПАО «М.видео» пришел в 2009 году на должность руководителя направления «Аудио-видео», с 2016 года возглавляет коммерческую дирекцию.

Ранее занимал различные руководящие позиции в «ЛГ Электроникс Рус» ((представительство LG Electronics) и «БСХ Бытовая техника» (представительство Bosch/Siemens в России).

Обладает компетенцией в области управления и маркетинга, имея два высших образования: первое – по специальности «менеджмент» (МАМИ) и второе – по специальности «маркетинг» (МИРБИС).

В 2005 году получил степень MBA по маркетингу (МИРБИС).

**Ирина Дементьева**

Директор по управлению поставками, дистрибуцией и логистикой

Работает в М.Видео с 1996 года.

Имеет большой опыт в различных областях дистрибуции и логистики: стратегическое моделирование, складская и транспортная логистика, таможенное оформление и импорт, а также закупки и управление запасами, в том числе для интернет-продаж.

Последние четыре года занимала позицию директора по управлению поставками, дистрибуцией и логистикой ПАО «М.видео», с 2018 года возглавляет эту функцию в объединенной Группе М.Видео-Эльдорадо.

Входит в топ-3 директоров по логистике и цепям поставок в своем сегменте по версии рейтинга «Топ-1000 российских менеджеров» Ассоциации менеджеров России.

Имеет степень Executive MBA Школы управления «Сколково».

**Денис Голышев**

Директор по безопасности

В 1996 году окончил Институт Федеральной службы безопасности Российской Федерации, в 2003 году – Академию Федеральной службы безопасности Российской Федерации, в 2008 году – Российскую академию государственной службы при Президенте Российской Федерации.

С 1994 по 2009 год проходил службу в органах Федеральной службы безопасности Российской Федерации. Подполковник запаса.

С 2009 по 2016 год работал на руководящих должностях группы компаний «КиН», где курировал вопросы безопасности производственных и коммерческих процессов, сохранности материальных и нематериальных активов.

В 2017 году занял должность заместителя генерального директора компании Эльдорадо, с 2018 года – директор по безопасности Группы М.Видео-Эльдорадо.



ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ



Группа М.Видео-Эльдорадо в 2020 году сохранила уверенный темп роста и увеличила общие продажи на 15,4% до 504,8 млрд рублей (с НДС). Во многом это стало возможным благодаря успешному масштабированию онлайн-бизнеса и развитию нашей инновационной платформы OneRetail.

Общие онлайн-продажи Компании выросли на 108,6% до рекордных 300,4 миллиардов рублей (с НДС) и составили 59,5% от общих продаж (GMV) Группы.

Мы видим, что все более важным инструментом для совершения покупок в России и во всем мире, а значит и ключевым инструментом борьбы за потребителя становится смартфон. В 2020 году продажи через мобильную платформу Группы выросли в 2,5 раза до 154 млрд рублей, это больше половины всех онлайн-продаж Группы. По состоянию на конец 2020 года почти 7,8 млн пользователей установили приложения М.Видео и Эльдорадо, но это лишь начало пути. Мы планируем дальнейшее развитие клиентского мобильного приложения под обоими брендами и продолжим внедрение мобильной платформы во всех наших магазинах и рассчитываем довести долю магазинов с мобильной онлайн-платформой до 100% с 50% в среднесрочной перспективе.

На фоне сложной экономической ситуации, связанной с пандемией коронавируса, Компании удалось добиться сильных финансовых результатов. В 2020 году выручка Группы выросла на 14,4% год к году, скорректированный показатель EBITDA на 6,5% год к году, а маржа скорректированной EBITDA сохранилась на высоком уровне и составила 6,8%. Скорректированная чистая прибыль, на которую Группа планирует ориентироваться при вынесении рекомендации о выплате дивидендов в рамках новой дивидендной политики, увеличилась на 9,3%, составив 12,2 млрд рублей.

Чистый долг Группы на 31 декабря 2020 года составил 40,5 млрд рублей руб., снизившись на 9,4% по сравнению с прошлым годом, а коэффициент чистый долг / скорректированная EBITDA составил 1,42x, снизившись на 0,25x.

Эти результаты говорят о том, что Компания продолжает успешную цифровую трансформацию бизнеса на основе гибкой бизнес-модели и сильнейшей фулфилмент-инфраструктуры, повышая свою эффективность и сохраняя высокий уровень финансовой стабильности.

Екатерина Соколова,
Финансовый директор Группы

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ГРУППЫ ПО ИТОГАМ 2020 ГОДА

Показатель GMV¹ Группы вырос на 15,4% до 504,8 млрд рублей благодаря значительному росту общих онлайн-продаж на фоне увеличения среднего чека в мобильной и веб-платформах, а также благодаря значительному росту числа активных идентифицированных клиентов Группы, имеющих более высокий средний чек и частоту покупок.

Общие онлайн-продажи Группы² показали рост на 108,6% к 2019 году и достигли рекордных 300,4 млрд рублей. По итогам 2020 года общие онлайн-продажи составили 59,5% от общего объема продаж (GMV) Группы.

Рост онлайн-продаж и доли общих-онлайн продажах в GMV Группы в 2020 году

Общие продажи (GMV) за 2020 г. (млрд руб.)

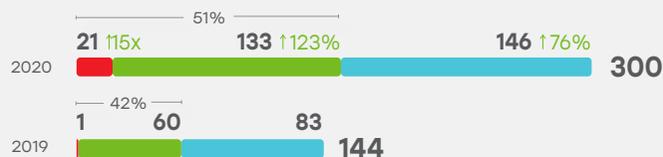


00% – Доля общих онлайн-продаж

+15%

РОСТ GMV

Общие онлайн-продажи за 2020 г. (млрд руб.)



Мобильная платформа:

■ Приложение для покупателей ■ Приложение для консультантов

Веб-платформа ■ 00% – Рост год-к-году

60%

ДОЛЯ ОБЩИХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ В GMV

+109%

РОСТ ОБЩИХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

+152%

РОСТ ПРОДАЖ ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНУЮ ПЛАТФОРМУ

¹ 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 включает 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.

² Общие онлайн-продажи Группы М.Видео-Эльдорадо учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильное приложение продавца. В настоящее время продажи через мобильное приложение продавца доступны только в магазинах «М.Видео».

Ключевым фактором, определившим рост онлайн-продаж, помимо общерыночных трендов, стало развитие мобильной платформы Группы, объединяющей приложения покупателей и приложение продавца в магазине на основе технологии OneRetail. **Оборот мобильной платформы** вырос на 152,3% до 154,1 млрд рублей, и составил 51,3% от общих онлайн-продаж. Продажи через веб-платформу также показали существенный рост, увеличившись на 76,3% до 146,3 млрд рублей.

Посещаемость за 2020 г.



■ Приложение для покупателей ■ Магазины
■ Веб-платформа

+29%

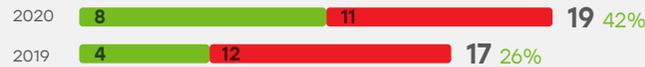
РОСТ ЧИСЛА ПОСЕЩЕНИЙ ВЕБ-ПЛАТФОРМЫ

>7x

РОСТ ЧИСЛА ПОСЕЩЕНИЙ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ

Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо составили почти 7,8 миллионов и выросли в 5,5 раз к прошлому году, а **среднемесячное количество активных пользователей мобильных приложений покупателя (MAU)** превысило 2 млн. **Среднемесячная аудитория сайтов** Группы выросла на 28,9% к аналогичному периоду прошлого года и достигла 74,7 млн.

Активные идентифицированные клиенты в 2020 г. (млн чел.)



00% – Доля покупателей по модели OneRetail
■ OneRetail ■ Вне OneRetail

+79%

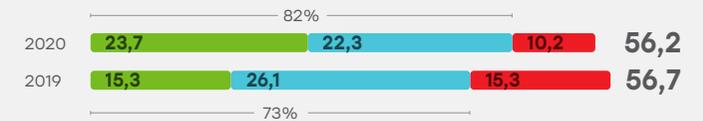
РОСТ ЧИСЛА ПОКУПАТЕЛЕЙ ПО МОДЕЛИ ONERETAIL

+12%

РОСТ ЧИСЛА АКТИВНЫХ ИДЕНТИФИЦИРОВАННЫХ КЛИЕНТОВ

Количество активных идентифицированных клиентов достигло 18,7 миллионов, из которых 41,6% являются OneRetail клиентами, то есть активными идентифицированными клиентами, совершающими покупки через мобильное приложение покупателя, мобильное приложение продавца или на веб-платформе Группы. **Рост числа OneRetail клиентов Группы** по итогам составил 79,5%.

Транзакции за 2020 г. (млн чеков)



Идентифицированные: ■ OneRetail ■ Вне OneRetail
■ Неидентифицированные

+55%

РОСТ ЧИСЛА ONERETAIL ТРАНЗАКЦИЙ

42%

ДОЛЯ ONERETAIL ТРАНЗАКЦИЙ

Средний чек по всем категориям клиентов Группы вырос на 16,5% и составил 8 980 рублей. При этом средний чек OneRetail клиентов составил 11 732 рублей, а среди покупателей вне платформы OneRetail – 8 012 рублей.

Размер среднего чека (руб.)



+46%

СРЕДНИЙ ЧЕК ONERETAIL К ВНЕ ONERETAIL КЛИЕНТАМ

+16%

РОСТ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ЧЕКА

Сильная динамика онлайн-продаж была поддержана следующими факторами:

- переориентацией маркетинговой, операционной и розничной модели на развитие клиентского пути через мобильную платформу для реализации бесшовного опыта покупки;
- ростом посещаемости и конверсии веб-сайтов, пользовательского мобильного приложения М.Видео, запуска мобильного приложения бренда Эльдорадо с одновременным ростом количества OneRetail клиентов, что в свою очередь привело к увеличению объемов доставки и самовывоза онлайн-заказов;
- высокой доступностью наиболее востребованных товаров благодаря наличию до 50% стока в розничных магазинах по всей сети, расширения количества партнерских пунктов выдачи заказов до более 55 тыс. на конец года и эффективного развития более 60 партнерств в области «последней мили»;
- расширением ассортимента бытовой техники и электроники, за счет увеличения прямых контрактов с поставщиками по модели вендор-контракта, вывода на рынок новой линейки товаров под собственными торговыми марками и интеграции ассортимента маркетплейса goods.ru по модели white label.

За 2020 год Группа «М.Видео-Эльдорадо» увеличила сеть на 36 магазинов (с учетом закрытий), включая 10 магазинов «М.Видео» и 26 магазинов «Эльдорадо». В результате на 31 декабря 2020 года розничная сеть Группы состояла из 1 074 магазинов.

Количество магазинов Группы



Торговая площадь, тыс. кв. м



Legend: ■ М.Видео ■ Эльдорадо

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ГРУППЫ ПО ИТОГАМ 2020 ГОДА

Основные финансовые показатели¹ Группы по итогам 2020 года

- **ВЫРУЧКА** ВЫРОСЛА НА 14,4% ГОД-К-ГОДУ ДО 417 857 МЛН РУБЛЕЙ
- **ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ** УВЕЛИЧИЛАСЬ НА 6,9% ГОД-К-ГОДУ И ДОСТИГЛА 97 275 МЛН РУБЛЕЙ
- **КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ (SG&A) БЕЗ УЧЕТА АМОРТИЗАЦИИ** СОСТАВИЛИ 74 682 МЛН РУБЛЕЙ И СНИЗИЛИСЬ КАК ПРОЦЕНТ ОТ ВЫРУЧКИ НА 1,2 П.П. ГОД-К-ГОДУ ДО 17,9%
- **СКОРРЕКТИРОВАННЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ EBITDA** ВЫРОС НА 6,5% ГОД-К-ГОДУ И ДОСТИГ 28 474 МЛН РУБЛЕЙ
- **СКОРРЕКТИРОВАННАЯ EBITDA МАРЖА** СОСТАВИЛА 6,8%
- **СКОРРЕКТИРОВАННАЯ ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ** ВЫРОСЛА НА 9,3% ГОД-К-ГОДУ ДО 12 212 МЛН РУБЛЕЙ
- **ЧИСТЫЙ ДОЛГ** НА 31 ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА СОСТАВИЛ 40 483 МЛН РУБЛЕЙ (СНИЖЕНИЕ НА 9,4% ПО СРАВНЕНИЮ С 31 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА), ПОКАЗАТЕЛЬ ЧИСТЫЙ ДОЛГ / СКОРРЕКТИРОВАННАЯ EBITDA – 1,42X (СНИЖЕНИЕ НА 0,25X ПО СРАВНЕНИЮ С 31 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА)
- **В СООТВЕТСТВИИ С НОВОЙ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКОЙ** М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО ПЛАНИРУЕТ НАПРАВЛЯТЬ НА ДИВИДЕНДНЫЕ ВЫПЛАТЫ НЕ МЕНЕЕ 100% ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ С ИСКЛЮЧЕНИЕМ ДОЛИ ПРИБЫЛИ (УБЫТКА) АССОЦИИРОВАННЫХ И СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО СТАНДАРТУ МСФО 17 (IAS 17) И ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ДИВИДЕНДНЫЕ ВЫПЛАТЫ ДВА РАЗА В ГОД.

млн руб. (без НДС)	МСФО 17		Год-к-году	МСФО 16		Год-к-году
	2020	2019		2020	2019	
Выручка	417 857	365 216	+14,4%	417 857	365 216	+14,4%
Валовая прибыль	97 275	91 015	+6,9%	97 335	91 073	+6,9%
<i>Валовая маржа, %</i>	<i>23,3%</i>	<i>24,9%</i>	<i>-1,6 п.п.</i>	<i>23,3%</i>	<i>24,9%</i>	<i>-1,6 п.п.</i>
Скорректированная EBITDA²	28 474	26 746	+6,5%	48 618	46 617	+4,3%
<i>Скорректированная EBITDA маржа², %</i>	<i>6,8%</i>	<i>7,3%</i>	<i>-0,5 п.п.</i>	<i>11,6%</i>	<i>12,8%</i>	<i>-1,1 п.п.</i>
Скорректированная чистая прибыль³	12 212	11 178	+9,3%	10 287	9 089	+13,2%
<i>Скорректированная чистая маржа³</i>	<i>2,9%</i>	<i>3,1%</i>	<i>-0,1 п.п.</i>	<i>2,5%</i>	<i>2,5%</i>	<i>0,0 п.п.</i>

Выручка

Выручка Группы выросла на 14,4% год-к-году до 417 857 млн руб. благодаря более чем двукратному росту общих онлайн-продаж (+108,6% год-к-году), росту среднего чека в мобильной и веб-платформах, а также росту активных идентифицированных клиентов Группы, которые имеют более высокий средний чек и частоту покупок.

Выручка, млрд руб.



Валовая прибыль

Валовая прибыль выросла на 6,9% год-к-году и составила 97 275 млн руб., в то время как **валовая маржа** снизилась на 1,6 п.п. год-к-году до 23,3%, за счет вынужденного увеличения Группой доли спотовых закупок с целью поддержания высоких темпов роста продаж, повышения эффективности работы с товарными запасами, изменения структуры спроса на рынке с ростом доли цифровых категорий и снижения доли высокомаржинальных сервисов и услуг, связанных с непосредственным контактом специализированного персонала с клиентами на фоне введения ограничительных мер, связанных с пандемией COVID-19.

Скорректированная EBITDA, млрд руб.



Скорректированная чистая прибыль, млрд руб.



¹ Здесь и далее финансовые результаты Группы М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 17, если не указано иное.

² Здесь и далее показатель EBITDA скорректирован на расходы единовременного характера в размере 1 598 миллионов рублей на меры по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и на единовременную выплату компенсации на основании решения Совета Директоров за успешную реализацию проекта по антикризисному управлению, связанному с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору.

³ Здесь и далее показатель чистой прибыли скорректирован на убыток ассоциированных и совместных предприятий (2019: 1 953 млн руб., 2020: 2 468 млн руб.), а также на расходы единовременного характера в размере 1 278 млн рублей (1 598 млн рублей с учетом налогов) на меры по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и на единовременную выплату компенсации (с учетом налогов) на основании решения Совета директоров за успешную реализацию проекта по антикризисному управлению, связанному с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору.

Влияние стандарта МСФО (IFRS) 16 на финансовую отчетность группы М.Видео-Эльдорадо

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16, вступившего в силу с 1 января 2019 года, оказало влияние на показатель EBITDA, операционную прибыль и чистую прибыль Группы.

Влияние на валовую прибыль

Отличие показателя валовой прибыли Группы в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16 незначительно и объясняется разницей учета автомобилей в лизинге. Таким образом валовая прибыль Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 97 335 млн руб. по сравнению с 97 275 млн руб. валовой прибыли по МСФО (IFRS) 17 в 2020 году. Валовая маржа составила 23,3% в 2020 году в соответствии с обоими стандартами.

Влияние на EBITDA

Показатель EBITDA Группы значительно выше в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16, так как основная часть расходов по аренде, ранее признаваемых в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, признается по МСФО (IFRS) 16 как задолженность на балансе Компании, а также в расходах на проценты по кредитам в отчете о прибылях и убытках.

Расходы на аренду и коммунальные услуги были ниже по стандарту МСФО (IFRS) 16 на 18 150 млн руб. в 2020 году. Таким образом, скорректированная EBITDA Группы по МСФО (IFRS) 16 выросла до 48 618 млн руб. по сравнению с 28 474 млн руб. по стандарту МСФО (IFRS) 17 в 2020 году. Скорректированная EBITDA маржа по МСФО (IFRS) 16 составила 11,6%, что на 4,8 п.п. выше по сравнению со скорректированной EBITDA маржой, равной 6,8% по МСФО (IFRS) 17 в 2020 году.

Влияние на чистую прибыль

На чистую прибыль Группы в 2020 году оказали влияние дополнительные расходы в размере 15 900 млн руб. амортизации активов в форме права пользования в соответствии со стандартом МСФО (IFRS) 16. Влияние этих дополнительных амортизационных расходов было полностью компенсировано вычетом расходов на долгосрочную аренду из состава операционных расходов, как упоминалось выше.

При этом финансовые затраты увеличились на 6 464 млн руб. по МСФО (IFRS) 16 за счет дополнительных процентных расходов по обязательствам по аренде в 2020 году. Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 также привело к снижению расходов по налогу на прибыль из-за снижения прибыли до налогообложения.

В результате скорректированная чистая прибыль Группы по стандарту МСФО (IFRS) 16 достигла 10 287 млн руб. по сравнению с 12 212 млн руб. скорректированной чистой прибыли по МСФО (IFRS) 17 в 2020 году. Скорректированная чистая маржа по МСФО (IFRS) 16 составила 2,5% по сравнению с 2,9% по стандарту МСФО (IFRS) 17 в 2020 году.

Влияние на отчет о движении денежных средств

Внедрение стандарта МСФО (IFRS) 16 не оказывает влияния на чистое изменение денежных средств в отчете о движении денежных средств. Однако стандарт МСФО (IFRS) 16 влияет на представление отчета о движении денежных средств, поскольку основные платежи по аренде классифицируются как финансовая деятельность, предоплата – как инвестиционная деятельность, а процентные платежи – как проценты, выплачиваемые в операционной деятельности.

10 287 / 12 212 млн руб.

СКОРРЕКТИРОВАННАЯ ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ В 2020 Г. ПО СТАНДАРТУ МСФО (IFRS) 16 / МСФО (IAS) 17

48 618 / 28 474 млн руб.

СКОРРЕКТИРОВАННАЯ EBITDA ГРУППЫ В 2020 ГОДУ ПО СТАНДАРТУ МСФО (IFRS) 16 / МСФО (IAS) 17



Т Е Х Н О Л О Г И И
В Б И З Н Е С Е

HACKING RETAIL

**МОБИЛЬНАЯ
ПЛАТФОРМА
ONERETAIL
ОБЕСПЕЧИВАЕТ
ЛУЧШИЙ
КЛИЕНТСКИЙ
ОПЫТ
В ЛЮБОЙ
ТОЧКЕ
КАСАНИЯ**

М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО



ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ РОЗНИЧНАЯ КОМПАНИЯ

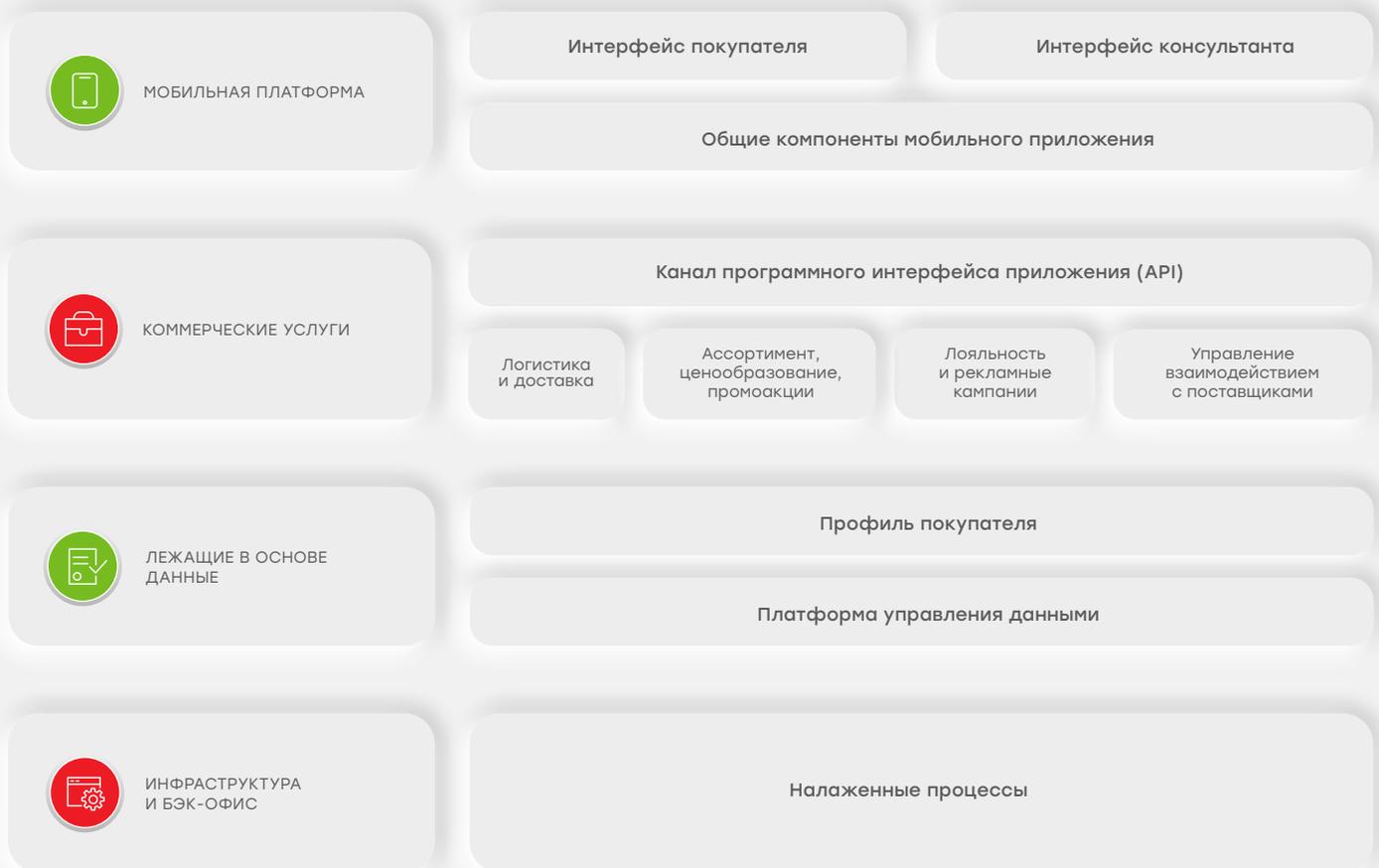
Лидерство в инновационных технологиях – одно из ключевых преимуществ М.Видео-Эльдорадо, на которые мы делаем ставку в рамках среднесрочной стратегии удвоения объемов бизнеса до 1 трлн рублей. Развитые ИТ-компетенции и высокий уровень цифровизации бизнес-процессов позволяют Группе создавать лучший клиентский опыт и предлагать уникальные сервисы на платформе OneRetail, обеспечивая лояльность покупателей, вовлеченность вендоров и партнеров и высокую операционную эффективность. Мы постоянно внедряем инновации, используя широкий спектр технологий – от алгоритмов машинного обучения до биометрии и blockchain.

В 2020 году ИТ-команда успешно решила задачу обеспечения надежной работы онлайн-платформы на фоне взрывного роста объемов транзакций в мобильных приложениях и на веб-сайтах (по итогам года оборот мобильной платформы вырос в 2,5 раза до 154 млрд рублей, а оборот веб-платформы – на 76% до 146 млрд рублей). При этом Группа оперативно запустила и развивала цифровые сервисы, улучшающие клиентский опыт, в том числе сервис видеоконсультаций, бесконтактные способы оплаты и др. Кроме того, на фоне ограничений, связанных с пандемией COVID-19, наша ИТ-команда в сжатые сроки реализовала перевод сотрудников центрально-го офиса в режим надежной и безопасной удаленной работы.

Технологии – основа платформы OneRetail

OneRetail – комплексная технологическая платформа, позволяющая идентифицировать клиента при первом же контакте вне зависимости от канала продаж, и создавать для него лучший опыт на каждом этапе пути, ведущего к покупке.

В основе архитектуры OneRetail лежат программные системы, которые на основе платформы управления данными и профиля покупателя обеспечивают бесшовный доступ к релевантной для каждого клиента информации – от потенциально интересного ему ассортимента и промо-акций до опций доставки, финансирования покупки в кредит и т.д. Взаимодействие с покупателем осуществляется через мобильную платформу с интегрированными интерфейсами приложений покупателя и консультанта в магазине. Структура платформы OneRetail предусматривает возможность ее миграции на другой бизнес, в том числе за пределами сегмента потребительской электроники.



ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ГРУППЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО

За последние годы мы инвестировали значительные средства в развитие информационных технологий, что позволило нам создать масштабную высоконадежную инфраструктуру, обеспечивающую работу с большими потоками данных во всех ключевых бизнес-функциях.

Сильная технологическая платформа для обработки больших объемов данных

ERP

> 1 тыс. типов транзакций
~ 30 тыс. пользователей

POS

>200 чеков ежедневно

CRM

>15 млн клиентов
>3,5 млрд сообщений в год

ЛОГИСТИКА

>36 тыс. отгрузок ежедневно

ПОСТАВЩИКИ

>2 тыс. предложений ежедневно

ФУЛФИЛМЕНТ

8 складов, управляемых в режиме реального времени на базе SAP Extended Warehouse Management
~500 грузовиков ежедневно

Направления цифровой трансформации

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

ЛЮДИ

Развитие внутренних технологических компетенций

ПРОЦЕССЫ

Адаптация поддерживающих процессов

ТЕХНОЛОГИИ

Повышение гибкости и надежности ИТ-ландшафта

Направления цифровой трансформации

ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОЕКТЫ

РАЗВИТИЕ ПЛАТФОРМЫ И ЕДИНОГО ПРОСТРАНСТВА ONERETAIL

- Привнесение опыта офлайн в онлайн и наоборот, интеграция приложений клиента и консультанта
- Персонализация сервиса – предложение на основе искусственного интеллекта (ИИ)
- Миграция Эльдорадо на технологический стек OneRetail

ФУЛФИЛМЕНТ И ЛОГИСТИКА

- Высокая скорость фулфилмента, инструменты трекинга заказа, ИИ инструменты в логистике

ЭКСПЕРТНЫЙ АССОРТИМЕНТ И МАРКЕТПЛЕЙС

- Эффективное управление ассортиментом, ценообразованием и промо с помощью ИИ

БЭК-ОФИС

- Цифровизация процессов, развитие аналитики данных

В то же время ускоренное развитие платформы OneRetail и переход розницы в онлайн требуют все большей оперативности и гибкости при выводе на рынок новых ИТ-решений. Для нас эти вызовы означают необходимость развития в качестве полностью технологической розничной компании, использующей лучшие ИТ-практики в клиентском сервисе и всех бизнес-процессах.

Группа реализует программу масштабной цифровой трансформации, перестраивая корпоративную культуру, ИТ-архитектуру и подходы к разработке программных продуктов на основе трех принципов: интеграция технологий во все бизнес-процессы, принятие решений на основе аналитики данных, и технологическое развитие всех ключевых функций.

Развитие внутренних технологических компетенций

В 2020 году мы приняли стратегическое решение о том, что все программное обеспечение (ПО), поддерживающее платформу OneRetail и создающее конкурентные преимущества для нашего бизнеса, должно преимущественно разрабатываться собственными силами. Данный подход требует усиления внутренних ресурсов и компетенций в сфере разработки. Уже в этом году мы планируем удвоить число ИТ-специалистов и увеличить долю расходов на собственные разработки ПО до более чем 50% по сравнению с 23% в 2020 году. В среднесрочной перспективе данный показатель планируется довести до примерно 70%.

Количество ИТ сотрудников



Доля расходов на собственные разработки ПО¹



Значимым изменением для нас станет переход от реализации отдельных ИТ-проектов к подходу на основе продуктовых команд. Такие команды формируются на уровне брендов М.Видео и Эльдорадо и ключевых бизнес-функций, включая коммерческий блок, логистику, финансы, ИТ и др. Команда продукта состоит из представителей бизнес-подразделений и сотрудников ИТ-дирекции (бизнес-аналитики, разработчики, дата-сайентисты и др.). Программные продукты разрабатываются в соответствии с agile принципами – для всех членов команды ставятся общие цели и метрики эффективности.

В 2021 году в рамках цифровой трансформации планируется передача лидерства в изменениях в том числе в ИТ-продуктах в бизнес-функции с дальнейшим масштабированием продуктового подхода и запуском новых продуктовых команд, в том числе в бренде Эльдорадо, а также в функциях финансов и HR.

¹ Доля расходов на собственные разработки ПО в общем объеме ИТ-бюджета в соответствии с планом.

Технологическое мышление – новая корпоративная ментальность

Развертывание модели OneRetail требует переустройства нашей корпоративной культуры и движения к «технологичному» мышлению всех членов команды – продавцов-консультантов, сотрудников бизнес-функций и бэк-офиса, а также всего менеджмента. Мы стремимся к тому, чтобы розничный персонал в магазинах был проводником нашего подхода по интеграции онлайн и офлайн покупательского опыта, а сотрудники центрального офиса эффективно работали в кросс-командах в рамках agile-подхода. Для развития цифровых компетенций и навыков сотрудников Группы на постоянной основе мы создали и развиваем «Цифровую академию» – центр экспертизы и новой знаний в сфере технологий.

Компания, построенная на данных

Развитие Группы как data driven компании и интеграция анализа данных в принятие решений на всех уровнях – одно из ключевых направлений цифровой трансформации Группы. Мы стремимся к тому, чтобы машинное обучение (Machine Learning) стало неотъемлемой частью работы продуктовых команд и технологических сервисов, а инструменты для работы с данными широко применялись в ключевых функциях бизнеса и бэк-офиса.



Центры компетенции для создания ML-решений

- Машинное обучение должно стать неотъемлемой частью как продуктовых команд, так и технологических сервисов
- Основные задачи – исключение людей из рутинных, «базовых когнитивных» задач (снижение затрат) и создание нового опыта за счет алгоритмов (увеличение выручки)



Культура работы с данными и квалификация

- Поддержка HR в обучении сотрудников работе с данными в целом (во всех аспектах, начиная от аналитики и заканчивая безопасностью)
- Формирование компетенций в бизнесе для работы с новыми продуктами



Платформа данных

Данные и инструменты работы с ними должны стать доступными для аналитики в операционном бизнесе, продуктовых командах, аналитиков



Обогащение внешними данными

Добавление ценности данным компании за счет внешних данных

Гибкий и надежный ИТ-ландшафт

Для повышения гибкости и надежности ИТ-ландшафта Группы мы продолжим перестраивать нашу ИТ-архитектуру на основе микросервисного подхода, развиваем платформу данных и продукты на основе машинного обучения, реализуем проекты в сфере информационной безопасности и миграции на облачную инфраструктуру.

Группа создает современную микросервисную платформу, построенную на сотнях независимых компонентов (сервисов). Данный подход предполагает поддержку независимых конкурирующих фронт продуктов (мобильных приложений и веб-сайтов) и общих backend-систем, которыми пользуются оба бренда Группы, в том числе модулей логистики, финансов,

ИТ и HR. Архитектура, основанная на микросервисах, позволяет оперативно реагировать на требования бизнеса, адаптируя текущие продукты, и при этом обеспечивать быструю и бесперебойную работу приложений при росте нагрузок.

В 2020 году мы реализовали переход к использованию облачных сервисов как базовой инфраструктуры для цифровых продуктов. Кроме того, в рамках повышения отказоустойчивости ИТ-инфраструктуры Группа в 2021 году планирует аренду нового центра обработки данных (ЦОД) и перевод в него критичных для продаж ИТ-систем, в том числе клиентских мобильных приложений и сайтов М.Видео и Эльдорадо, приложения консультанта, CRM-систем и др. В результате Группа планирует полностью устранить риски для бесперебойной работы бизнеса.



ПОВЫШЕНИЕ ГИБКОСТИ И НАДЕЖНОСТИ ИТ-ЛАНДШАФТА

Укреплении ИТ-функции

В 2020 году мы продолжили укреплять и развивать ИТ-функцию в соответствии с задачами цифровой трансформации бизнеса. В августе 2020 года на позицию директора по информационным технологиям (CIO) М.Видео-Эльдорадо был назначен Александр Соколовский, ранее занимавший должность управляющего директора в SberDevices. В число основных задач CIO входят разработка и реализация ИТ-стратегии, обеспечение процессов цифровой трансформацией Группы, развитие ИТ-архитектуры, мобильных продуктов и сервисов, основанных на анализе данных.

В течение года в рамках ИТ подразделения созданы шесть центров технологических компетенций, которые являются поставщиками ИТ-специалистов для продуктовых команд по направлениям развития ИТ-архитектуры, разработке ПО, анализа данных и машинного обучения и др.

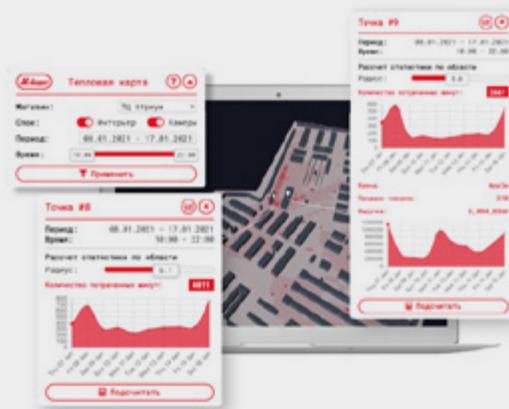
АНАЛИТИКА ДАННЫХ И МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ

Компания широко использует аналитику данных и инструменты машинного обучения в создании инновационного и персонализированного покупательского опыта, а также для повышения операционной эффективности и снижения затрат.

В Группе создан Data Science центр, который разрабатывает и решения на основе анализа данных, и алгоритмы машинного обучения (ML) во многих направлениях: коммуникации с клиентами, формирование персонализированных предложений, работа с ассортиментом и промо-планом и др. В 2020 году команда центра выросла более, чем в три раза – с 20 до 75 человек.

Ключевые достижения центра в 2020 году:

- разработка и внедрение решений по клиентской аналитике и рекомендательным сервисам во все точки контакта с клиентами: мобильное приложение и сайт, контактный центр и приложения продавцов;
- создание центра экспертизы по разработке решений для ассортиментного планирования, управления ценообразованием и промо. Решение по ценообразованию на новой платформе собственной разработки было запущено в продуктивную эксплуатацию в конце 2020 года, решения по ассортиментному планированию и промо будут запущены в 2021 году;
- внедрение чат-бота для сайта и приложения М.Видео, автоматизирующего около 30% обращений клиентов по десятку различных тематик;
- реализация пилотных решений по видео-аналитике в магазинах, позволяющего оценивать вовлеченность клиентов по разным категориям товаров и улучшать качество сервиса за счет аналитики очередей и поведения одиночных покупателей.



Рекомендательные сервисы и персонализация

Создание прогнозных моделей для персонализации в сегменте бытовой электроники требует множества часов исследований и экспериментов, а также инновационных подходов к работе с данными и алгоритмами вследствие широкого ассортимента при невысокой частоте покупок. Тем не менее, команда Data Science центра М.Видео-Эльдорадо успешно реализовала модели позволяющие:

- предсказывать склонность клиентов к различным видам промо-механик (начисление бонусных рублей, скидки, покупки в рассрочку);
- определять интерес к покупкам в определенных товарных категориях;
- рекомендовать аксессуары, расходные материалы и товары-заменители.

Использование этих моделей в различных точках контактов с клиентами (маркетинговых кампаниях, мобильном приложении, на сайте и в рознице) позволяет Компании персонализировать клиентский опыт и коммуникации, а также увеличивать показатели конверсии и среднего чека.



Товарная категория



Промо механика

- Тройной кэшбэк
- Скидочный промокод
- Рассрочка
- Распродажа

ONERETAIL :
СОЗДАНИЕ
СТОИМОСТИ

HACKING RETAIL

СТИРАЯ ГРАНИЦЫ В РИТЕЙЛЕ

М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО



ONERETAIL – СОЗДАНИЕ СТОИМОСТИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ

Уникальный клиентский опыт за счет бесшовной интеграции онлайн и офлайн каналов

Структурные изменения в покупательском поведении на фоне пандемии

В 2020 году поменялся образ жизни людей в результате распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19, что, в свою очередь, сказалось и на ритейле. Пандемия ускорила целый ряд потребительских трендов, ключевым из которых стала цифровизация процесса покупок:

- **Техника и электроника стали товаром первой необходимости.** На протяжении всего 2020 года люди по всему миру активно обустроивали рабочие места дома, а также искали новые способы проведения досуга в изменившихся условиях с помощью инноваций. Техника стала неотъемлемым элементом жизни каждого человека, определяющим качество работы и отдыха. Люди больше времени проводят дома и более требовательны к окружающим их устройствам, как и ко всем предметам обихода;
- **Существенный рост проникновения онлайн в совершение покупки.** На фоне пандемии COVID-19 многие клиенты стали активными онлайн-покупателями, сохранив приверженность покупкам онлайн даже после снятия формальных ограничений на посещение магазинов. При этом в отдельных сегментах, например, в электронике, по-прежнему большую роль при выборе и покупке играет возможность протестировать устройство и экспертная помощь, а также сопутствующие сервисы;
- **Дальнейшее усложнение клиентского пути.** Покупатели используют как онлайн, так и магазины в процессе выбора товаров и совершения покупок;
- **Развитие форматов доставки.** Возможности получать покупки наиболее оперативным образом становятся все более востребованными у потребителей;
- **Безопасная оплата онлайн.** Произошло смещение в пользу оплаты банковской картой или бесконтактной оплаты по QR-коду или ссылке, в мобильном приложении;
- **Покупки через смартфон.** С ростом проникновения онлайн-покупок в ритейл основным каналом совершения покупок стал смартфон.



85%

ПОКУПАТЕЛЕЙ ТЕХНИКИ ТАК ИЛИ ИНАЧЕ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮТ С ОФЛАЙН МАГАЗИНАМИ¹

Ключевое значение для создания бесшовного покупательского опыта приобрело развитие ИТ-систем и логистики, которое позволило качественно улучшить скорость и сервисы доставки и установки техники, обеспечивая максимальный комфорт и безопасность покупки. Эти тренды полностью соответствуют долгосрочному видению Группы, сложившемуся задолго до пандемии. Поэтому наша гибридная модель продаж, центром которой органически стал смартфон, разветвленная сеть магазинов и логистическая инфраструктура стали прочной основой для развития бесшовного и высоко персонализированного клиентского опыта онлайн и офлайн.

¹ Согласно исследованию потребительского поведения на рынке Бытовой Техники и Электроники, проведенному ООО «Ай-Эс-Си» в 16 городах с населением более 500 тысяч человек. База: покупатели, совершившие покупку на рынке БТЭ за последние 6 месяцев, мужчины и женщины, в возрасте 18-65 лет. Данные были собраны в период март-ноябрь 2020 года.



Ответ Группы М.Видео-Эльдорадо – дальнейшая интеграция между онлайн- и офлайн-каналами, в основе которой лежит мобильная платформа

По мере стирания границ между онлайн и офлайн ритейлом, конкуренция за покупателя требует все более комплексного подхода. Поставив перед собой задачу создания лучшего покупательского опыта, Группа выделяет три ключевых этапа покупательского пути:

-  ПОИСК И ВЫБОР ТОВАРА
-  СОВЕРШЕНИЕ ПОКУПКИ (ТРАНЗАКЦИЯ)
-  ПОЛУЧЕНИЕ ТОВАРА (ФУЛФИЛМЕНТ)

Предоставление лучшего сервиса на каждом из этих этапов требует способности идентифицировать клиента в любой точке его контакта с продавцом и глубокого понимания потребностей покупателя.

Для решения данных задач Группа развивает собственную технологичную платформу OneRetail, объединяющую мобильное приложение консультанта и мобильное приложение покупателя и веб-сайты сетей брендов М.Видео и Эльдорадо. OneRetail позволяет идентифицировать клиентов уже на этапе поиска товаров и выбора покупки, независимо от того, происходит ли контакт онлайн или в магазине. Архитектура OneRetail опирается на работу серверных систем, которые позволяют нам использовать данные профиля клиентов, сопоставлять их с полным

85%

В СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ



спектром внутренних данных, от информации по логистике и ассортименту до данных рекламных акций и индивидуальных предложений. На основе аналитики данных клиенты получают в своем приложении или при авторизации в магазине через приложение продавца персональные предложения, рекомендации и другую информацию, которая может стимулировать потенциального покупателя к новому приобретению. Одновременно развиваемые логистические решения и линейка дополнительных сервисов в рамках гибридной модели способствуют максимальной завершенности покупательского пути. OneRetail покупатели, к которым мы относим клиентов, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку через веб-платформу или мобильную платформу, включающую пользовательские приложения и приложения

продавца, за счет комфортного процесса покупки, персонализации имеют более высокий средний чек.

Количество OneRetail клиентов в 2020 году выросло на 79%, их средний чек составил 11 732 рублей, на 31% выше, чем в среднем по Группе.

Доля OneRetail транзакций в общем объеме транзакций Группы достигла 42%, и мы планируем увеличить ее до 85% в среднесрочной перспективе.

МОБИЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА

Мобильная платформа М.Видео-Эльдорадо, объединяющая приложение покупателя и продавца, представляет собой следующий шаг в цифровой трансформации бизнеса Группы, направленный на создание уникального унифицированного опыта во всех точках взаимодействия компании с покупателями.

Приложение консультанта позволяет авторизовать покупателя в магазине еще на этапе консультации и выбора товара, получить полное представление о клиенте, а также видеть все возможные решения, товары и сервисы, которые могут быть ему предложены.

- Доступ к истории заказов клиента;
- Понимание его предпочтений;
- Понимание возможных персонализированных предложений и акций;
- Доступ консультанта к «бесконечной полке», т.е. полному ассортименту компании, включая вендор-каталог и маркетплейс;
- Сопровождение OneRetail корзины в приложении покупателя.

Приложение покупателя открывает для наших клиентов доступ к широкому кругу инструментов, обогащающих их покупательский опыт.

- Доступ к полному ассортименту и использование умного адаптивного поиска;
- Генерирование персонализированных предложений и условий;
- Уведомление об акциях и бонусах;
- Возможность оплачивать покупки онлайн;
- Доступ к кредитной платформе;
- Доступ к ресурсам службы-поддержки.

Приложение для консультантов

- ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ ПОКУПАТЕЛЯ С ИСТОРИЕЙ ЗАКАЗОВ
- ПОНИМАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ
- ПЕРсонаЛИЗИРОВАННЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ПРОМОАКЦИИ
- ДОСТУП К СЕРВИСУ «БЕСКОНЕЧНАЯ ПОЛКА» ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ
- ПРИВЯЗКА КОРЗИНЫ ONERETAIL К ПРИЛОЖЕНИЮ ПОКУПАТЕЛЯ
- ЗАКАЗЫ НА ПЛАТФОРМЕ ONERETAIL: БЕСШОВНАЯ ПОКУПАТЕЛЯ СВЯЗЬ С КЛИЕНТОМ



Приложение для покупателей

- УМНЫЙ ПОИСК ПО ВСЕМУ КАТАЛОГУ
- ПЕРсонаЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
- ПРОМО АКЦИИ И БОНУСЫ
- ОПЛАТА ОНЛАЙН
- КРЕДИТНЫЕ ПРОГРАММЫ
- ЧАТ-ПОДДЕРЖКА

Ключевые изменения в приложении консультанта в 2020 году

В 2020 году был внедрен OneRetail заказ – возможность взаимодействия между приложением продавца и приложением покупателя. Реализована на 100% OneRetail корзина – корзина клиента, создаваемая консультантом в приложении, покупки с использованием которой можно продолжить как на сайте, так и в приложении клиента в любое удобное время. Произошло упрощение оформления заказа в рамках «гарантии лучшей цены», добавлена возможность оформления бесплатной доставки. Также внедрены персональные рекомендации с использованием Data Science, запущена запись товарного чека на номер телефона клиента, а также сервис персональных коллекций для продавца (упрощает работу с каталогом и отправку OneRetail корзины без резервирования).

Сервис, обеспечиваемый мобильными приложениями, пользуется высоким спросом у покупателей, а результаты работы мобильной платформы в целом превосходят наши ожидания. За 18 месяцев с момента запуска в 2019 году, к платформе уже подключено 100% магазинов М.Видео или около 50% всех магазинов Группы.

В течение 2020 года доля продаж через нашу мобильную платформу увеличилась почти в 2,5 раза и теперь составляет около 30% GMV.

Наше стремление: осуществление всех покупок через мобильную платформу

На текущий момент мобильная платформа М.Видео-Эльдорадо является наиболее мощным элементом в инструментарию наших решений, и мы продолжим работать над тем, чтобы как можно больше наших клиентов перешли на ее использование. Наши усилия будут направлены на реализацию следующих стратегических инициатив, что будет способствовать дальнейшему совершенствованию предлагаемого нами клиентского опыта:

- Формирование полностью кастомизированного и персонализированного предложения (более подробно об этом в «Инновациях и информационных технологиях» на стр. 57);
- Создание Единой корзины покупателя;
- Улучшение практики оформления заказа.

Создание Единой корзины покупателя

Одним из стратегических направлений дальнейшего развития клиентского опыта является создание Единой корзины. Технологии OneRetail позволяют объединить все точки совершения покупок – сайт, клиентское приложение и приложение консультанта. В центре этого процесса находится Единая корзина. Данное решение представляет собой корзину, которую покупатель может наполнять и изменять ее содержимое с помощью любого интерфейса, который он выберет – в магазине или онлайн, в любой момент поиска и выбора нужных ему товаров. Создание Единой корзины является чрезвычайно важным шагом с точки зрения поддержания удовлетворенности клиентов Группы на высоком уровне.

Улучшение практики оформления заказа

Решения по оплате покупок являются важной частью клиентского опыта. По мере того, как покупатели формируют свои корзины, мы стремимся улучшить возможность оплаты в любой точке взаимодействия, чтобы все собираемые корзины были успешно оформлены независимо от местонахождения клиента и его платежных предпочтений.

Для этого мы постоянно расширяем доступные для наших клиентов варианты оплаты и оформления кредита. Например, мы планируем установить предварительно одобренные кредитные лимиты для каждого идентифицированного клиента, чтобы он мог приобретать товары в кредит или рассрочку так же быстро и легко, как и при любой обычной покупке. Этот подход также распространяется на виртуальные кредитные карты и на моментальные кредитные счета.

Повышение качества процессов оформления заказов благодаря новым способам оплаты



БОЛЕЕ БЫСТРАЯ СИСТЕМА ОПЛАТЫ



ОПЛАТА В ЧАТЕ



ОПЛАТА ПОДКЛЮЧЕННОЙ КАРТОЙ



ВОЗМОЖНОСТЬ РАССРОЧКИ НА ЛЮБОМ МОМЕНТЕ ТРАНЗАКЦИИ



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРЕДВАРИТЕЛЬНО ОДОБРЕННЫХ КРЕДИТНЫХ ЛИМИТОВ

РАЗВИТИЕ КОМПЛЕКСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

В условиях пандемии и действующих ограничений одним из важных приоритетов Группы в 2020 году было развитие комплексного обслуживания клиентов, которое сопровождалось как запуском новых решений и инструментов, так и развитием уже существующих.

Цифровые консультации – важный шаг в развитии мобильной платформы

Мы продолжаем развивать цифровые консультации для наших клиентов через различные каналы, включая чат с консультантами, цифровые консультации в магазине, видео-консультации, общение с помощью чат-бота и другие. Мы планируем увеличить количество транзакций, осуществленных с помощью цифровых консультаций, в 2 раза с 8,7 млн в 2020 году до более 16 млн в среднесрочной перспективе.

Прорывным решением, запущенным в прошлом году и нашедшим большой отклик у наших клиентов, стали видео-консультации со специалистами из магазинов. Используя мобильное приложение на своем смартфоне или сайт, покупатель, вне зависимости от собственного местоположения, может получить консультацию нужного ему специалиста по видеосвязи. Эксперт М.Видео идентифицирует покупателя в своем приложении и видит историю поиска клиента, профиль, доступные скидки. Искусственный интеллект на основе данных профиля клиента подскажет подходящую модель, сервисы и аксессуары, а консультант сможет в деталях объяснить преимущества того или иного товара, а также предложить сопутствующие товары и услуги. Опыт прошлого года доказал высокую эффективность данного инструмента – онлайн-клиенты, которые общались с консультантом и получили персональное предложение, чаще завершали и оплачивали заказ.



Доставка и установка

Мы стремимся к тому, чтобы закрывать потребности наших покупателей не только в момент поиска необходимого товара, но и после его приобретения. Сервис по доставке и установке крупной бытовой техники является нашим серьезным конкурентным преимуществом. Он осуществляется как собственными силами компании (командой из более чем 500 специалистов), так и с помощью партнеров, численность которых в 2020 году превысила отметку 150. Эти сервисы высоко востребованы клиентами Группы. За прошедший год мы оформили порядка 5 млн доставок приобретенной в магазинах нашей торговой сети бытовой техники. Услугой установки техники за прошедший год покупатели воспользовались порядка 463 тысяч раз (иными словами, для каждой десятой доставки был заказан сервис по установке). Установка происходит в строгом соответствии с европейскими стандартами обслуживания. За 2020 год выручка от услуг по установке техники достигла 1 млрд руб.

 УСЛУГА УСТАНОВКИ – НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПОКУПКИ БЫТОВОЙ ЭЛЕКТРОНИКИ

Разветвленный фулфилмент



 УСЛУГА УСТАНОВКИ В СООТВЕТСТВИИ С ЕВРОПЕЙСКИМ СТАНДАРТАМИ ОБСЛУЖИВАНИЯ

 СОБСТВЕННЫЕ БРЕНДИРОВАННЫЕ УСЛУГИ ПО УСТАНОВКЕ

Покупки в кредит и безналичная оплата

Одним из конкурентных преимуществ Группы М.Видео-Эльдорадо является инновационная платформа потребительского кредитования, позволяющая купить товары в кредит как в магазинах Группы, так и онлайн, в том числе через мобильную платформу.

Возможность приобрести потребительскую электронику в рассрочку или кредит пользуется значительным спросом среди покупателей в России. В 2020 году на покупки, оформленные в кредит, пришлось 17% продаж Группы. Мы убеждены, что сможем и дальше демонстрировать увеличение данных показателей за счет автоматизации процессов и расширения сети партнеров.

Благодаря доступности кредитных услуг и сервисов онлайн существенно растет уровень одобрения кредитных заявок: в онлайн на конец декабря 2020 года он составил 65%, в офлайн достиг 80%.

При этом количество заявок на кредит, оформленных онлайн, увеличилось за год на 19%. Процедура оформления и одобрения занимает всего несколько минут, что стало возможным как благодаря постоянному совершенствованию самой системы, так и за счет расширения количества банков, обрабатывающих одновременно одну анкету.

На конец 2020 года через кредитную платформу Группы работали девять банков и три микрокредитные организации.

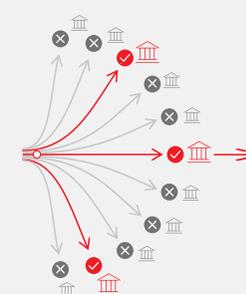
Возможность оплаты товаров в рассрочку с 2020 года также является стандартной опцией для наших клиентов во всех точках контакта с ними.

Группа также развивает инструменты безналичной и бесконтактной оплаты покупок и стремится в перспективе нескольких лет снизить наличные платежи до минимума. Доля бесконтактной оплаты при доставке покупок на дом в 2020 году достигла 60%. В прошедшем году мы также продолжили работу над развитием пилотного проекта по оплате покупок в рознице с помощью динамических QR-кодов в рамках Системы быстрых платежей.

 РАССРОЧКА ПЛАТЕЖЕЙ

 ПЛАТФОРМА М.КРЕДИТ, ДОСТУПНАЯ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН, В ТОМ ЧИСЛЕ ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНУЮ ПЛАТФОРМУ

Платформа выбирает подходящие банки



 Ультракраткие форма подачи заявления (8 пунктов) и период одобрения

 **80%** офлайн заявок одобрено

 **65%** онлайн заявок одобрено (на декабрь 2020 г.)

 ОПЛАТА С ПОМОЩЬЮ ДИНАМИЧЕСКИХ QR-КОДОВ
Один из первых пилотных проектов, запущенный совместно с Банком ВТБ (в магазинах Москвы)

Дополнительные технические и цифровые сервисы

Важной составляющей обслуживания для наших клиентов является возможность получения дополнительных технических и цифровых сервисов от консультантов, работающих в магазине. Например, после приобретения цифровой техники наши консультанты помогут с подбором и установкой защитных пленок на экраны гаджетов, а также с настройкой и установкой необходимого программного обеспечения и приложений.

Страховка

Совершаемые нашими клиентами покупки бытовой техники и электроники, зачастую, носят капитальный характер. В этой связи естественным является предоставление услуг по оформлению страховки на приобретаемые товары. Группа предлагает широкую линейку страховых программ на товары для дома, здоровья, путешествий и пр. За 2020 год было продано порядка 700 тысяч страховых планов.

Переработка

Очень часто после покупки новой техники возникает вопрос утилизации старой. Мы не просто организовали решение этого вопроса, а сделали это наиболее экологичным путем. Группа М.Видео-Эльдорадо запустила первую в России программу по утилизации техники, таким образом, дав ей «вторую жизнь». Данная программа уже развернута в 17 регионах России, и с момента ее запуска было переработано свыше 1 тысячи тонн электроники. Группа намерена продолжить развертывание программы, увеличив охват регионов до 100% к 2024 году.

Установка

- Установка под ключ
- 0,5 млн установок в год (~ 10% всех доставок)



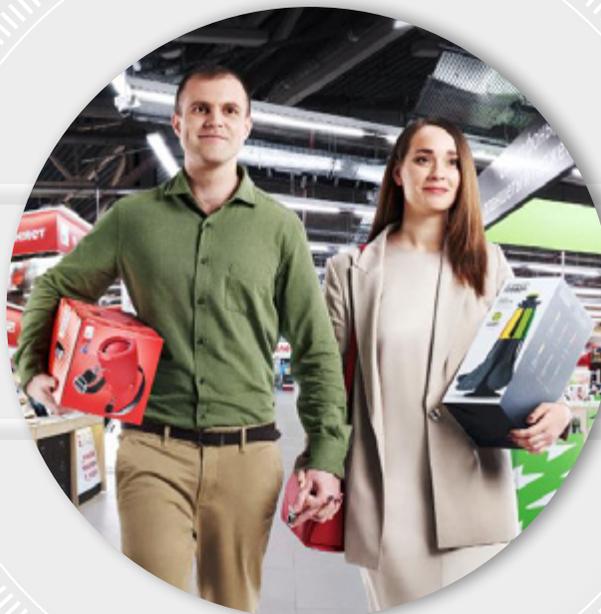
Кредитная платформа

- Предложения от 12 партнеров (включая 9 банков)
- Возможность получить кредит онлайн. Оформление заявки за 10 минут



Сборка в магазине и продажа цифровых услуг

- Наклеивание защитных пленок на экран
- Установка и настройка программного обеспечения/приложений



Сертификаты

- Расширенные условия возврата (30 дней вместо 14 дней по закону)
- «Быстрый сервис» – ремонт или обмен в течение 72 часов

Страховка

- Широкий выбор программ страхования, в т. ч. товаров, жилья, здоровья, путешествующих, автомобиля и животных
- Продажа ~700 тысяч страховых полисов в год



Утилизация

- Первая в России программа утилизации бытовой техники
- Утилизация 1 тысячи тонн электроники в год





Мобильное приложение М.Видео

С момента запуска полнофункционального мобильного приложения, в котором пользователи могут совершать покупки онлайн, получить доступ к каталогу товаров и пр., его использование и востребованность среди покупателей постоянно растет. За прошедший год приложение М.Видео скачали более 5,7 млн раз. При этом на мобильные устройства с операционной системой Android приходится 65% установок, на iOS – 35%. Ядро пользователей приложения составляет аудитория в возрасте от 18 до 46 лет, которая интересуется технологиями и новинками, активно пользуется социальными сетями, мессенджерами и привыкла часто взаимодействовать с приложениями. Приложение М.Видео имеет один из самых высоких рейтингов в своей категории. В магазине Google Play оценка от клиентов 4,7, в сервисе App Store рейтинг 4,5.

7 800 000 установок

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ М.ВИДЕО И ЭЛЬДОРАДО (РОСТ 5,5 РАЗ К ПРОШЛОМУ ГОДУ)

2 000 000

СРЕДНЕМЕСЯЧНОЕ КОЛИЧЕСТВО АКТИВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЯ (MAU)



Мобильное приложение Эльдорадо

Бренд Эльдорадо в декабре запустил мобильное пользовательское приложение для Android и iOS, с помощью которого возможно оформить покупку с доставкой или самовывозом из магазина, а также получать персональные промо предложения, актуальные обзоры новинок и управлять бонусным счетом. При помощи геолокации покупатель могут найти на карте ближайший магазин, а также полный список розничных точек продаж в городе с адресами, временем работы и другой информацией для удобного получения онлайн-заказа. Приложение будет полезно также в самом магазине – посетитель может отсканировать штрихкод на ценнике и получить подробную информацию о характеристиках и цене товара, не обращаясь к консультанту.

На главной странице находятся наиболее востребованные разделы: личный кабинет, бонусный баланс, актуальные акции, товары дня, ранее просмотренные и набирающие популярность позиции, статус заказов, видео «ЭльдоPlay» и «ЭльдоTube», а также поиск товаров. При поиске активны история прошлых запросов и дополнительные подсказки, основанные на предиктивной аналитике.

Участники программы лояльности «Эльдорадо» получают в мобильном приложении быстрый доступ к основным возможностям: проверка доступных баллов, списание бонусов, детализация операций, полная информация о балансе и типах бонусов.

74 000 000

СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ САЙТОВ ГРУППЫ
(РОСТ НА 29% К АНАЛОГИЧНОМУ ПЕРИОДУ ПРОШЛОГО ГОДА)

Веб-платформы брендов

Веб-платформы брендов, как и мобильные приложения, являются важным элементом технологического стека OneRetail, в рамках которого Компания стремится обеспечить бесшовный покупательский путь онлайн и в магазине с удобным доступом ко всем товарам и сервисам со смартфона. В 4 квартале 2020 года М.Видео провела редизайн сайта, что стало первым шагом в обновлении наших цифровых платформ. В обновленной версии сайта полностью изменен визуальный концепт, за счет чего ключевые страницы на пути пользователя стали удобнее для восприятия. На первом этапе изменения получили главная страница, каталог и его структура, карточки товаров. Для более удобного восприятия информации была увеличена «ширина» сайта, сократилось количество баннеров на слайдере главной страницы, появился раздел с вертикальными баннерами, которые в скором времени будут анимированы по примеру stories. Под расширенной поисковой строкой размещены наиболее популярные на данный момент акции и товары. В хеддере стали заметнее разделы со списком магазинов, контактами, информацией о доставке и программе лояльности M.Club, а также ссылка на M.Mag – хаб с полезным контентом о технике. Значительные изменения произошли и на карточке товара – переход на трехколоночное отображение в десктопе позволяет пользователю более эффективно представлять товары.

По итогам редизайна веб-платформы М.Видео улучшилась скорость работы и индексация в поисковых системах, а также наблюдается улучшение ряда других бизнес и технических метрик.

РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ

Что дают покупателям магазины Группы

- Их роль меняется – это и место размещения стока для оперативной работы с онлайн-покупками, и шоу-рум технологий, и консультации клиентов, как и раньше, но теперь и онлайн, и интерактивный склад для тех, кто хочет минимизировать общение. Несмотря на ограничения, во время карантина магазины Группы внесли существенный вклад в рост онлайн-продаж. Порядка 90% заказов в 2020 году наши покупатели предпочли оформлять и забирать в магазинах.
- По итогам 2020 года наши магазины посетили свыше 238 млн покупателей.
- Учитывая специфику предлагаемых товаров, покупатели приходят в наши магазины для получения консультации и совершения покупки на месте. Согласно рыночному исследованию проведённому ООО «Ай Эр Си», 73% потребителей используют офлайн- и онлайн-каналы перед покупкой, при этом только 15% всех покупателей делают покупку исключительно через интернет без какого-либо взаимодействия с традиционным каналом, т.е. 85% покупателей техники так или иначе взаимодействуют с офлайн магазинами.¹
- Магазины помогают продавать нам сервисы и более высокомаржинальные категории товаров, а также сопутствующие товары. Зачастую клиенты не готовы делать дорогостоящую покупку вслепую и предпочитают сначала посмотреть товар лично и проконсультироваться со специалистами в магазинах;
- Которая помогает каждому партнеру встраивать долгосрочные отношения с покупателями.

Более 90% заказов были выполнены с использованием инфраструктуры магазинов, что является для Группы наиболее экономически целесообразным решением

¹ Согласно исследованию потребительского поведения на рынке Бытовой Техники и Электроники, проведённому ООО «Ай Эр Си» в 16 городах с населением более 500 тысяч человек. База: покупатели, совершившие покупку на рынке БТЭ за последние 6 месяцев, мужчины и женщины, в возрасте 18-55 лет. Данные были собраны в период март-ноябрь 2020 года.

Структура общих продаж по выполнению заказов в 2020 году, млрд руб.



+77%

РОСТ САМОВЫВОЗА

Технологии для обеспечения безопасности в рознице

В апреле 2020 года Группа полностью перешла на онлайн-платформу и пересмотрела подход к работе магазинов. В период основных ограничений магазины Группы работали в разных форматах в зависимости от действующих ограничений в каждом конкретном регионе.

Более 90% магазинов Группы во время локдауна в России продолжали работать в разных форматах.

По мере того, как происходило постепенное смягчения ограничительных мер, начатое в июне 2020 года, Группа объявляла о рестарте розницы в новом формате в отдельных регионах. В первую очередь, изменения коснулись способов оплаты – все операции в магазинах стали доступны онлайн и в бесконтактной форме. Оплатить покупку в магазине можно, не подходя к кассе – достаточно со своего смартфона перейти по ссылке, которую отправит продавец. Оформление кредита, консультации с продавцами также возможны без личного контакта с персоналом. Терминалы бесконтактной оплаты работают во всех магазинах группы. В 250 наиболее крупных магазинах М.Видео и Эльдorado установлены дополнительные терминалы бесконтактной оплаты в торговом зале.

Следующим важным нововведением стала возможность для покупателей М.Видео, а после запуска приложения в Эльдorado и там, с помощью мобильного приложения через QR-код на ценнике в магазине мгновенно получить всю информацию о товаре. Помимо этого, был запущен ряд сервисов, направленных на расширение возможностей получения покупки без посещения магазинов:

- Мобильный продавец – доставка покупок сотрудниками магазинов;
- Выдача заказа на парковке у магазина или торгового центра;
- Доставка заказов из магазина на такси в течение двух часов;
- Доставка в партнерские ПВЗ;
- Бесконтактный обмен и возврат (вызов курьера на дом с помощью онлайн-формы);
- Работа магазина в формате ПВЗ (магазин работает только на выдачу онлайн-заказов);
- Открытие «островов» и «корнеров» в ТЦ за пределами магазинов;
- Партнерские ПВЗ (пункты выдачи партнерских сетей – около 55 000 на конец 2020 года).

При оплате на сайте или в приложении покупатели получали скидку на заказ в размере 5%. Компания продлила срок возврата или обмена на исправных товаров – все покупки в М.Видео и Эльдorado, включая онлайн-заказы, можно было вернуть или обменять в течение 60 дней (вместо стандартных 14 дней, обозначенных законодательно), вернуть или обменять неработающие товары допускалось в течение 30 дней с момента покупки, что стимулировало людей оставаться дома в период сложной эпидемиологической ситуации, не волнуясь о покупках.

Компания также автоматически продлевала те заказы, которые уже были оформлены для самовывоза из магазинов и оплачены, но по каким-то причинам не получены. Подобная инициатива была направлена на то, чтобы люди могли спланировать удобное время и бесконтактным способом забрать покупку.

Сотрудники М.Видео и Эльдorado проходят ежедневную термометрию как перед началом смены, так и в течение дня, работают в масках и перчатках. В торговых залах магазинов нанесена разметка, доступны антисептики и средства индивидуальной защиты для посетителей. Каждые три часа проводится уборка и дезинфекция всех поверхностей в магазинах, воздух обеззараживается. Сотрудники и менеджмент магазинов также проходят регулярное обучение о соблюдении мер по противодействию распространению инфекции. Магазины также проводят регулярное аудио и видео информирование о доступных мерах защиты.

РОЗНИЧНЫЕ ФОРМАТЫ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО

Магазины М.Видео

Концепция и форматы магазинов М.Видео развиваются по мере совершенствования технологий, обновления предпочтений потребителей и возможностей ритейл-дизайна.

Стандартный формат бренда М.Видео это магазины со средней торговой площадью около 1 600 м² и товарной матрицей в 5-7 тыс. товарных позиций. Магазины сети предоставляют доступ к полному ассортименту Группы – более 75 тыс. товаров.

1 600 м²

СРЕДНЯЯ ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНОВ М.ВИДЕО

Магазины Эльдорадо

Стандартный формат бренда Эльдорадо представлен магазинами со средней торговой площадью около 1 450 м² и товарной матрицей в 5-7 тысяч позиций. Второй развиваемый формат магазинов – «Эльдорадо 600». Средняя торговая площадь магазина составляет порядка 650 м², а товарная матрица – в 3-4 тысячи позиций, при этом с помощью онлайн-терминалов покупатели имеют доступ к полному ассортименту Группы из более чем 75 тысяч товаров. В рамках стратегии по увеличению доли цифровой электроники в продажах во всех магазинах Эльдорадо создаются digital-зоны: на конец 2020 года они были открыты во всех магазинах сети. Также в магазинах Эльдорадо установлено более 4 800 вендорских зон.

В течение ближайших трех лет мы планируем открыть более 500 новых магазинов, включая формат «Эльдорадо 250»

Эльдорадо 250

Формат Эльдорадо 250 предполагает компактные магазины площадью от 250 до 500 кв. м. и полным ассортиментом техники и электроники через онлайн-каталог преимущественно в средних и малых городах. Магазины в новом формате помогут Эльдорадо выйти в более чем 100 новых городов в течение ближайших трех лет и укрепить позиции бренда в тех городах, где Компания уже работает. Интеграция онлайн-платформы и магазинов, быстрая доставка и постпродажный сервис позволят бренду нарастить онлайн-продажи. Например, уже сейчас мы видим, что онлайн-продажи растут в 3 раза в новых городах, где мы открыли магазины этого формата, прежде всего за счет появления удобной возможности пикапа онлайн-заказов. При этом, в отличие от обычного пункта выдачи заказов, в таких магазинах будет предоставлен наиболее популярный ассортимент, доступный для самовывоза в течение 15 минут.

В рамках облегчения операционной модели нашим следующим пилотным проектом станут магазины формата Эльдорадо-экспресс средней площадью 50 кв. м, ориентированные на заказы click & collect и более узкий ассортимент так называемых товаров «быстрого приобретения» (fast own), что является одним из ключевых элементов CVP Эльдорадо. Тестирование формата начнется в 2021 году.

Магазины в формате «Эльдорадо 250» помогут Группе выйти в более чем 100 новых городов в течение ближайших трех лет

Планы развития розничной сети М.Видео – Эльдорадо

Мы планируем продолжать расширять нашу логистическую платформу за счет открытия магазинов различного формата, в том числе малого формата в небольших городах. В 2021-2023 годах мы планируем открыть более 150 магазинов ежегодно, из которых около половины придется на наш новый формат Эльдорадо 250. Таким образом, всего в течение ближайших трех лет мы планируем открыть более 500 новых магазинов и добавить в нашу зону покрытия более 100 новых городов.

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КЛИЕНТОВ

Программы лояльности

Наша цель – развивать обширную базу лояльных и заинтересованных клиентов. Когортный анализ наших клиентов показывает, что мы способны удерживать более 30% клиентов активными даже по прошествии пяти лет. Это способствует постоянному увеличению доли продаж, которая генерируется нашей лояльной базой клиентов – по итогам 2020 года показатель достиг отметки 68%, что на 23 п.п. выше уровня пятилетней давности. Данная динамика находит отражение в результатах Группы.

Вклад в продажи существующих и новых клиентов



Когортный анализ удержания клиентов¹, (%)



¹ Данные по идентифицированным клиентам сети М.Видео.

Программа лояльности бренда М.Видео – «М.Club: максимум для своих»

Ключевые условия программы – неограниченный срок действия бонусных рублей при совершении любого действия с использованием бонусного счета каждые шесть месяцев



ПОЛУЧАЙТЕ КЭШБЭК 3% ЗА ЛЮБЫЕ ПОКУПКИ И ДО 25% – ПО ПЕРСОНАЛЬНЫМ ПРЕДЛОЖЕНИЯМ



ИСПОЛЬЗУЙТЕ КАЖДЫЙ НАКОПЛЕННЫЙ БОНУСНЫЙ РУБЛЬ ДЛЯ ОПЛАТЫ ПОКУПОК В М.ВИДЕО



ДО 50% ОПЛАТА ПОКУПОК В М.ВИДЕО БОНУСНЫМИ РУБЛЯМИ

Обновленная в 2019 году программа лояльности «М.Club» работает в цифровом формате: покупатели используют виртуальные карты, привязанные к их личному номеру мобильного телефона. В условиях строгих карантинных ограничений и повышенного востребованности онлайн-канала для оформления заказов, цифровой формат карты положительно сказался на использовании карты. Бонусная карта также может быть добавлена в любой из цифровых кошельков, доступных в различных экосистемах (например, Apple Wallet, Google Pay и т. д.).

В 2020 году М.Видео запустила новый канал коммуникации с клиентами – мобильные push-уведомления, благодаря которым наши пользователи узнавали об актуальных акциях и предложениях первыми.

68%

ПРОДАЖ В 2020 ГОДУ БЫЛИ СОВЕРШЕНЫ СУЩЕСТВУЮЩИМИ КЛИЕНТАМИ ГРУППЫ

30%

КЛИЕНТОВ ОСТАЮТСЯ АКТИВНЫМИ НА ПРОТЯЖЕНИИ 5 ЛЕТ С МОМЕНТА ИХ ПЕРВОЙ ПОКУПКИ

Программа лояльности бренда Эльдорадо

Бонусная программа Эльдорадо работает по аналогичному принципу. Участники программы получают от 3% до 30% от стоимости каждого приобретенного продукта или услуги в виде бонусных баллов на свои персональные счета. Бонусные баллы могут быть использованы для оплаты до 50% стоимости следующей покупки в магазинах или на сайте eldorado.ru. Бонусная карта также доступна в виртуальной форме и может быть привязана к цифровому «кошельку» клиента. При оформлении карты лояльности «Эльдорадо» клиент получает подарочные бонусы за регистрацию.

В прошедшем году и Эльдорадо, и М.видео с особой чуткостью подошли к инициативам для наших клиентов, чтобы сделать взаимодействие с ними еще удобнее и проще. Оба бренда продлили срок жизни бонусов всем клиентам в период карантина. В сотрудничестве с партнерами Эльдорадо существующие клиенты, а также новые покупатели имеют возможность получать повышенный кэшбэк на свою банковскую карточку за покупки.

Лояльность клиентов

Бренды М.Видео и Эльдорадо постоянно работают над повышением уровня лояльности клиентов и проводят измерения соответствующих показателей. Основным индикатором лояльности посетителей, который используется в Группе, является Net Promoter Score (NPS), то есть готовность покупателей рекомендовать ритейлера или конкретный магазин как предпочтительное место для покупки домашней электроники.

Наша главная цель – превратить неавторизованных случайных покупателей в наших постоянных и приверженных бренду Группы представителей.

Согласно данным маркетингового исследования, проведенного ООО «МП АНАЛИТИКА» в 2020 году¹, бренды М.Видео и Эльдорадо пользуются высоким уровнем лояльности клиентов. По сравнению с 2019 годом индекс NPS по покупателям (Net Promoter Score) М.Видео сохранил тенденцию к росту, достигнув уровня 86% (+2 п.п.). Индекс NPS по покупателям Эльдорадо за последний год показал более динамичный рост, и достиг отметки 73% (+6 п.п.). В основе успеха лежат следующие факторы:



ПЕРВОКЛАССНОЕ КЛИЕНТСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ СЕРВИСА, УСИЛЕННЫЙ НАШЕЙ МОБИЛЬНОЙ ПЛАТФОРМОЙ

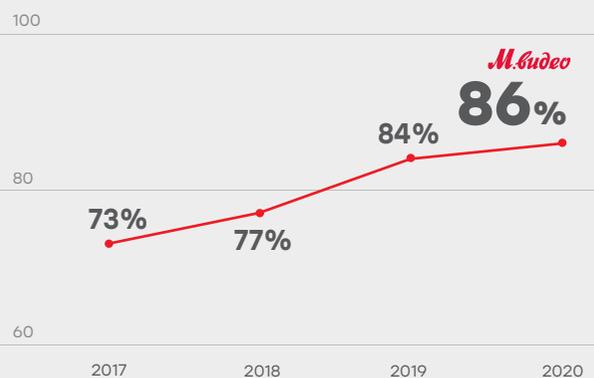


ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМАНДА, ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ЗАПРОСЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ

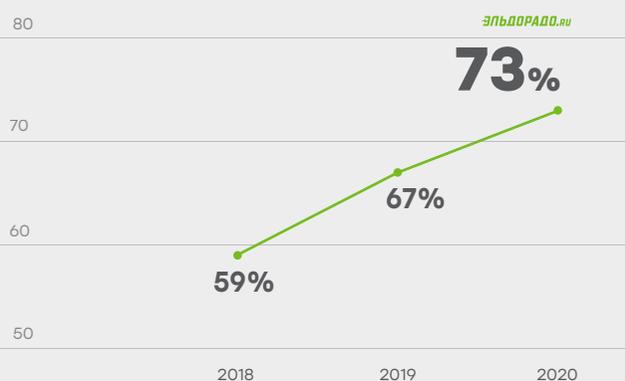


ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ И УЗНАВАЕМЫЕ БРЕНДЫ

Индекс потребительской лояльности (NPS) М.Видео¹, (%)



Индекс потребительской лояльности (NPS) Эльдорадо¹, (%)



¹ Согласно ООО «МП АНАЛИТИКА». В связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией в 2020 году была произведена только одна волна опроса (1-й квартал 2020 г.).

ФУЛФИЛМЕНТ: СКОРОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ НА КАЖДОЙ МИЛЕ

Фулфилмент, включающий в себя процессы хранения товаров и их доставки покупателям после оформления заказа, играет решающую роль в успехе розничного бизнеса. На фоне растущего стремления потребителей получать товар «здесь и сейчас», скорость и точность доставки, а также доступность техники в магазинах становятся ключевым инструментом конкуренции за покупателя.

Благодаря развитой логистической платформе и широкой розничной сети, инвестиции в которые превысили 150 млрд рублей, Группа уже сейчас покрывает большую часть территории России уникальными услугами доставки и самовывоза. На начало 2021 года мы обеспечивали возможность получения большей части заказов в течение 24 часов для 60% населения страны.

Товары, формирующие 34% GMV Группы, доступны для самовывоза или отправки курьером в течение 15 минут после оформления – показатель, не имеющий аналогов в российском ритейле.

Наша инфраструктура хранения, распределения и доставки товаров по всей России, включает в себя **более 1 млн кв. м. складской площади**. Важнейшим элементом этой инфраструктуры являются сети магазинов М.Видео и Эльдорадо, на которые приходится 418 тыс. кв. м. складской площади и около 46% товарных запасов Группы. Плотность розничной сети существенно повышает доступность товаров и скорость доставки в регионах. С учетом масштабов территории России Группа считает магазины, расположенные во всех регионах страны, важнейшим конкурентным преимуществом перед маркетплейсами и другими онлайн-игроками.



- Распределительные центры (РЦ)
- Региональные РЦ малого формата (мультиплатформы)
- Магазины

>150 млрд руб.

ВЛОЖЕНО В МАГАЗИНЫ И ЛОГИСТИЧЕСКУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ С 1993 ГОДА

~480 тыс. м

ПЛОЩАДЬ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ В 9 РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ

~540 тыс. кв. м

ПЛОЩАДЬ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ В 1 074 МАГАЗИНАХ

~83 тыс. кв. м

ПЛОЩАДЬ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ 58 РЕГИОНАЛЬНЫХ РЦ МАЛОГО ФОРМАТА

85%

24-ЧАСОВАЯ ДОСТУПНОСТЬ ОБЩИХ ОНЛАЙН-ЗАКАЗОВ

67%

ОНЛАЙН-ЗАКАЗОВ ЗАБИРАЕТСЯ ПУТЕМ САМОВЫВОЗА

Складские площади для товарных запасов

- 46% магазины
- 43% РЦ
- 10% региональные РЦ

Дальнейшее развитие логистики и фулфилмента является ключевым элементом нашей стратегии, направленной на удвоение объемов бизнеса к 2025 году. Мы поставили перед собой задачу увеличить долю товаров, доступных для самовывоза в течение 15 минут, до более чем 50% GMV.

Стратегическая цель:
увеличить долю заказов с 15-минутной доступностью до >50% GMV.

Для достижения этой цели Группа сосредоточится на следующих направлениях:

- **Расширение логистической сети**, в том числе, путем открытия новых магазинов. В среднесрочной перспективе Группа планирует открыть более 500 магазинов и выйти в более чем 100 новых населенных пунктов, что позволит охватить до 70% населения России доставкой товаров на следующий день. Эти планы будут реализованы в том числе за счет развития малого формата «Эльдорадо 250», уже подтвердившего свою эффективность в 2020 году.
- **Дальнейшее улучшение скорости и качества обслуживания на «последней миле»**. Мы планируем расширять сотрудничество с операторами пунктов выдачи заказов и развивать партнерства с курьерскими службами. Кроме того, Группа будет инвестировать в сервисы отслеживания заказов в режиме реального времени.
- **Повышение эффективности управления товарными запасами и перевозками**, в том числе за счет активного использования алгоритмов машинного обучения. Инновации и решения на базе искусственного интеллекта позволят нам более точно распределять запасы, эффективнее использовать складские мощности и автоматизировать значительную часть процессов хранения и доставки.

Группа продолжает развивать смешанную логистическую модель, используя как аутсорсинг, так и собственные ресурсы. Единая инфраструктура поддерживает два бренда – М.Видео и Эльдорадо – во всех регионах присутствия Группы, что увеличивает гибкость бизнес-модели и позволяет в полной степени реализовать эффекты экономии на масштабе.

В 2020 году логистическая функция Группы успешно прошла стресс-тест, связанный с пандемией COVID-19. Распределенная логистическая сеть и высокий уровень цифровизации бизнеса позволили быстро перейти на удаленный процесс управления закупками и дистрибуцией и перевести сеть магазинов в гибкий режим работы (см. Ключевые события 2020 года, стр. 18). Кроме того, Группа оперативно перестроила процессы доставки и заключила ряд важных партнерств для запуска экспресс-доставки товаров с помощью операторов такси, а также доставки в партнерские пункты выдачи заказов (более 55 тысяч на конец 2020 года). В результате мы смогли обеспечить рост продаж в условиях повышенных требований к безопасности здоровья и утроившегося числа заказов с доставкой на дом.

Хранение и распределение товаров

Система хранения и распределения товаров включает в себя магазины розничной сети, крупные центральные распределительные центры в Москве и регионах (ассортимент 10-21 тысяч наименований) и менее крупные складские центры – мультиплатформы (ассортимент до 10 тысяч наименований).

В 2020 году, несмотря на ограничения, связанные с пандемией, Группа успешно реализовала масштабный проект трансформации дистрибуционной системы. Ассортимент распределительных складов в регионах был расширен в 2-3 раза до 10-14 тысяч товарных наименований, что существенно улучшило доступность товаров Группы за пределами крупнейших городов. Одновременно мы продолжали открытия мультиплатформ (небольших распределительных центров) в менее доступных городах, в частности на севере России.

Дистрибуционная сеть Группы на 31 декабря 2020 года

Объект	Описание и функционал	География
<p>1 074 магазинов сетей М.Видео» и Эльдорадо</p> <p>46% товарного запаса</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Хранение малой бытовой и цифровой техники. • Выдача заказов онлайн и офлайн покупателям, а также курьерам. • Презентация образцов техники на витрине. 	279 городов России
<p>9 ЦРС (центральных распределительных складов)</p> <p>43% товарного запаса</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Концентрация всех товаров, закупаемых Группой у более чем 300 поставщиков на суммарной площади более 250 тыс. кв. м. • Распределение товаров в магазины и на региональные мультиплатформы. 	Москва (2), Санкт-Петербург, Новосибирск, Казань, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Нижний Новгород, Владивосток
<p>58 региональных мультиплатформ</p> <p>11% товарного запаса</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Хранение крупной бытовой техники. • Доставка товаров в магазины и покупателям в радиусе 150-200 км. 	Крупные и средние города в регионах России (Новороссийск, Тюмень, Иркутск, Ульяновск, Якутск и др., включая новый склад в Мурманске)

Магазины – все более важный элемент фулфилмента

Каждый магазин сети используется в том числе как центр хранения товарных запасов, доступных для самовывоза или курьерской доставки. Таким образом, магазины поддерживают динамику онлайн-продаж в своем регионе и значительно снижают затраты на развитие логистической инфраструктуры. Стандартная матрица одного магазина М.Видео либо Эльдорадо составляет 8-9 тысяч товаров в зависимости от размера, географического положения и специфики торговой точки (для городов с большим количеством магазинов – до 10 тысяч товаров). Менее востребованный ассортимент, превышающий 22 тысяч позиций, хранится на центральных складах в Москве или на складе поставщика).

Распределение товарных запасов

Ежегодно более 50 тысяч машин привозят товары от более 300 поставщиков на девять центральных распределительных складов Группы. Оттуда технику развозят на региональные склады и в магазины М.Видео и Эльдорадо по всей России.

В 2020 году Группа начала внедрение системы SAP Yard Logistics, позволяющей организовать и контролировать движение транспорта от поставщиков на территории всех распределительных складов, а также автоматизировать планирование работы всех площадок. В 2021 году система охватит поток отгрузки со складов.

В 2020 году значительное развитие получил проект «Бесконечная полка», в рамках которого исполняются заказы без хранения товара на складах Группы (товары поступают напрямую со складов поставщиков). В связи с дальнейшим развитием проекта и запуском продаж по модели маркетплейса для грузообработки таких товаров планируется открытие специализированного склада в 2021 году.

¹ В том числе партнерскими сервисами такси.

Транспортировка

Основной задачей транспортной логистики Группы является постоянное ускорение сроков доставки для всего ассортимента бытовой техники и электроники.

Все магистральные перевозки осуществляются силами контрагентов Группы. Выбор поставщиков транспортных услуг, в том числе для магистральных перевозок и домашней доставки товаров клиентам, происходит на основании тендерных процедур. К тем продуктам, которые покупатели не могут получить в рамках доступного ассортимента в конкретном городе, Группа применяет систему ускорений сроков перевозки заказов путем доставки с центральных складов сборными грузами, а также использует технологии отправки товара, минуя долгосрочное хранение (кросс-докинг).

С 2020 года Группа использует ежедневные кросс-доковые отправки между всеми распределительными складами для перемещения эксклюзивного ассортимента вместе с клиентскими заказами в населенные пункты, удаленные от городов-миллионников, а также авиаперевозки.

Транспортные перевозки Группы за 2020 год

ТИП ПЕРЕВОЗОК	КОЛИЧЕСТВО РЕЙСОВ
Автотранспорт	58 092
Железнодорожные перевозки	1 708
Авиаперевозки	9 226
Сборные грузы	10 865

Логистика Группы в цифрах в 2020 году

- 1 млн кв. м.**
СКЛАДСКОЙ ПЛОЩАДИ
- 67%**
ОНЛАЙН-ЗАКАЗОВ ПОКУПАТЕЛИ ЗАБИРАЮТ САМИ
- >5 млн**
ДОСТАВОК КЛИЕНТАМ
- >98%**
ДОСТАВОК ОСУЩЕСТВЛЕНО В СРОК
- 55 тыс.**
ПАРТНЕРСКИХ ПУНКТОВ ВЫВОЗА ЗАКАЗОВ
- 85%**
ОБЩИХ ОНЛАЙН-ЗАКАЗОВ ДОСТУПНЫ В ПРЕДЕЛАХ 24 ЧАСОВ ПОСЛЕ ОФОРМЛЕНИЯ
- >3,2 млн куб. м**
ГОДОВОЙ ОБЪЕМ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

Последняя миля: доставка и самовывоз

Примерно 67% онлайн-заказов покупатели забирают сами в удобном для них магазине нашей сети или пункте выдачи заказов (ПВЗ) наших партнеров. В 2020 году Группа значительно расширила каналы самовывоза, начав сотрудничество с X5 Retail Group и Почтой России. Забрать технику, заказанную онлайн, клиенты Группы могут в 9 000 ПВЗ и постоматах в магазинах «Пятерочка» и в 42 тысячах отделений Почты России. Благодаря партнерству с Почтой России Группа впервые вышла в более чем 300 небольших городов и поселков. В 2020 году Группа совершила 81 тысячу отправок товаров в партнерские пункты выдачи онлайн-заказов.

Доставка товаров на дом осуществляется партнерами Группы. По итогам 2020 года общее количество доставок М.Видео-Эльдорадо увеличилось до 5,4 млн¹ по сравнению с 3,2 млн в 2019 году. **При этом более 98% доставок было выполнено в срок.** В течение года Группа запустила услугу экспресс-доставки цифровой и бытовой техники весом до 20 кг с помощью партнерских сервисов Яндекс.Такси и Gett Delivery, а также других служб такси в регионах. В 2020 году общее количество доставок с помощью такси достигло 400 тысяч.

В Москве и ряде крупнейших городов России с населением более 1 млн человек стандартная доставка на дом возможна день в день. В остальных городах присутствия, как правило, более 90% заказанных товаров из доступного в городе ассортимента доставляется на следующий день. В некоторых случаях мы можем запланировать доставку на следующий день или позже, если клиент желает приобрести продукт с какими-либо специфическими свойствами.

Группа развивает сервисы доставки и самовывоза в двух направлениях: повышение скорости сервиса и вариативности способов доставки товара клиентам

Один из ключевых проектов на этом направлении – запуск собственного приложения Группы для курьеров, интегрированного с сайтами и приложениями М.Видео и Эльдорадо для покупателей. Приложение позволит информировать клиентов о статусе заказа в режиме реального времени и адаптировать процесс доставки с учетом графика покупателя.

В рамках расширения инструментов «последней мили» мы намерены развивать новые способы доставки, в том числе, экологичные сервисы доставки пешими или вело-курьерами. В связи с этим также планируется запуск нового инструмента – платформы, которая позволит автоматически подбирать оптимальное транспортное средство под каждый заказ с учетом параметров товара и условий заказа. Данная технология повысит безошибочность передачи товаров в доставку и точность «последней мили».

Группа также планирует расширять пул поставщиков сервисов самовывоза, а также продолжать повышать качество данных сервисов.

Цифровые технологии в логистике

Постоянное повышение эффективности и цифровизация систем управления товарными запасами и перевозками – необходимое условие для повышения доступности товаров для покупателей и эффективного расширения онлайн-бизнеса.

М.Видео-Эльдорадо много лет инвестирует в самые современные ИТ-системы, поддерживающие логистические процессы, при внедрении большинства из которых Группа стала пионером отрасли и значимым источником уникальной экспертизы на рынке.

В Группе выстроен процесс сквозного планирования товарного запаса от поставщика до магазина. Группа разрабатывает собственную систему планирования с использованием математических моделей для прогнозирования оптимального уровня запасов на каждом звене цепочки поставок. Технологии машинного обучения применяются для прогноза объемов товарных запасов для каждого магазина, принимая во внимание динамику продаж, сезонность, трафик, промоакции, а также вероятный объем товаров, зарезервированных для самовывоза.

Начиная с 2020 года, Группа первой в России начала коммерческое внедрение решения для управления складским двором SAP Yard Logistics. Решение, доработанное специально для М.Видео-Эльдорадо, помогает выстраивать единую централизованную систему управления и мониторинга всех товарных потоков, повышая пропускную способность складов и качество логистических услуг.

В Группе внедрена система управления потребительскими данными и характеристиками товаров, позволяющая настраивать рекомендации аксессуаров к основным товарам на наших сайтах и в мобильных приложениях; создавать и редактировать поисковые SEO-коллекции для упрощения поиска товаров; создавать и выделять данные об отличиях технических характеристик товаров (например цвет, объем памяти и т. п.) для ускорения их просмотра. В 2020 году благодаря обновлениям данной системы Группа дополнительно обработала более 14 тысяч новых карточек товаров по проекту «Бесконечная полка».

Группа внедряет электронный документооборот в большинстве своих расчетов с контрагентами и поставщиками услуг для ускорения обработки и отправки документации, а также более жесткого контроля за обменом данными на всех этапах цепи поставок. Обмен данными по стандартам EDI был реализован с более чем 100 ключевыми поставщиками, что позволило значительно оптимизировать закупочные процедуры. Электронная тендерная площадка на базе SAP SRM делает процессы закупки партнерских услуг максимально прозрачными.

Ключевые направления развития «последней мили»



Новое приложение экспедитора

Повышение точности доставки, контроль, прозрачность E2E доставки, оптимизация архитектуры



Все отовсюду

Сток всех магазинов доступен для доставки, возможность объединить в одну корзину товар из разных объектов



Платформа для выбора типа доставки

Подбор эффективной опции доставки, оптимизация объекта отгрузки архитектуры



Расширение сети ПВЗ

Расширение сети ПВЗ через партнерства до 100 тысяч точек выдачи

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ С ПОСТАВЩИКАМИ

ПАРТНЕРСТВО С ПОСТАВЩИКАМИ

Группа уделяет особое внимание выстраиванию доверительных и взаимовыгодных отношений со всеми поставщиками, поскольку ассортимент, качество товаров и комплексные решения являются одним из важных элементов бизнес-модели М.Видео-Эльдорадо, и оказывают существенное влияние на клиентский опыт на этапе выбора. От успешного и эффективного сотрудничества с поставщиками выигрывают все: Группа, наши партнеры, покупатели и рынок в целом.

Согласно рыночному исследованию, проведенному ООО «Ай Эр Си»¹, 85% потребителей используют офлайн магазины в процессе выбора техники и электроники. Таким образом, гибридная/омниканальная модель лучше отвечает потребностям сегодняшних покупателей, и дает поставщикам возможность продемонстрировать наиболее сложные технические характеристики товаров и новинки, что крайне важно для производителей. Группа совместно с поставщиками находится в постоянной работе по поиску и продвижению новых форматов взаимодействия с потребителями. В 2020 году Группа запустила новые сервисы, такие как видеоконсультации из магазинов с участием промоперсонала, и продолжила активное продвижение брендов в онлайн и партнерские промо-акции на сторонних площадках.

В 2020 году характер отношений с поставщиками во многом определялся пандемией коронавируса. Большинство ключевых изменений и вызовов были связаны с ограничением поставок из-за введения карантина и других ограничительных мер на производствах. Учитывая тот факт, что Группа является крупнейшим розничным игроком на российском рынке потребительской электроники, отношения со всеми ключевыми поставщиками носят долгосрочный характер и опираются на совместный процесс планирования подтвержденных, гарантированных поставок на горизонте нескольких месяцев. В свою очередь поставщики поддерживают согласованный запас на своих складах. Благодаря всему этому Группе удалось минимизировать влияние действовавших ограничений на цепочки поставок и в кратчайшие сроки подстроиться под новые условия ведения бизнеса.

Одним из результатов адаптации к изменившимся условиям стала модификация и совершенствование системы оценки и выбора поставщиков с точки зрения скорости принятия решения о возможности заключения контрактов.

Также в 2020 году Группа М.Видео-Эльдорадо продолжила перевод коммерческих закупок на электронный документооборот. На данный момент Группа перевела в цифровой формат 80% операций в рамках коммерческих закупок. Общее ежемесячное количество пакетов электронных документов превысило 40 тыс., 85% поступивших документов проводятся автоматически, что позволяет снизить риск ошибок в рутинных операциях, сократить расходы на них, ускорить проведение расчетов и закрытие финансовой отчетности.

В итоге в 2020 году Группа продолжила реализовывать инициативы, направленные на развитие стратегических партнерств с поставщиками, и запустила ряд проектов с ключевыми контрагентами:



- Запуск продаж эксклюзивного бренда Whirlpool.
- Расширение продаж бренда WMF в ключевых точках Группы, а также реализация посредством фирменных зон в магазинах.
- Переход на агентскую схему взаимодействия с селективной дистрибуцией с брендом Kenwood.
- Достижение лидерских позиций в сегменте «умных» устройств для дома, а также в сегменте устройств с голосовыми помощниками.
- Реализация ряда партнерств, направленных на расширения продуктового наполнения через проект «Вендор каталог 2.0» и развитие сегментов комплементарных товаров, что привело к двукратному увеличению доступного ассортимента.

80 %

ОПЕРАЦИЙ В РАМКАХ КОММЕРЧЕСКИХ ЗАКУПОК
ГРУППА ПЕРЕВЕЛА В ЦИФРОВОЙ ФОРМАТ

¹ Согласно исследованию потребительского поведения на рынке Бытовой Техники и Электроники, проведенному ООО «Ай Эр Си» в 16 городах с населением более 500 тысяч человек. База: покупатели, совершившие покупку на рынке БТЭ за последние 6 месяцев, мужчины и женщины, в возрасте 18-55 лет. Данные были собраны в период март-ноябрь 2020 года.



Сотрудничество с вендорами является ключевым элементом создания уникального клиентского опыта

Сотрудничество с поставщиками вносит значительный вклад в привлекательность развиваемых Группой брендов и обеспечивает как глубину и качество предложения, так и выгодные условия приобретения электроники по конкурентным ценам благодаря:

- Широкой продуктовой доступности
- Поставкам наиболее востребованного и популярного ассортимента
- Партнерствам и реализуемым с поставщиками совместным инициативам
- Лучшему покупательскому опыту

Наше сотрудничество с вендорами распространяется также на совместные маркетинговые кампании

Поскольку полки наших магазинов для вендоров являются ключевой точкой соприкосновения с покупателями и продвижения товаров, они вносят значимый вклад в реализацию маркетинговой и рекламной деятельности Группы.

Три ключевых направления реализации совместных маркетинговых инициатив с поставщиками: организация бренд-зон в магазинах, проведение мероприятий и медиа-активность.

Организация бренд-зон в магазинах

Проведение мероприятий

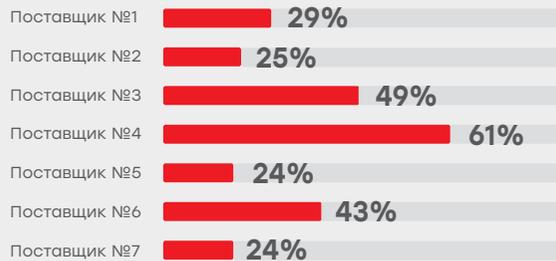
Медиа-активность

Группа М.Видео-Эльдорадо является ключевым партнером для крупнейших мировых вендоров потребительской электроники на российском рынке.

На сегодняшний день у Группы налажены отношения с более чем 300 поставщиками. В число крупнейших вендоров входят глобальные лидеры сектора бытовой техники и электроники, такие как Samsung, Apple, LG, Sony, Huawei, Bosch и др. Ассортимент, представленный в М.Видео и Эльдорадо, формирует порядка 73% продаж всего российского рынка электроники, что говорит об эффективном управлении Группой своим товарным портфелем. Группа является очень важным партнером для основных мировых вендоров. В среднем мы генерируем 40% выручки семи ведущих мировых брендов бытовой электроники в России.

Ключевые поставщики – доля продаж в РФ, приходящаяся на Группу М.Видео-Эльдорадо

М.ВидеоЭльдорадо



Whirlpool считает Группу мощным стратегическим деловым партнером. Стратегия Группы по продвижению мобильной платформы One Retail позволила быстро нивелировать влияние пандемии весной 2020 года, когда магазины попали под ограничения, связанные с коронавирусом. В этот трудный период потребители, которые не могли посещать магазины, могли размещать заказы и получать столь необходимые товары быстро и вовремя.

Антон Чумаков,
Генеральный директор Whirlpool Corporation, EMEA



На протяжении 30-летней истории Samsung в России мы всегда стремились предоставлять наши высококачественные продукты и услуги российским потребителям. Это было бы невозможно без высокоразвитого розничного присутствия и поддержки. Мы ценим, что Группа М.Видео-Эльдорадо уже 28 лет помогает нам в этом.

Д.Х. Ким,
Президент Samsung Electronics в СНГ



Группа М.Видео-Эльдорадо создала уникальную бизнес-культуру на российском рынке, объединив лучшие европейские и российские деловые практики. Важнейшая составляющая успеха Группы М.Видео-Эльдорадо - это доверие потребителей, а также их способность и готовность следовать новым тенденциям. Группа занимает уникальное положение в мире для создания успешной и образцовой гибридной модели, сочетающей офлайн-розничную торговлю с эффективностью и возможностями онлайн-взаимодействия с потребителями на основе мобильных решений и аналитики данных.

Ольгез Огужан,
Генеральный директор, Groupe SEB



В то время как мир стремительно меняется, для каждого поставщика становится как никогда важно обеспечить надежное обслуживание клиентов как онлайн, так и в автономном режиме. HP считает, что эффективный и надежный омниканальный подход М.Видео-Эльдорадо с беспрепятственным и прозрачным взаимодействием офлайн-онлайн для клиентов - это уникальная возможность для поставщиков поговорить с потребителями и предложить им полный портфель лучших продуктов и решений.

Седрик Кутат,
Руководитель отдела персональных систем ISE, HP

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ

Вместе с поставщиками Группа М.Видео-Эльдорадо постоянно работает над расширением и улучшением предлагаемого ассортимента, исследуя предпочтения и потребности своих потребителей и поддерживая высокие стандарты предлагаемых товаров.

75 тыс. SKU

АССОРТИМЕНТ ГРУППЫ

>11 тыс. SKU

ЭКСКЛЮЗИВНЫХ SKU

>14%

АССОРТИМЕНТА ГРУППЫ – ИННОВАЦИОННЫЕ ТОВАРЫ,
ТРЕБУЮЩИЕ ЭКСПЕРТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Более 30% продаж М.Видео-Эльдорадо формирует четвертая (высшая) ценовая квартиль, в рамках которой 7% GMV Группы приходится на премиум-сегмент. Так, ранее Группа выявила тенденцию к увеличению градиента между товарами первой ценовой квартили и товарами премиального сегмента.

На данный момент на рынке ярко выделяются два потребительских тренда:

- приобретение товаров с базовым набором характеристик по низким ценам;
- приобретение более дорогой высоко функциональной техники, выполненной из материалов высшей категории.

Чтобы удовлетворить спрос на базовую бытовую технику и электронику покупателей, чувствительных к цене, и создать модели, которые до этого были представлены только в высоких ценовых сегментах, еще в 2019 году Группа запустила производство и продажу техники под собственной торговой маркой Hi, представленной в сети Эльдорадо. В 2020 году Группа вывела на российский рынок телевизоры средней ценовой категории под брендом Novex, собственной торговой марки М.Видео. Группа продолжает развитие собственных торговых марок, в конце 2020 года бренды продавали более 150 моделей крупной и малой бытовой техники под собственными торговыми марками. В перспективе СТМ-товары Группы могут занять до 15% штучных продаж в тех категориях, где они представлены.

Другим направлением по развитию ассортимента, представленного в магазинах Группы, стал премиум-сегмент. Индустрия бытовой техники и электроники является одной из самых инновационных: постоянно появляются новые продукты, услуги и решения. Группа М.Видео-Эльдорадо – традиционно сильный игрок на рынке инновационной премиум-техники, включающей в себя «умные» устройства для дома, устройства для удаленного контроля безопасности (например, камеры слежения), всевозможные бытовые роботы, носимые устройства для контроля здоровья и так далее. На данный момент доля инновационных и премиальных товаров в GMV Группы составляет порядка 20%, и мы планируем в среднесрочной перспективе увеличить ее до 30%.

Более того, Группа постоянно ведет работу по развитию экосистемного подхода к ритейлу, в рамках которого М.Видео-Эльдорадо, помимо товаров своего ассортимента, предлагает клиентам участие в акциях и мероприятиях, дополнительные сервисы, аксессуары и контент, значительно обогащающие клиентский опыт, в том числе, установки техники, расширенные страховки и гарантии, цифровые сервисы по защите и настройке смартфонов и ноутбуков, трейд-ин, платная утилизация старой техники.

В 2020 году М.Видео
и Эльдорадо реализовали

~500 тыс.

УСТАНОВОК,

ЭТО **~10%** ОТ ВСЕХ ДОСТАВОК НА ДОМ

~700 тыс.

СОСТАВИЛИ ПРОДАЖИ СТРАХОВЫХ ПОЛИСОВ

~1,9 млн

ПРОДАЖИ ЦИФРОВЫХ СЕРТИФИКАТОВ

МАРКЕТПЛЕЙС И ВЕНДОР-КАТАЛОГ КАК КАТАЛИЗАТОР БУДУЩЕГО РОСТА

В 2020 году Группа М.Видео-Эльдорадо увеличила число товаров, представленных на онлайн-площадках и магазинах, в 2,5 раза до более чем 75 тысяч SKU за счет развития формата маркетплейса. В перспективе трех лет Компания планирует расширить ассортимент до 250 тысяч наименований, продолжая фокусироваться и усиливать экспертизу в бытовой технике и электронике.

Среднесрочные планы

Расширение ассортимента до 250 тысяч SKU за счет дальнейшего развития вендор-каталога, «бесконечной полки» и запуска собственного ЗР маркетплейса с фокусом на потребительскую электронику.

На данный момент Группа М.Видео-Эльдорадо развивает формат маркетплейса по трем направлениям:



СОТРУДНИЧЕСТВО С GOODS.RU: МАРКЕТПЛЕЙС ПОЛНОГО ЦИКЛА (СХЕМА «ФУЛФИЛМЕНТ», ВКЛЮЧАЕТ УСЛУГУ ХРАНЕНИЯ ТОВАРОВ)



РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОГО МАРКЕТПЛЕЙСА С ЛОГИСТИКОЙ (ВКЛЮЧАЕТ ТОЛЬКО ДОСТАВКУ НА «ПОСЛЕДНЕЙ МИЛЕ»)



«ВЕНДОР-КАТАЛОГ»: МАРКЕТПЛЕЙС ПО ТИПУ ДОСКИ ОБЪЯВЛЕНИЙ

С goods.ru М.Видео и Эльдорадо работают в формате white label, то есть интегрируют необходимые товарные категории и партнеров на свои площадки, используя платформу и решения маркетплейса. На товары, которые размещены на онлайн-витрине под брендом goods.ru, организация последней мили, а также сервисное обеспечение проходят на стороне и ресурсами goods.ru, где также есть возможность самовывоза.

В настоящий момент в рамках интеграции с goods.ru покупателям доступно больше 10 тысяч позиций техники и комплементарных товаров в 250 категориях. Группа также работает по прямым контрактам с более чем 100 поставщиками – крупными производителями техники Bosch, SEB, Smeg, Whirlpool, а также с ритейлерами – лидерами рынка в своих сегментах,

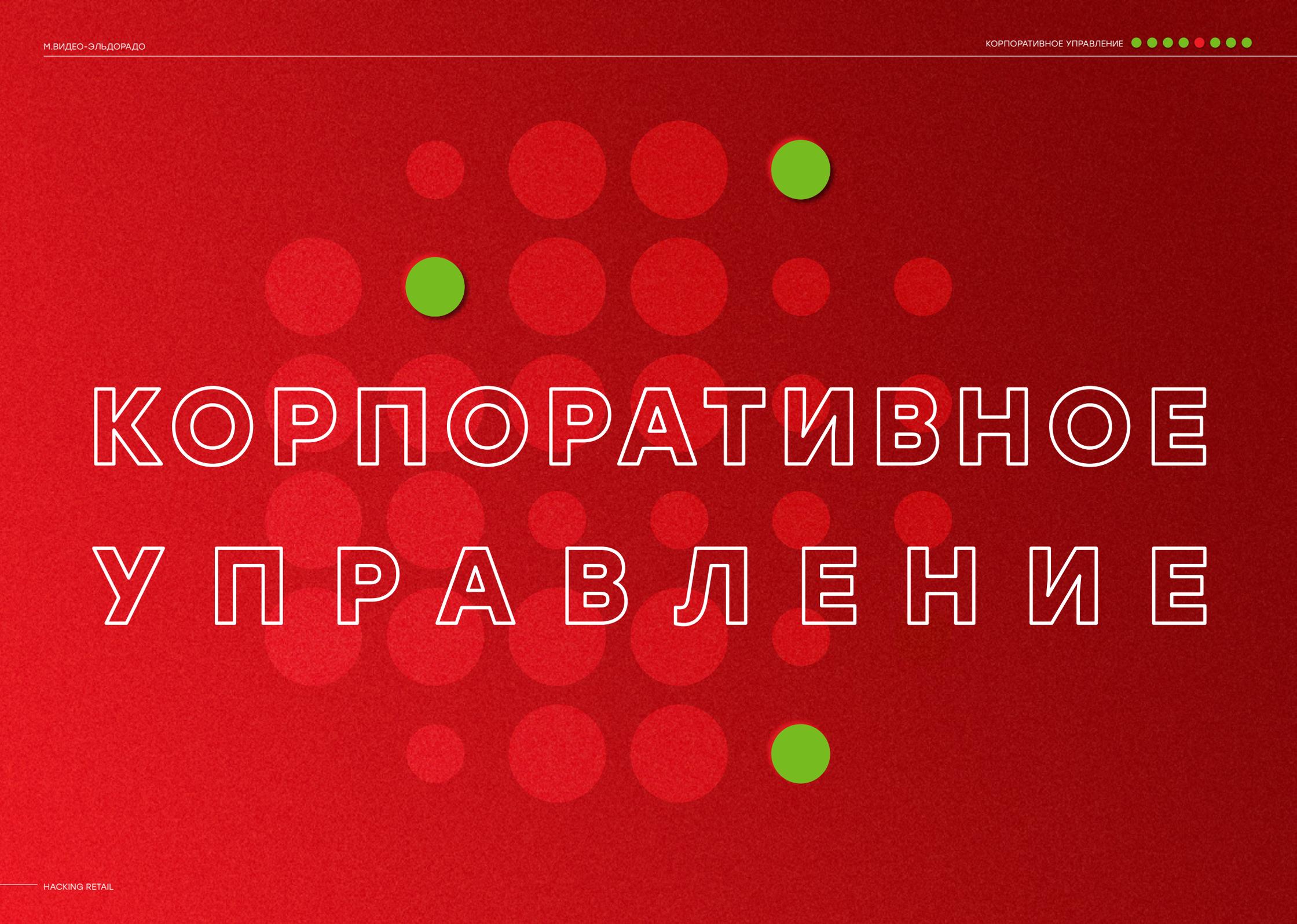
«220 Вольт» и Холодильник.ру. В перспективе Группа планирует подключить Декатлон, Колесо.ру, Дочки-Сыночки и ряд других крупных игроков.

Устройства, реализуемые через маркетплейс, на сайтах ритейлеров помечаются, как «товар партнера». М.Видео и Эльдорадо осуществляют логистику, гарантийное и сервисное обслуживание товаров мерчантов, сервисная поддержка товаров, реализованных с платформы goods.ru, осуществляется на стороне партнера. Если у покупателя возникает необходимость обменять или вернуть покупку, он может обратиться в магазин сети и воспользоваться стандартными процедурами.

Маркетплейс Группы будет фокусироваться на дальнейшем расширении и углублении ассортимента бытовой техники и электроники и комплементарных товаров и услуг, сохраняя сток и работу с ним как основу бизнес-модели. Более широкий ассортимент позволит оптимизировать работу с поисковыми запросами, привлечь дополнительный трафик и увеличить конверсию площадок группы.

Также уже несколько лет М.Видео и Эльдорадо работают с партнерами в формате «вендор каталога», предлагая покупателям отдельные модели со склада аккредитованных производителей. Онлайн-каталог позволяет покупателям получить доступ как к регулярному продуктовому ряду, так и к дополнительным предложениям от поставщиков. Партнеры ритейлеров имеют возможность выставить свои товарные предложения через витрину онлайн-магазина. В этом случае Группа не закупает эти товары, но может обеспечить их продажу, доставку и все сопутствующие сервисы для покупателей. Для клиентов Группы такой подход позволяет заказать любую модель техники, в том числе редкую или эксклюзивную, ритейлер расширяет ассортимент без дополнительных рисков для оборотного капитала, а производитель увеличивает продажи и может тестировать покупательский спрос на экспериментальные модели.





КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

HACKING RETAIL

ПРЕВРАЩАЯ
ВЫЗОВЫ
В ВОЗМОЖНОСТИ

М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО



ЗАЯВЛЕНИЕ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОБЩЕСТВА

о соблюдении принципов
и рекомендаций
корпоративного управления,
закрепленных Кодексом
корпоративного управления

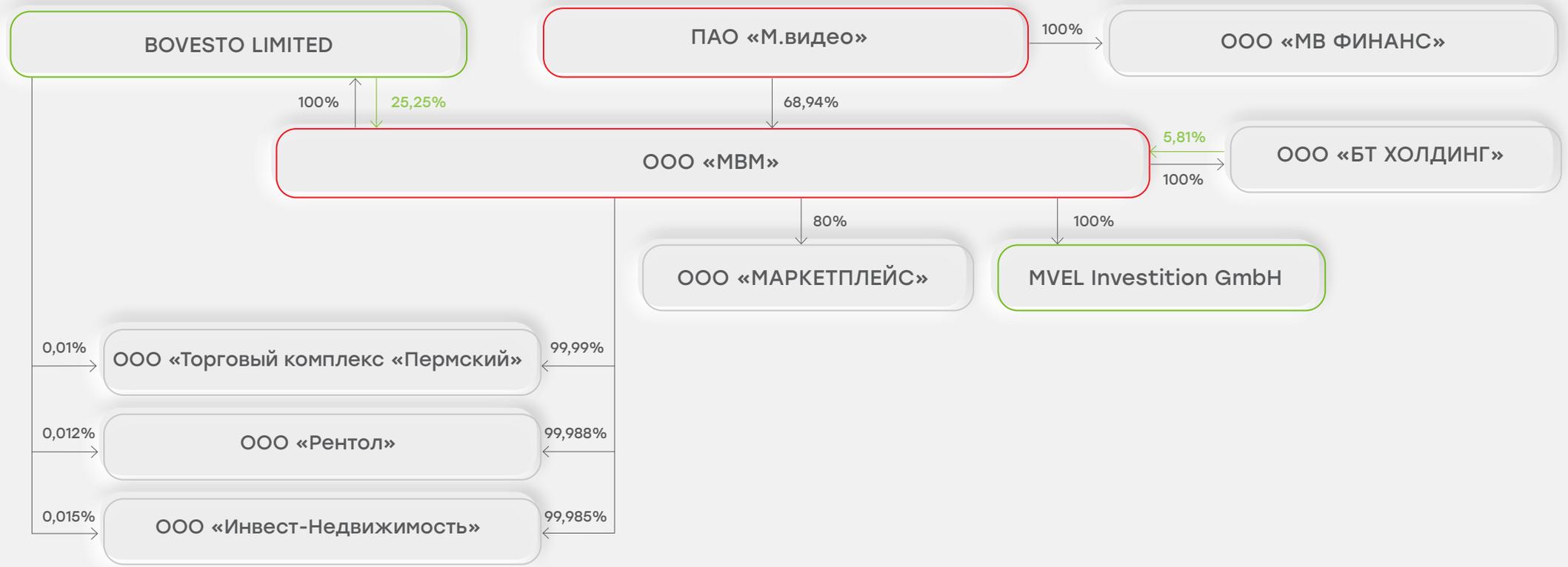
В своей деятельности Совет директоров Общества обязуется наиболее полно и точно следовать принципам, изложенным в Кодексе корпоративного управления, одобренном Банком России и рекомендованном к применению акционерными обществами, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам (Письмо № 06-52/2463 от 10 апреля 2014 года), именуемому далее «Кодекс», а также разъяснениях, приведенных в Письме Банка России от 17 февраля 2016 года № ИН-06-52/8 «О раскрытии в годовом отчете публичного акционерного общества отчета о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления», устанавливающих принципы корпоративного управления в акционерных обществах. При этом Совет директоров Общества заявляет, что отдельные положения (принципы) Кодекса в настоящее время частично или полностью не выполняются в силу обстоятельств, подробно описанных в разделе «Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления» в Приложении «отчет о соблюдении Обществом принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления» к настоящему Годовому отчету.

В качестве методологии оценки соблюдения принципов и рекомендаций корпоративного управления, установленных Кодексом, использовались рекомендации, изложенные в Письме Банка России от 17 февраля 2016 года № ИН-06-52/8 «О раскрытии в годовом отчете публичного акционерного общества отчета о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления».

Сведения о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса рассматриваются Советом директоров Общества в составе настоящего Годового отчета.

КОРПОРАТИВНАЯ СТРУКТУРА ГРУППЫ

По состоянию на 31 декабря 2020 года в Группу М.Видео-Эльдорадо входили следующие юридические лица:



СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Общество считает, что построение эффективной модели корпоративного управления является одним из наиболее важных факторов в создании доверительных отношений с акционерами Общества и выстраивании продуктивного партнерства с инвестиционным сообществом и иными заинтересованными лицами.

При построении модели и совершенствовании качества корпоративного управления Общество руководствуется требованиями законодательства Российской Федерации, в том числе положениями Федерального закона от 26 декабря 1995 года № 208-ФЗ «Об акционерных обществах», Федерального закона от 22 апреля 1996 года № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг», Правилами листинга ПАО Московская Биржа, а также принципами и рекомендациями Кодекса корпоративного управления, рекомендованного к применению Банком России.

Ключевые элементы модели корпоративного управления:

1) Органы управления:

- › Общее собрание акционеров Общества;
- › Совет директоров Общества;
- › Правление – коллегиальный исполнительный орган Общества;
- › Генеральный директор – единоличный исполнительный орган Общества.

2) Ревизионная комиссия – орган контроля за финансово-хозяйственной деятельностью;

3) Подразделение внутреннего аудита;

4) Отдел внутреннего контроля и управления рисками.

Для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности

Общество привлекает внешнего (независимого) аудитора.

Корпоративный секретарь, назначенный Обществом, призван обеспечить подготовку и проведение Общего собрания акционеров, а также заседаний Совета директоров и его комитетов в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, Устава Общества и иных внутренних документов Общества. В обязанности Корпоративного секретаря входит надлежащая реализация процедур, обеспечивающих осуществление прав и защиту законных интересов акционеров, и контроль за их исполнением. Также Корпоративный секретарь является лицом, ответственным за раскрытие инсайдерской информации.

Общество стремится следовать основным принципам раскрытия информации, обеспечивая его регулярность и оперативность, доступность информации для акционеров и иных заинтересованных лиц, а также достоверность и полноту ее содержания. Общество соблюдает требования в области публичного раскрытия информации, предоставляя акционерам и иным заинтересованным лицам возможность получить достоверную информацию об Обществе и подконтрольных ему организациях. Общество регулярно и своевременно публикует информацию в информационном ресурсе, обновляемом в режиме реального времени и предоставляемом информационным агентством ООО «Интерфакс-ЦРКИ» (далее – Лента новостей) и в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (сеть Интернет), используя страницу в сети Интернет, предоставляемую ООО «Интерфакс-ЦРКИ» (далее – Страница в сети Интернет), а также на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Доступ к информации, опубликованной на сайте Общества, в Ленте новостей и на Странице в сети Интернет, предоставляется на безвозмездной основе и не требует выполнения специальных процедур, таких как получение паролей, регистрации или иных технических ограничений для ознакомления с ней.

Ключевые принципы корпоративного управления

Общество придерживается следующих ключевых принципов, призванных гарантировать интересы акционеров и обеспечивать разумный баланс между полномочиями органов управления и контроля:

- Обеспечение акционерам реальной возможности осуществлять свои права, связанные с участием в Обществе;

- Стратегическое управление Советом директоров деятельностью Общества и эффективный контроль с его стороны за деятельностью исполнительных органов Общества, а также подотчетность членов Совета директоров его акционерам;

- Осуществление исполнительными органами руководства текущей деятельностью Общества в интересах его долгосрочного устойчивого развития и получения акционерами выгоды от этой деятельности, подотчетность исполнительных органов Совету директоров Общества и его акционерам;

- Осуществление своевременного раскрытия полной и достоверной информации об Обществе, необходимой для принятия обоснованных решений акционерами и инвесторами;

- Обеспечение эффективного контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Общества с целью защиты прав и законных интересов акционеров;

- Социальная ответственность и соблюдение прав и законных интересов иных заинтересованных лиц.

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В 2020 ГОДУ

Совершенствование корпоративного управления является важным элементом повышения эффективности деятельности Общества.

В отчетном году в рамках совершенствования корпоративной структуры для обеспечения наиболее эффективного управления в организациях, входящих в Группу, была завершена процедура реорганизации в форме присоединения ООО «Эллин» к ООО «Инвест-Недвижимость» (дата завершения реорганизации: 25 февраля 2020 года), завершена процедура ликвидации ООО «Эльдомаркет» (дата прекращения деятельности – 27 января 2020 года) и ООО «БТ торговые решения» (дата прекращения деятельности – 23 января 2020 года). Также в отчетном году проходила (в том числе проходит после отчетной даты) процедура ликвидации компании MVEL Investition GmbH.

В отчетном году был сформирован Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео», в состав которого вошли пять человек, а также утверждено Положение о Комитете Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео».

Общество ведет работу по актуализации внутренних документов. 9 ноября 2020 года внеочередным Общим собранием акционеров Общества были утверждены новые редакции следующих документов Общества:

- ▶ Устав Общества;
- ▶ Положение об Общем собрании акционеров Общества;
- ▶ Положение о Совете директоров Общества;
- ▶ Положение о Правлении Общества;
- ▶ Положение о единоличном исполнительном органе (Генеральном директоре) Общества;
- ▶ Положение о Ревизионной комиссии Общества.

В Обществе произошло изменение структуры единоличных исполнительных органов. Устав Общества в новой редакции предусматривает наличие только одного единоличного исполнительного органа – Генерального директора, тогда как предыдущая редакция Устава Общества предусматривала иное: в Обществе были образованы два единоличных исполнительных органа – Президент и Генеральный директор. Также в отчетном году был утвержден Устав ООО «МВМ» (подконтрольная Обществу организация) в новой редакции, который также предусматривает наличие одного единоличного исполнительного органа – Генерального директора, тогда как предыдущая редакция предусматривала два единоличных исполнительных органа – Генеральный директор и Главный исполнительный директор.

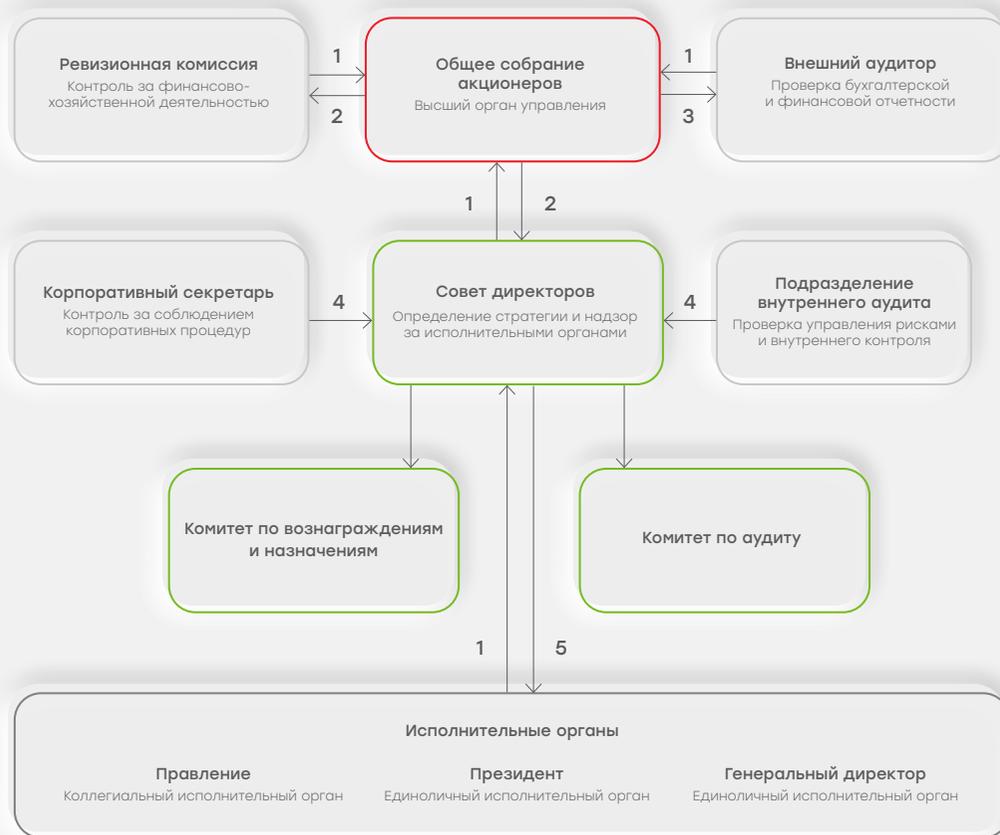
С 1 октября 2020 года Генеральным директором Общества и ООО «МВМ» является Изосимов Александр Вадимович.

Внеочередным Общим собранием акционеров Общества в ноябре отчетного года на основании рекомендации Совета директоров Общества было принято решение выплатить из нераспределенной чистой прибыли по итогам 2019 года дивиденды в размере 30 руб. 00 коп. на одну размещенную обыкновенную акцию ПАО «М.видео».

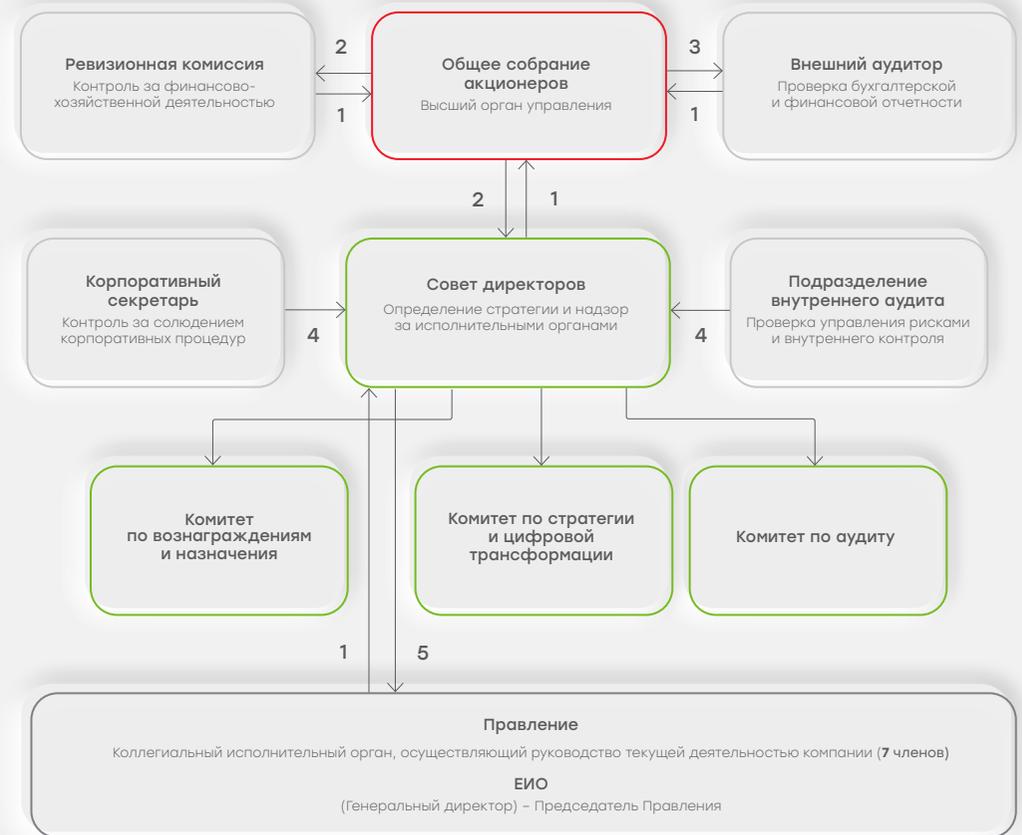
28 декабря 2020 года внеочередным Общим собранием акционеров Общества был определен количественный состав Совета директоров Общества – девять человек, который применяется при формировании состава Совета директоров на Общих собраниях акционеров ПАО «М.видео», следующих за указанным внеочередным Общим собранием акционеров ПАО «М.видео», в повестку дня которых включен вопрос об избрании членов Совета директоров.

При этом в 2020 году в состав Совета директоров входили 14 человек.

Структура корпоративного управления на дату **начала** отчетного года



Структура корпоративного управления на дату **окончания** отчетного года



1 - Отчетность 2 - Избрание 3 - Утверждение
4 - Функциональное подчинение 5 - Формирование и оценка результата

ОБЩЕЕ СОБРАНИЕ АКЦИОНЕРОВ

Общее собрание акционеров является высшим органом управления Общества. Компетенция Общего собрания акционеров определена Федеральным законом № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» и Уставом Общества.

Общие собрания акционеров проводятся ежегодно.

В 2020 году было проведено три Общих собрания акционеров Общества. В целях снижения риска распространения коронавирусной инфекции и в соответствии с рекомендациями Банка России Общие собрания акционеров были проведены в форме заочного голосования.

Годовое Общее собрание акционеров 22 июня 2020 года

22 июня 2020 года было проведено годовое Общее собрание акционеров, на котором были приняты следующие решения:

- Утверждено распределение чистой прибыли ПАО «М.видео», полученной по результатам 2019 отчетного года следующим образом:
 - часть чистой прибыли в размере 5 998 865 734 руб. 99 коп. была направлена на выплату дивидендов по результатам девяти месяцев 2019 года - промежуточные дивиденды, ранее выплаченные по результатам девяти месяцев 2019 года из прибыли 2019 года в соответствии с решением внеочередного Общего собрания акционеров ПАО «М.видео» от 03.12.2019 (Протокол №29 от 03.12.2019г);
 - оставшуюся часть чистой прибыли по итогам 2019 года было решено не распределять, дивиденды не выплачивать.
- Избраны члены Ревизионной комиссии Общества:
 - 1 Безлик Евгений Владимирович;
 - 2 Горохов Андрей Александрович;
 - 3 Рожковский Алексей Леонидович.
- Определен количественный состав Совета директоров Общества: 14 человек. Количественный состав Совета директоров, определенный настоящим решением, применяется при формировании состава Совета директоров на настоящем годовом Общем собрании акционеров Общества,

а также при формировании состава Совета директоров на Общих собраниях акционеров Общества, следующих за настоящим годовым Общим собранием акционеров Общества, в повестку дня которых включен вопрос об избрании членов Совета директоров Общества.

- Избраны члены Совета директоров Общества: информация не раскрывается*
- Определен размер вознаграждения и компенсаций расходов членов Совета директоров и членов Ревизионной комиссии Общества за период с июля 2020 года по июнь 2021 года:
 - вознаграждение членам Совета директоров Общества в общем раз-мере не более 52 млн. рублей;
 - компенсация расходов, понесенных членами Совета директоров Общества в рамках исполнения функций членов Совета директоров Общества, в общем размере не более 10 млн. рублей;
 - вознаграждение членам Ревизионной комиссии Общества в общем размере 150 тыс. рублей.
- Аудитором для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2020 год было утверждено Акционерное общество «Делойт и Туш СНГ».

Внеочередное Общее собрание акционеров 09 ноября 2020 года

09 ноября 2020 года состоялось внеочередное Общее собрание акционеров, на котором были приняты следующие решения:

- Выплатить из нераспределенной чистой прибыли по итогам 2019 года дивиденды в размере 30 рублей 00 копеек на одну размещенную обыкновенную акцию ПАО «М.видео»;
- Дивиденды по акциям ПАО «М.видео» выплатить в денежной форме;
- Утвердить датой, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов, 20 ноября 2020 года;
- Определить, что выплата дивидендов осуществляется в следующие сроки с даты, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов:
 - в течение 10 рабочих дней – номинальному держателю и являющемуся профессиональным участником рынка ценных бумаг доверительному управляющему, которые зарегистрированы в реестре акционеров;
 - в течение 25 рабочих дней – другим зарегистрированным в реестре акционеров лицам.
- Утвержден Устав ПАО «М.видео» в новой редакции;
- Утверждено Положение об Общем собрании акционеров ПАО «М.видео» в новой редакции;
- Утверждено Положение о Совете директоров ПАО «М.видео» в новой редакции;
- Утверждено Положение о Правлении ПАО «М.видео» в новой редакции;
- Утверждено Положение о единоличном исполнительном органе (Генеральном директоре) ПАО «М.видео» в новой редакции;
- Утверждено Положение о Ревизионной комиссии ПАО «М.видео» в новой редакции.

Внеочередное Общее собрание акционеров ПАО «М.видео» 28 декабря 2020 года

28 декабря 2020 года было проведено внеочередное Общее собрание акционеров ПАО «М.видео», на котором было принято следующее решение:

- Определен количественный состав Совета директоров ПАО «М.видео»: 9 человек. Количественный состав Совета директоров, определенный настоящим решением, применяется при формировании состава Совета директоров на Общих собраниях акционеров ПАО «М.видео», следующих за настоящим внеочередным Общим собранием акционеров ПАО «М.видео», в повестку дня которых включен вопрос об избрании членов Совета директоров ПАО «М.видео».

СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ

Совет директоров Общества осуществляет общее руководство деятельностью Общества, за исключением решения вопросов, отнесенных к компетенции Общего собрания акционеров

Совет директоров Общества осуществляет стратегическое управление Обществом, определяет основные принципы и подходы к организации в Обществе системы управления рисками и внутреннего контроля. В целях осуществления указанных функций в Уставе Общества за Советом директоров закреплены в том числе следующие полномочия:

- Определение приоритетных направлений деятельности Общества; утверждение (изменение) плана долгосрочного стратегического развития (стратегии) Общества и компаний Группы, в том числе маркетинговой стратегии, стратегии развития и поддержания бренда (создание, управление и развитие товарных знаков Общества и компаний Группы), утверждение отчетов об исполнении стратегии Общества и компаний Группы, а также определение порядка и периодичности представления таких отчетов;
- Утверждение системы управления рисками и внутреннего контроля Общества, утверждение политики в области управления рисками и внутреннего контроля Общества, утверждение матрицы рисков Общества.

В отчетном году был сформирован и осуществлял свою работу Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео».

Совет директоров также реализует иные функции в рамках компетенции, определенной Федеральным законом от 26.12.1995 N 208-ФЗ «Об акционерных обществах» и Уставом Общества.

Одной из важнейших функций Совета директоров Общества является формирование эффективных исполнительных органов и обеспечение действенного контроля за их деятельностью. В целях осуществления указанной функции в Уставе Общества за Советом директоров закреплены следующие полномочия:

- Избрание единоличного исполнительного органа и досрочное прекращение его полномочий, утверждение условий договора, заключаемого Обществом с единоличным исполнительным органом Общества, в том числе условий досрочного прекращения его полномочий, утверждение размера его заработной платы, размеров и выплат премий, предоставляемых ему компенсаций и льгот; определение лица, уполномоченного на подписание договора (дополнительного соглашения

14 ЧЕЛОВЕК

В СОСТАВЕ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

к договору, соглашения о расторжении договора) с единоличным исполнительным органом Общества; предоставление согласия на совмещение Генеральным директором должностей в органах управления других организаций, а также иных оплачиваемых должностей в других организациях;

- Вынесение предложения Общему собранию акционеров о передаче полномочий единоличного исполнительного органа управляющей организации или управляющему, утверждение такой управляющей организации (управляющего) и определение условий договора, заключаемого Обществом с ней (ним);
- Принятие решения о создании или не создании коллегиального исполнительного органа (Правления);
- Избрание членов Правления и досрочное прекращение их полномочий, принятие решения о выплате вознаграждения членам Правления и/или компенсации расходов, связанных с исполнением ими своих функций, определение размера вознаграждения, выплачиваемого членам Правления и/или размера компенсации расходов, связанных с исполнением своих функций; предоставление согласия на совмещение членами Правления должностей в органах управления других организаций;
- Контроль исполнения исполнительными органами Общества решений Совета директоров и Общего собрания акционеров Общества.

Члены Совета директоров Общества ежегодно избираются годовым Общим собранием акционеров в порядке, предусмотренном Уставом Общества, Положением об Общем собрании акционеров Общества и Положением о Совете директоров Общества. По решению Общего собрания акционеров, полномочия всех членов Совета директоров могут быть пре-

кращены досрочно. В этом случае полномочия вновь избранного состава Совета директоров действуют с момента избрания их Общим собранием до момента избрания (переизбрания) на ближайшем по срокам годовом Общем собрании нового состава Совета директоров Общества.

В соответствии с Уставом Общества Совет директоров избирается в составе не менее семи человек. Количественный состав Совета директоров определяется решением общего собрания акционеров.

В отчетном году в Обществе действовал Совет директоров в составе 14 человек.

28 декабря 2020 года внеочередным Общим собранием акционеров Общества был определен количественный состав Совета директоров девять человек, который применяется при формировании состава Совета директоров на Общих собраниях акционеров Общества, следующих за данным внеочередным Общим собранием акционеров Общества, в повестку дня которых включен вопрос об избрании членов Совета директоров Общества.

Порядок и сроки созыва и проведения заседаний Совета директоров, порядок принятия им решений, права и обязанности членов Совета директоров и иные вопросы, связанные с деятельностью Совета директоров, регулируются законодательством Российской Федерации, Уставом Общества и Положением о Совете директоров Общества.

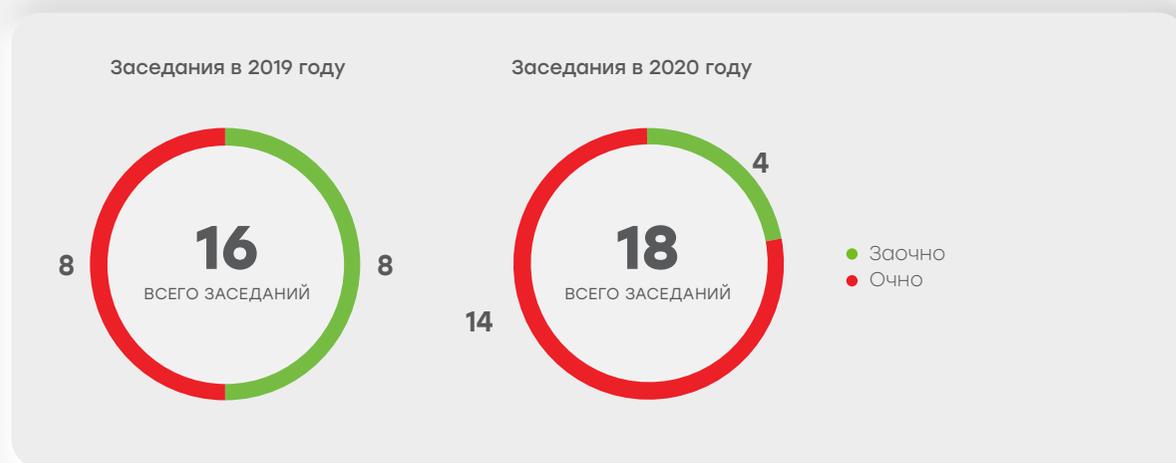
Ответственность директоров и должностных лиц Группы М.Видео-Эльдорадо застрахована.

Программа ознакомительных мероприятий для новых членов Совета директоров

В Обществе существует формализованная программа ознакомительных мероприятий для вновь избранных членов Совета директоров.

Информация не раскрывается*.

ЗАСЕДАНИЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ



Заседания Совета директоров Общества проводились регулярно на плановой основе, а также по мере необходимости принятия решений по вопросам, относящимся к его компетенции. Всего в отчетном году было проведено 18 заседаний Совета директоров, из которых четырнадцать – очно и четыре – в форме заочного голосования.

В отчетном году в связи с распространением коронавирусной инфекции Совет директоров перешел на формат проведения очных заседаний с использованием видео-конференц-связи.

В марте 2020 года на заседании Совета директоров:

- Утверждены отчеты об итогах работы Комитетов Совета директоров за 2019 год;
- Утвержден отчет о результатах деятельности Общества, его дочерних и подконтрольных обществ за 4 квартал 2019 года и 2019 год;
- Утвержден отчет об исполнении бюджета Общества, его дочерних и подконтрольных обществ за 2019 год;
- Утверждена консолидированная финансовая отчетность Общества за 2019 год, подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности;

- Утверждена бухгалтерская (финансовая) отчетность Общества за 2019 год, подготовленная в соответствии с Российскими стандартами бухгалтерского учета;
- Увеличен размер оплаты услуг аудитора Общества, осуществляющего аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности Общества за 2019 год.

На другом заседании Совета директоров в марте 2020 года:

- Утвержден отчет о работе Руководителя подразделения внутреннего аудита Общества за 2019 год;
- Мамонов Максим Александрович с 9 апреля 2020 года был назначен Руководителем подразделения внутреннего аудита а также были утверждены условия трудового договора с ним;
- Утвержден отчет о работе Корпоративного секретаря Общества, результаты оценки его работы в 2019 году и размер выплачиваемой ему премии.

В марте 2019 года на основании поступивших предложений от акционеров Общества был утвержден список кандидатур для голосования по выборам в Совет директоров Общества и Ревизионную комиссию Общества на годовом общем собрании акционеров Общества в 2019 году.

В мае 2020 года Советом директоров:

- Определен с 7 июня 2020 г. количественный состав Правления Общества 7 человек, был избран новый состав Правления с 07 июня 2020 г.;
- Утвержден годовой отчет Общества за 2019 год;
- Принято решение созвать годовое Общее собрание акционеров Общества на 22 июня 2020 года (дата окончания приема бюллетеней) в форме заочного голосования и приняты решения по иным вопросам, связанным с подготовкой, созывом и проведением годового Общего собрания акционеров;
- Утвержден отчет о проведенной самооценке деятельности Совета директоров и Комитетов Совета директоров.

23 июня 2020 года: Информация не раскрывается*.

29 июня 2020 года Советом директоров:

- Избраны члены и Председатель Комитета Совета директоров по аудиту, а также члены и Председатель Комитета Совета директоров по вознаграждениям и назначениям;
- Утвержден размер оплаты услуг аудитора, АО «Делойт и Туш СНГ», для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2020 год, включая дополнительные услуги;

- Принято решение о расторжении 30 июня 2020 года трудового договора с Руководителем подразделения внутреннего аудита Общества Мамоновым Максимом Александровичем.

На заседании Совета директоров 20 августа 2020 года Советом директоров:

- Принято решение сформировать Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео» в количественном составе пять человек;
- Избраны члены и Председатель указанного Комитета, а также утверждено Положение о Комитете Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео».

На заседании Совета директоров, которое состоялось 18 сентября 2020 года:

- Прекращены полномочия Генерального директора Общества Ужахова Билана Абдурахимовича (30 сентября 2020 г. – последний день исполнения обязанностей);
- Избран Генеральным директором Общества Изосимов Александр Вадимович на срок 3 года (с 1 октября 2020 г. по 30 сентября 2023 г.) и утверждены условия трудового договора с ним;
- Определен с 1 октября 2020 г. количественный состав Правления Общества 8 человек, Изосимов Александр Вадимович был избран в состав Правления Общества
- Принято решение расторгнуть с 30 сентября 2020 г. трудовой договор с руководителем отдела внутреннего контроля и управления рисками Общества Огарковым Борисом Андреевичем и назначить с 1 октября 2020 г. на указанную должность Солодченкову Ольгу Юрьевну;
- Янко Артем Николаевич назначен на должность Руководителя подразделения внутреннего аудита с 21 сентября 2020 г.

5 октября 2020 года Совет директоров принял решение о созыве по инициативе Совета директоров внеочередного общего собрания акционеров Общества в форме заочного голосования на 9 ноября 2020 г. (дата окончания приема бюллетеней) со следующей повесткой дня:

- 1 О выплате (объявлении) дивидендов.
- 2 Об утверждении Устава ПАО «М.видео» в новой редакции.
- 3 Об утверждении Положения об Общем собрании акционеров ПАО «М.видео» в новой редакции.
- 4 Об утверждении Положения о Совете директоров ПАО «М.видео» в новой редакции.
- 5 Об утверждении Положения о Правлении ПАО «М.видео» в новой редакции.
- 6 Об утверждении Положения о единоличном исполнительном органе (Генеральном директоре) ПАО «М.видео» в новой редакции.
- 7 Об утверждении Положения о Ревизионной комиссии ПАО «М.видео» в новой редакции.

На указанном заседании Совет директоров также принял решения по иным вопросам, связанным с подготовкой, созывом и проведением внеочередного Общего собрания акционеров Общества, а также рекомендовал Общему собранию акционеров:

- 1 Выплатить из нераспределенной чистой прибыли по итогам 2019 года дивиденды в размере 30 руб. 00 коп. на одну размещенную обыкновенную акцию ПАО «М.видео»;
- 2 Выплатить дивиденды по акциям ПАО «М.видео» в денежной форме;
- 3 Утвердить датой, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов, 20 ноября 2020 года;
- 4 Определить, что выплата дивидендов осуществляется в следующие сроки с даты, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов:
 - › в течение 10 рабочих дней – номинальному держателю и являющемуся профессиональным участником рынка ценных бумаг доверительному управляющему, которые зарегистрированы в реестре акционеров;
 - › в течение 25 рабочих дней – другим зарегистрированным в реестре акционеров лицам.

Также Совет директоров рекомендовал Общему собранию акционеров утвердить:

- › Устав ПАО «М.видео» в новой редакции;
- › Положение об Общем собрании акционеров ПАО «М.видео» в новой редакции;
- › Положение о Совете директоров ПАО «М.видео» в новой редакции;
- › Положение о Правлении ПАО «М.видео» в новой редакции;
- › Положение о единоличном исполнительном органе (Генеральном директоре) ПАО «М.видео» в новой редакции;
- › Положение о Ревизионной комиссии ПАО «М.видео» в новой редакции.

На заседании 23 ноября 2020 года Советом директоров:

- Прекращены полномочия члена Правления Общества Тынкована Александра Анатольевича;
- Определен количественный состав Правления (7 человек);
- Принято решение о созыве по инициативе Совета директоров внеочередного Общего собрания акционеров Общества в форме заочного голосования на 28 декабря 2020 г. (дата окончания приема бюллетеней) с вопросом повестки дня «Об определении количественного состава Совета директоров ПАО «М.видео»;
- Приняты решения по иным вопросам, связанным с подготовкой, созывом и проведением внеочередного Общего собрания акционеров.

10 декабря 2020 года Совет директоров принял решение об утверждении стратегии Общества и компаний Группы.

На заседании 21 декабря 2020 года Совет директоров:

- Утвердил бюджет и план деятельности и развития Общества и компаний Группы по направлениям деятельности на 2021 календарный год;
- Утвердил матрицу рисков Общества и компаний Группы;
- Утвердил план внутреннего аудита на 2021 календарный год;
- Утвердил Положение о Комитете Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации Общества в новой редакции.

Также в течение отчетного года Совет директоров Общества принимал решения в рамках предварительного утверждения действий и решений генерального директора Общества и (или) представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника).

В отчетном году Совет директоров уделял особое внимание мерам, принимаемым менеджментом в рамках сложной эпидемиологической ситуации.

На указанных выше заседаниях были приняты решения и по иным вопросам повестки дня.

Перечень рассмотренных Советом директоров в 2020 году вопросов приведен в **Приложении** к настоящему Годовому отчету.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

Отчет о проведенной самооценке деятельности Совета директоров и его комитетов утвержден Советом директоров Общества 14 мая 2020 г.

Период оценки:

Анализировалась и оценивалась работа Совета директоров Общества и его комитетов за 2018-2019 корпоративный год.

Критерии оценки:

Члены Совета директоров Общества оценивали утверждения, приведенные в графе «Критерии и показатели», по пятибалльной шкале. При этом максимальный балл отражал полное соответствие утверждению, а минимальный – несоответствие оцениваемого критерия.

Также членам Совета директоров были предложены открытые вопросы о текущем положении дел в Обществе, была дана возможность поразмышлять о способах оптимизации функционирования Совета директоров, повышения результативности его работы.

Эффективность оцениваемого компонента на предмет соответствия критериям, определенным в анкетах, определялась по следующим правилам:

- общая оценка компонента составила более 4,5 баллов включительно (отлично / эффективно): компонент по большинству оцененных параметров соответствует лучшей практике;
- общая оценка компонента составила от 3,5 баллов включительно до 4,5 баллов (хорошо / эффективно): компонент в целом соответствует надлежащим практикам, но отдельные его аспекты требуют корректировки и могут быть улучшены;
- общая оценка компонента составила от 2,5 баллов включительно до 3,5 баллов (удовлетворительно/ неэффективно): большинство аспектов компонента не соответствуют надлежащим практикам и требуют корректировки;
- общая оценка компонента составила менее 2,5 баллов (критично): требуется безотлагательное вмешательство и существенные изменения.

Итоговые результаты самооценки:

Общая оценка деятельности Совета директоров Общества и его комитетов соответствует категории «хорошо / эффективно» (от 3,5 баллов включительно до 4,5 баллов).

Основные рекомендации по итогам самооценки:

- 1 Изменить количественный состав Совета директоров до 9-11 членов;
- 2 Увеличить количество Комитетов Совета директоров, создав Комитет по стратегии и цифровой трансформации, в том числе с привлечением внешних экспертов – не членов Совета директоров.

Указанные основные рекомендации в отчетном году были реализованы в Обществе, а именно:

- 1 На внеочередном Общем собрании акционеров Общества 28 декабря 2020 г. определен количественный состав Совета директоров ПАО «М.видео» - 9 человек для избрания Совета директоров на следующих собраниях акционеров Компании.
- 2 Сформирован Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео».

СОСТАВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

СОСТАВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ
ПО СОСТОЯНИЮ НА НАЧАЛО
ОТЧЕТНОГО ГОДА

СОСТАВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ
С 22 ИЮНЯ 2020 Г.

информация не раскрывается*

В отчетном году состав Совета директоров Общества претерпел следующие изменения в персональном составе: информация не раскрывается*.

НЕЗАВИСИМАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

ПАО «М.видео» придерживается принципа непрерывного совершенствования деятельности Совета директоров (СД) и стремится обеспечивать максимально эффективную работу Совета директоров в интересах акционеров, инвесторов и иных заинтересованных сторон. В соответствии с положениями Кодекса корпоративного управления ЦБ РФ (2014) и Кодекса корпоративного управления Великобритании (2018) в Компании предусмотрено проведение регулярной оценки деятельности СД и его комитетов.

В 2020 году внешняя независимая оценка СД Общества проводилась компанией КПМГ. Независимый консультант проанализировал следующие компоненты деятельности СД за 2018-2020 годы:

- состав и структура СД и его комитетов;
- организация работы СД и его комитетов, работа Председателя СД;
- реализация ключевых функций СД и его комитетов.

Внешняя независимая оценка включала в себя анкетирование директоров, анализ внутренних документов Общества, регулирующих и характеризующих деятельность СД и комитетов. Кроме того, был проведен анализ соответствия практик работы СД ПАО «М.видео» российским и зарубежным кодексам и руководствам в области корпоративного управления.

По результатам оценки независимым консультантом был сделан вывод о профессионализме и высокой степени эффективности СД и комитетов. Доля иностранных директоров в Совете сопоставима с общемировыми показателями, что обеспечивает многообразие мнений и экспертизы. В числе сильных сторон в работе СД также были отмечены высокая посещаемость заседаний, эффективность организации работы СД и ключевая роль Председателя.

Функционал комитетов при СД включает все основные направления деятельности. Комитет по аудиту и Комитет по вознаграждениям и назначениям состоят полностью из независимых директоров, что соответствует лучшим практикам в области корпоративного управления.

Степень реализации ключевых функций СД и его комитетов была оценена независимым консультантом как достаточно высокая. Совет директоров Общества рассматривает широкий спектр вопросов и уделяет особое внимание таким стратегически важным для холдинговой компании вопросам как управление компаниями Группы, рассмотрение и одобрение крупных сделок и сделок с заинтересованностью, а также результатам деятельности и отчетности в том числе финансовой, обеспечение проведения независимого внешнего аудита. В 2020 году к темам, обсуждаемым на заседаниях СД, добавилась новая – организация работы в условиях пандемии COVID-19.

В целях дальнейшего совершенствования процессов работы Совета директоров по результатам оценки был сформирован перечень ключевых зон для развития (в том числе, сокращение количественного состава СД, увеличение доли независимых директоров и обеспечение гендерного баланса, а также усиление экспертизы членов СД в ключевых для Компании сферах). Выявленные зоны для развития будут учтены при разработке плана по повышению эффективности работы Совета директоров на 2021 год.

По результатам оценки независимым консультантом отдельно был отмечен высокий уровень вовлеченности членов Совета директоров в процесс оценки, каждый из них продемонстрировал активную обратную связь и нацеленность на результат.

Структура Совета директоров с точки зрения статуса директоров по состоянию на 31 декабря 2020 года

Ф. И. О. ЧЛЕНА СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

СТАТУС ДИРЕКТОРА

	СТАТУС ДИРЕКТОРА		
	неисполнительный	исполнительный	независимый
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*		+	
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*			+
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*			+
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*		+	
информация не раскрывается*	+		
информация не раскрывается*			+

Участие Членов Совета директоров в работе Совета директоров и его Комитетов

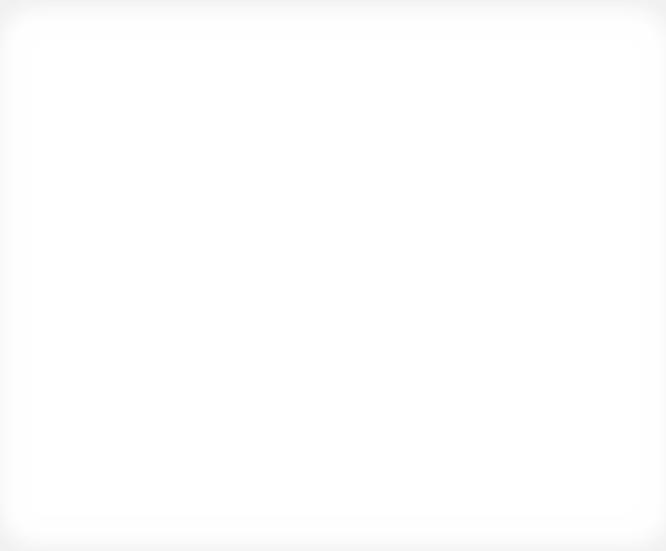
ЧЛЕНЫ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ	НЕЗАВИСИМЫЙ ДИРЕКТОР	УЧАСТИЕ В ЗАСЕДАНИЯХ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ (18 заседаний)	КОМИТЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО АУДИТУ (11 заседаний)	КОМИТЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО ВОЗНАГРАЖДЕНИЯМ И НАЗНАЧЕНИЯМ (10 заседаний)	КОМИТЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО СТРАТЕГИИ И ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ (3 заседания)
информация не раскрывается*		18/18			
информация не раскрывается*		18/18			
информация не раскрывается*		18/18			3/3
информация не раскрывается*		18/18			
информация не раскрывается*		8/7			
информация не раскрывается*	+	18/18	11/11	10/10	
информация не раскрывается*		18/18			3/3
информация не раскрывается*		18/17			
информация не раскрывается*		18/18			
информация не раскрывается*		18/18			
информация не раскрывается*	+	18/18	11/11	10/10	3/3
информация не раскрывается*		18/18			3/3
информация не раскрывается*		18/18			
информация не раскрывается*		10/10			3/3
информация не раскрывается*	+	18/18	11/11	10/10	

Данные в таблице, представленные в формате «Б/З», означают, что член Совета директоров мог принять участие в пяти заседаниях Совета директоров (комитета), принял участие в трех заседаниях.

СВЕДЕНИЯ О ЧЛЕНАХ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

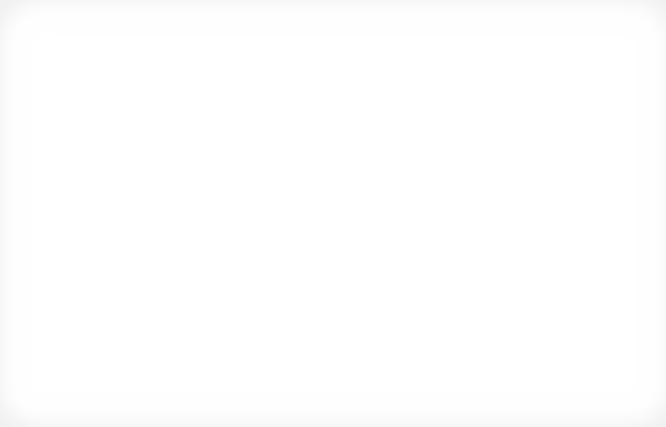
в течение
отчетного года

Информация не раскрывается*



Информация не раскрывается*

Информация не раскрывается*



Информация не раскрывается*

Информация не раскрывается*

Информация не раскрывается*

Информация не раскрывается*

РАБОТА КОМИТЕТОВ

Комитеты Совета директоров в отчетном году



ДО 20 АВГУСТА 2020 Г.

- 1 Комитет Совета директоров по аудиту
- 2 Комитет Совета директоров по вознаграждениям и назначениям

С 20 АВГУСТА 2020 Г.

- 1 Комитет Совета директоров по аудиту
- 2 Комитет Совета директоров по вознаграждениям и назначениям
- 3 Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации

20.08.2020 Советом директоров ПАО «М.видео» было принято решение о формировании Комитета Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео».

Комитеты Совета директоров созданы в целях содействия эффективной работе Совета директоров в решении вопросов входящих в его компетенцию.

Комитет Совета директоров по аудиту

Состав Комитета в отчетном году: информация не раскрывается*

Комитет Совета директоров по аудиту в отчетном году провел 11 заседаний из которых семь заседаний в очной форме и 4 заседания в форме заочного голосования.

В связи с распространением коронавирусной инфекции Комитет Совета директоров по аудиту в отчетном году перешел на формат проведения очных заседаний с использованием видео-конференц-связи.

Информация об участии членов Комитета Совета директоров по аудиту в работе Комитета приведена в составе раздела «Совет директоров» настоящего Годового отчета.

Комитет Совета директоров по вознаграждениям и назначениям

Состав Комитета в отчетном году: информация не раскрывается*

Комитет Совета директоров по вознаграждениям и назначениям в отчетном году провел **десять заседаний**, из них девять в очной форме и одно в форме заочного голосования.

В связи с распространением коронавирусной инфекции Комитет Совета директоров по вознаграждениям и назначениям в отчетном году перешел на формат проведения очных заседаний с использованием видео-кон-ференц-связи.

Информация об участии членов Комитета Совета директоров по вознаграждениям и назначениям в работе Комитета приведена в составе раздела «Совет директоров» настоящего Годового отчета.

Отчеты о работе Комитета Совета директоров по аудиту и Комитета совета директоров по вознаграждениям и назначениям приведены в Приложениях к настоящему Годовому отчету.

Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации

Состав Комитета в отчетном году: информация не раскрывается*

Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации в отчетном году провел **3 заседания**. Все заседания были проведены в очной форме.

В связи с распространением коронавирусной инфекции Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации проводил очные заседания с использованием видео-конференц-связи.

Информация об участии членов Комитета Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации в работе комитета приведена в составе раздела «Совет директоров» настоящего Годового отчета.

КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКРЕТАРЬ ОБЩЕСТВА

Корпоративный секретарь является должностным лицом Общества, назначается Советом директоров и принимает все необходимые меры по обеспечению подготовки и проведения Общего собрания акционеров, заседаний Совета директоров и его комитетов в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, Устава Общества и иных внутренних документов Общества. Корпоративный секретарь Общества обеспечивает надлежащую реализацию процедур, направленных на осуществление прав и защиту законных интересов акционеров, и контроль за их исполнением и является лицом, ответственным за раскрытие инсайдерской информации.

Корпоративный секретарь обеспечивает взаимодействие Общества с государственными органами, организаторами торговли, регистратором, иными профессиональными участниками рынка ценных бумаг и исполнение их предписаний в рамках своих полномочий.

К функциям Корпоративного секретаря также относятся организация, контроль и/или осуществление исполнения требований законодательства по своевременному, полному и достоверному раскрытию Обществом информации, ведение списка инсайдеров Общества, уведомление о включении в список/ исключении из списка инсайдеров Общества.

Информация о корпоративном секретаре



Шалгачева Ольга Геннадьевна

Год рождения: 1983

Образование:

- Российский университет дружбы народов (специальность «экономика и управление на предприятии (по отраслям)», квалификация – инженер-экономист), 2007 г.
- Российский университет дружбы народов (квалификация – референт – переводчик с английского языка на русский по техническим специальностям), 2007 г.
- Институт международного права и экономики им. А. С. Грибоедова (специальность «юриспруденция», квалификация – юрист), 2011 г.

Должность по основному месту работы: Корпоративный секретарь ПАО «М.видео».

Корпоративный секретарь избран Советом директоров Общества (протокол № 144/2018 от 24 апреля 2018 г.).

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%

В отчетном периоде сделки по приобретению или отчуждению лицом акций Общества не совершались.

Конфликт интересов (в том числе связанный с участием лица в органах управления конкурентов Общества) отсутствовал.

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
апрель 2014 г.	январь 2017 г.	ПАО «МДМ Банк»	Корпоративный секретарь
январь 2017 г.	апрель 2017 г.	ПАО «ФГ БУДУЩЕЕ»	Руководитель направления по корпоративной деятельности
апрель 2017г	апрель 2018 г.	ПАО «ФГ БУДУЩЕЕ»	Корпоративный секретарь
апрель 2018 г	Настоящее время	ПАО «М.видео»	

ПРАВЛЕНИЕ

В Обществе сформировано Правление – коллегиальный исполнительный орган.

Руководство текущей деятельностью Общества осуществляется Правлением Общества и единоличным исполнительным органом Общества, в рамках их соответствующих компетенций.

Образование Правления, включая определение количественного состава и избрание его членов, за исключением Генерального директора, входящего в состав Правления по должности, осуществляется решением Совета директоров.

Правление Общества подотчетно Совету директоров и Общему собранию акционеров Общества.

Правление действует на основании Устава Общества, а также Положения о Правлении Общества.

В своей деятельности Правление руководствуется законодательством Российской Федерации, Уставом Общества, решениями Общих собраний акционеров Общества и Совета директоров Общества, Положением о Правлении Общества, внутренними документами Общества в части, относящейся к деятельности Правления Общества.

Состав правления

СОСТАВ ПРАВЛЕНИЯ ПО СОСТОЯНИЮ НА НАЧАЛО ОТЧЕТНОГО ГОДА

- 1 Тынкован Александр Анатольевич – Председатель Правления
- 2 Бреев Павел Юрьевич
- 3 Соколова Екатерина Феликсовна
- 4 Ужахов Билан Абдурахимович
- 5 Фернандес Аиса Энрике Анхель (Fernandez Aisa Enrique Angel)

СОСТАВ ПРАВЛЕНИЯ С 07 ИЮНЯ 2020 Г.

- 1 Тынкован Александр Анатольевич – Председатель Правления
- 2 Бреев Павел Юрьевич
- 3 Иванова Дагмара Александровна
- 4 Ли Сергей Анатольевич
- 5 Соколова Екатерина Феликсовна
- 6 Сухов Алексей Михайлович
- 7 Ужахов Билан Абдурахимович

СОСТАВ ПРАВЛЕНИЯ С 01 ОКТЯБРЯ 2020 Г.

- 1 Тынкован Александр Анатольевич – Председатель Правления до 18 ноября 2020 г.
- 2 Бреев Павел Юрьевич
- 3 Иванова Дагмара Александровна
- 4 Изосимов Александр Вадимович – Председатель Правления с 18 ноября 2020 г.
- 5 Ли Сергей Анатольевич
- 6 Соколова Екатерина Феликсовна
- 7 Сухов Алексей Михайлович
- 8 Ужахов Билан Абдурахимович

СОСТАВ ПРАВЛЕНИЯ С 23 НОЯБРЯ 2020 Г.

- 1 Изосимов Александр Вадимович – Председатель Правления
- 2 Бреев Павел Юрьевич
- 3 Иванова Дагмара Александровна
- 4 Ли Сергей Анатольевич
- 5 Соколова Екатерина Феликсовна
- 6 Сухов Алексей Михайлович
- 7 Ужахов Билан Абдурахимович

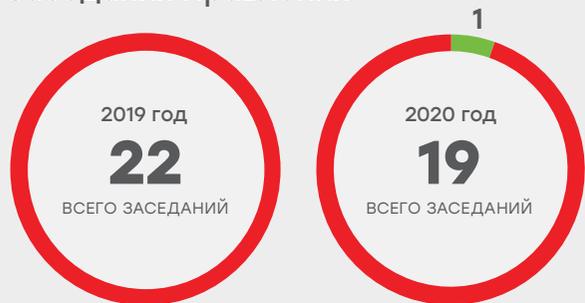
Тынкован А.А., Бреев П.Ю. и Ужахов Б.А. были избраны в состав Правления Советом директоров 7 июня 2017 г. В феврале 2018 года Советом директоров состав Правления был расширен до 5 человек и в него вошли два новых члена Правления (Соколова Е.Ф., Фернандес Аиса Энрике Анхель).

14 мая 2020 г. Советом директоров состав Правления с 7 июня 2020 г. был расширен до 7 человек и с 7 июня 2020 г. был избран состав Правления, в персональном составе которого произошли следующие изменения: из состава Правления вышел Фернандес Аиса Энрике Анхель и вошли Иванова Д.А., Ли С.А. и Сухов А.М.

18 сентября 2020 г. Советом директоров состав Правления с 1 октября 2020 г. был расширен до 8 человек и с 1 октября 2020 г. в состав Правления был избран Изосимов А.В. 9 ноября 2020 г. Общим собранием акционеров ПАО «М.видео» был утвержден Устав ПАО «М.видео» в новой редакции, определяющий, что в ПАО «М.видео» образуется один единоличный исполнительный орган – Генеральный директор. Государственная регистрация данной редакции Устава произведена 18 ноября 2020 г. Таким образом в соответствии с п.14.6. Устава ПАО «М. видео» в новой редакции с 18 ноября 2020 г. функции Председателя Правления осуществляет Генеральный директор (Изосимов А.В.).

23 ноября 2020 г. Советом директоров прекращены полномочия члена Правления Тынкована А.А. и определен количественный состав Правления в количестве 7 человек.

Заседания Правления



- Заочно
- Очно (включая заседания, проведенные с использованием видео-конференц-связи)

В связи с распространением коронавирусной инфекции Правление в отчетном году перешло на формат проведения очных заседаний с использованием видео-конференц-связи.

Подавляющее большинство вопросов, рассмотренных Правлением в отчетном году, составляли вопросы в рамках предварительного утверждения действий и решений Генерального директора Общества и (или) представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника) по вопросам, входящим в компетенцию Правления Общества. Правление периодически в течение отчетного года рассматривало управленческую отчетность. Также Правление принимало решение по иным вопросам, относящимся к его компетенции, в том числе утвердило Кодекс деловой этики и Политику по противодействию коррупции.

СВЕДЕНИЯ О ЧЛЕНАХ ПРАВЛЕНИЯ В ТЕЧЕНИЕ ОТЧЕТНОГО ГОДА



Изосимов Александр Вадимович
Председатель Правления с 18 ноября 2020 г.

Год рождения: 1964
Образование: высшее

- Инженер-системотехник МАИ, 1987
- MBA, INSEAD 1995.

 Основное место работы:
Генеральный директор ООО «МВМ».

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0,1279%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0,1279%

В отчетном году Изосимовым А.В. были совершены сделки по приобретению акций Общества:
Содержание сделок: приобретение акций Публичного акционерного общества «М.видео»
Дата совершения сделок: 30 сентября 2020 г.
Категории (типы) акций Общества, являвшихся предметом сделок: акции именные обыкновенные бездокументарные.
Количество акций Общества, являвшихся предметом сделок: 230 000.

Изосимов А.В. в отчетном году являлся лицом, заинтересованным в совершении отдельных сделок. Данный фактор учитывался при одобрении таких сделок органами управления Общества. Иная информация о наличии у лица конфликта интересов (в том числе связанного с участием лица в органах управления конкурентов Общества) отсутствует.

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
2007	2015	MTG AB	Член Совета директоров
2012	2015	LM Ericsson AB	
2012	2015	Transcom AB	
2012	настоящее время	DRCAdvisors AB	Генеральный директор
2012		EVRAZ Plc.	Член Совета директоров
2017		Nilar AB	
2018		ПАО Московская Биржа	Член Наблюдательного совета
2019		Hövdning AB	Член Совета директоров
01.10.2020		ООО «МВМ»	Генеральный директор
01.10.2020		ПАО «М.видео»	
01.10.2020			Член Правления (с 18 ноября 2020 г. – Председатель Правления)
25.12.2020		ООО «МВ ФИНАНС»	Генеральный директор



Иванова Дагмара Александровна

Год рождения: 1980

Образование: высшее

- Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, механико-математический факультет – 2002 г.

Основное место работы:

управляющий директор ООО «МВМ».

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0,0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0,0%

У Общества отсутствует информация о совершении лицом в отчетном периоде сделок по приобретению или отчуждению акций Общества.

У Общества отсутствует информация о наличии у лица конфликта интересов (в том числе связанного с участием лица в органах управления конкурентов Общества).

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
10.09.2014	07.04.2016	ЗАО "Торговый дом "ПЕРЕКРЕСТОК"	директор
20.06.2016	07.09.2016	АО "Связной Логистика"	директор по маркетингу
08.09.2016	30.09.2018		коммерческий директор
01.10.2018	08.10.2018		старший вице-президент по коммерческой деятельности
02.04.2018	31.12.2018	Svyaznoy N. V.	Член Совета Директоров
19.08.2019	09.02.2020	ООО "МВМ"	заместитель управляющего директора бренда "М.видео"
10.02.2020	настоящее время		управляющий директор
07.06.2020		ПАО «М.видео»	член Правления



Ли Сергей Анатольевич

Год рождения: 1975

Образование: высшее

- Московский технический университет связи и информатики, 1996 г.

Основное место работы:

управляющий директор ООО «МВМ».

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0,0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0,0%

У Общества отсутствует информация о совершении лицом в отчетном периоде сделок по приобретению или отчуждению акций Общества.

У Общества отсутствует информация о наличии у лица конфликта интересов (в том числе связанного с участием лица в органах управления конкурентов Общества).

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
01.07.2010	01.01.2017	ООО «МВМ»	Руководитель департамента "Крупная бытовая техника"
01.01.2017	29.12.2017		Директор направления "Бытовая электроника"
09.01.2018	25.02.2019	ООО "ЭЛЬДОРАДО"	Управляющий директор
03.02.2018	25.02.2019		Член Совета директоров
25.02.2019	настоящее время	ООО «МВМ»	Управляющий директор
07.06.2020		ПАО «М.Видео»	Член Правления



Соколова Екатерина Феликсовна

Год рождения: 1974

Образование: высшее

- АССА, Диплом АССА по Международной Финансовой отчетности,
- Институт Бизнеса и Экономики Академии народного хозяйства при Правительстве РФ.
- MBA, California State University. MBA.

Основное место работы:

финансовый директор ООО «МВМ».

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0,0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0,0%

У Общества отсутствует информация о совершении лицом в отчетном периоде сделок по приобретению или отчуждению акций Общества.

У Общества отсутствует информация о наличии у лица конфликта интересов (в том числе связанного с участием лица в органах управления конкурентов Общества).

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
01.2016	настоящее время	ПАО «М.видео»	Финансовый директор
01.2016		ООО «МВМ»	
17.02.2018		ПАО «М.видео»	Член Правления
10.07.2018	25.02.2019	ООО «ЭЛЬДОРАДО»	



Сухов Алексей Михайлович

Год рождения: 1978

Образование: высшее

- Российский университет дружбы народов, «Юриспруденция».

Основное место работы:

директор по корпоративным и правовым отношениям ООО «МВМ».

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0,0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0,0%

У Общества отсутствует информация о совершении лицом в отчетном периоде сделок по приобретению или отчуждению акций Общества.

У Общества отсутствует информация о наличии у лица конфликта интересов (в том числе связанного с участием лица в органах управления конкурентов Общества).

Должности

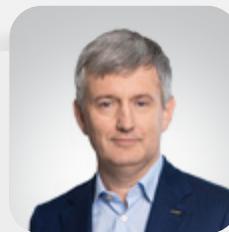
Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
28.02.2011	21.06.2017	АО «Русский Уголь»	Член Совета директоров
10.03.2011	22.05.2017		Заместитель генерального директора по корпоративным и имущественным отношениям
26.12.2014	01.07.2016	АО «Красноярсккрайуголь»	Член Совета директоров
23.05.2017	21.01.2018	ООО «ЭЛЬДОРАДО»	Вице-Президент по корпоративным и правовым отношениям
03.07.2017	25.02.2019		Член Совета директоров
22.01.2018	25.02.2019		Директор по корпоративным и правовым отношениям
22.01.2018	настоящее время	ООО «МВМ»	Директор по корпоративным и правовым отношениям
31.08.2018		ООО «БТ ХОЛДИНГ»	Генеральный директор
01.09.2018	02.10.2018	ООО «БТ ХОЛДИНГ» (до 02.10.2018 – ООО «Медиа-Сатурн-Руссланд»)	Член Дирекции
07.06.2020	настоящее время	ПАО «М.видео»	Член Правления
01.10.2020			Директор по юридической поддержке и комплаенс



Бреев Павел Юрьевич

Биография представлена
на стр. 103.



**Тынкован Александр
Анатолевич¹**

**Председатель Правления
до 18 ноября 2020 г.**

Биография представлена
на стр. 109.

¹ На дату окончания отчетного года
не является членом Правления.



**Ужахов Билан
Абдурахимович**

Биография представлена
на стр. 110.



**Фернандес Аиса
Энрике Анхель
(Fernandez Aisa
Enrique Angel)²**

Биография представлена
на стр. 111.

² На дату окончания отчетного года
не является членом Правления.

ЕДИНОЛИЧНЫЕ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ОРГАНЫ

Единоличный исполнительный орган осуществляет руководство текущей деятельностью Общества и организацию выполнения решений Общего собрания акционеров, Совета директоров и Правления Общества.

Единоличный исполнительный орган вправе принимать решения по любым вопросам, не относящимся к компетенции Общего собрания акционеров, Совета директоров и Правления Общества.

Единоличный исполнительный орган подотчетен Общему собранию акционеров и Совету директоров Общества.

Структура

ДО 18 НОЯБРЯ 2020 Г.

Президент
Тынкован Александр Анатольевич

Генеральный директор
до 30 сентября 2020 г.
Ужахов Билан Абдурахимович;

с 1 октября 2020 г.
Изосимов Александр Вадимович.

С 18 НОЯБРЯ 2020 Г.

Генеральный директор
Изосимов Александр Вадимович

Единоличные исполнительные органы (Президент и Генеральный директор) действовали независимо друг от друга в пределах компетенции, предусмотренной Уставом. В отчетном году в Обществе касательно единоличных исполнительных органов действовало Положение о единоличном исполнительном органе (Генеральном директоре).

9 ноября 2020 г. Общим собранием акционеров Компании был утвержден Устав ПАО «М.видео» в новой редакции, определяющий, что в Обществе образуется один единоличный исполнительный орган – Генеральный директор. Государственная регистрация данной редакции Устава произведена 18 ноября 2020 г.

Сведения о лицах, занимающих должность единоличного(ых) исполнительного(ых) органа(ов) в течение отчетного года



Изосимов Александр Вадимович

Генеральный директор с 01.10.2020

Биография представлена на стр. 117.



Тынкован Александр Анатольевич¹

Биография представлена на стр. 109.



Ужахов Билан Абдурахимович²

Биография представлена на стр. 110.

¹ В отчетном году являлся Президентом Общества. На дату окончания отчетного года не является Президентом Общества.
² В отчетном году являлся Генеральным директором Общества. На дату окончания отчетного года не является Генеральным директором Общества.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ

Совет директоров и руководство ПАО «М.видео» отвечают за разработку, внедрение и применение эффективной системы управления рисками и внутреннего контроля (СУРиВК). Система создана для контроля за прогрессом в достижении стратегических и операционных целей Компании, обеспечения достоверности раскрываемой информации и надзора за соблюдением нормативно-правовых требований. Задачей процесса СУРиВК является своевременная идентификация всех ключевых рисков, оценка вероятности наступления, ущерба от реализации и последствий их наступления, определение мер по минимизации негативных последствий и создание механизмов контроля, обеспечивающих устойчивое функционирование бизнес-процессов.

При решении задач, связанных с созданием стоимости для акционеров, Компания сталкивается с необходимостью принимать управленческие решения с учетом разнонаправленных факторов, которые могут оказывать как положительное, так и негативное влияние на достижение поставленных целей. Одним из способов снижения неопределенности, обусловленной такими факторами, является повышение уровня информированности акционеров, руководства и сотрудников Компании о наличии факторов, способных оказывать влияние на достижение поставленных целей, и оценка их возможного влияния.

Основные инициативы и результаты внутреннего контроля и риск-менеджмента в 2020 году

В 2020 году Компания реализовала несколько ключевых инициатив, направленных на совершенствование СУРиВК. Среди ключевых необходимо отметить:

- Не реже чем раз в год проводится комплексная оценка внутренних и внешних рисков;
- В дополнение к качественной оценке основных рисков проводится количественная оценка влияния различных видов рисков. На текущий момент 70% рисков оценены количественно;
- Определены и оценены стратегические риски Компании;
- Реализуются меры для предотвращения реализации рисков;
- Проведены обновления внутренних нормативных документов регламентирующих процедуры внутреннего контроля и управления рисками.

Система внутреннего контроля

Для обеспечения эффективной работы процессов внутри Компании применяется трехуровневая модель поддержки механизмов контроля:

- 1 уровень – Бизнес: управление рисками, внедрение и выполнение контрольных процедур;
- 2 уровень – Выделенное подразделение по управлению рисками и внутреннему контролю, комплаенс и другие подразделения, участвующие во внедрении и поддержании эффективной системы внутреннего контроля;
- 3 уровень – Внутренний аудит: проведение проверок и тестирование системы внутреннего контроля для дополнительного подтверждения эффективности механизмов контроля.

Система управления рисками

Управление рисками в Группе М.Видео – Эльдорадо централизовано на уровне холдинговой компании – ПАО «М.видео».

Являясь частью стратегического управления Компанией, система управления рисками (СУР) представляет собой комплекс мер и взаимосвязанных процессов, направленных на:

- развитие управления рисками как постоянного циклического процесса менеджмента;
- интеграцию принципов и инструментов управления рисками в операционные процессы Компании;
- развитие управления рисками как одной из ключевых управленческих компетенций сотрудников Компании;
- развитие управления рисками как неотъемлемой части корпоративной культуры и всех бизнес-процессов Компании.

Система управления рисками Компании выделяет следующие ключевые направления:

- Компания обеспечивает наличие соответствующей организационной структуры, внутренних политик и возможностей для поддержания процессов управления рисками. Каждый работник должен понимать важность управления рисками. Подходы, основанные на рисках, должны разрабатываться и применяться ко всем видам деятельности Компании;
- Основываясь на долгосрочных стратегических целях, операционных задачах и планах, Компания определила меры, позволяющие идентифицировать и контролировать риски;
- Компания обеспечивает наличие эффективных и действенных процедур по выявлению внутренних и внешних событий, способных повлиять на достижение Компанией своих целей;
- Компания вырабатывает критерии оценки рисков с точки зрения их вероятности, потенциального ущерба и управляемости, чтобы на основании этих критериев ранжировать риски и распределять ресурсы;
- В целях быстрого реагирования на возникающие риски и построения системного подхода по управлению рисками для каждого риска утверждается владелец риска из состава высшего руководства Компании;
- Руководство Компании отвечает за разработку планов действий, направленных на снижение выявленных рисков до приемлемого уровня, или за реагирование на риски другим целесообразным образом;
- Компания утверждает процессы и процедуры, обеспечивающие контроль за надлежащим и своевременным выполнением разработанных планов по управлению рисками;
- Каналы обмена информацией о рисках призваны обеспечить полноту, своевременность и точность этой информации, ее правильную адресацию, оптимальную форму и содержание, а также выполнение тре-

РЕВИЗИОННАЯ КОМИССИЯ

Контроль за финансово-хозяйственной и имущественной деятельностью Общества осуществляется Ревизионной комиссией.

Ревизионная комиссия состоит из трех членов. Ревизионная комиссия избирается Общим собранием акционеров на срок до следующего годового Общего собрания акционеров.

Проверка финансово-хозяйственной деятельности Общества осуществляется Ревизионной комиссией по итогам деятельности Общества за год, а также в любое время по инициативе Ревизионной комиссии, по решению Общего собрания акционеров, Совета директоров или по требованию акционеров, владеющих в совокупности не менее чем 10% голосующих акций Общества.

Ревизионная комиссия Общества осуществляет контроль за финансово-хозяйственной деятельностью Общества, деятельностью органов его управления и должностных лиц путем проведения проверок:

- Законности, экономической обоснованности и целесообразности совершенных Компанией в проверяемом периоде хозяйственных и финансовых операций;
- Полноты и правильности отражения хозяйственных и финансовых операций в управленческих документах Общества;
- Законности, экономической обоснованности и эффективности действий должностных лиц, членов органов управления и руководителей структурных подразделений Общества на предмет соответствия законодательству Российской Федерации, Уставу и внутренним документам Общества.

Состав Ревизионной комиссии в 2020 году:

- 1 Безлик Евгений Владимирович;
- 2 Горохов Андрей Александрович;
- 3 Рожковский Алексей Леонидович.

Сведения о членах Ревизионной комиссии

Безлик Евгений Владимирович

- Год рождения: 1975
 Образование: высшее
- Ташкентское военно-техническое училище – 1996 г.

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
02.11.2011	2018	ООО «МВМ»	Руководитель отдела внутренних расследований
06.06.2013	настоящее время	ПАО «М.видео» (ранее ОАО «Компания «М.видео»)	Председатель ревизионной комиссии
01.05.2018		ООО «МВМ»	Руководитель Департамента внутренних расследований
30.10.2018		ООО «МАРКЕТПЛЕЙС»	Ревизор

Горохов Андрей Александрович

Год рождения: 1980

Образование: высшее

- Ивановский государственный химико-технологический университет – 2002 г.

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%**Рожковский Алексей Леонидович**

Год рождения: 1984

Образование: высшее

- Новосибирский государственный университет экономики и управления – 2005 г. и 2006 г., Diploma in International Financial Reporting (ДипИФР АССА) – 2012 г., Master of Business Administration, Management College of South Africa – 2013 г., кандидат экономических наук.

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%**Должности**

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
07.2007	10.2015	ООО «ПромСвязьКапитал»	Начальник управления финансового и инвестиционного анализа
10.2015	02.2017	ПАО «Промсвязьбанк»	Руководитель направления финансового и инвестиционного анализа
28.02.2017	настоящее время	Общество с ограниченной ответственностью «Корпоративные инвестиции и технологии» (ООО «КИИТ»)	Заместитель генерального директора по управленческому учету, отчетности и новым проектам
21.06.2017		АО «Русский Уголь»	Член Совета директоров
08.08.2017		ПАО «М.видео»	Член Ревизионной комиссии
11.2017	28.05.2018	ПАО «САФМАР Финансовые инвестиции»	Член Совета директоров
03.11.2017	настоящее время	ПАО «Моспромстрой»	
30.03.2018	06.03.2019	АО «НПФ «Доверие»	Ревизор
30.03.2018	18.06.2019	АО НПФ «САФМАР»	Ревизор
18.06.2019	настоящее время		Член Ревизионной комиссии
28.05.2018	28.05.2019	ПАО «САФМАР Финансовые инвестиции»	Ревизор
28.05.2019	настоящее время		Член Ревизионной комиссии
04.06.2018		АО «ЛК «Европлан»	
24.07.2018		ИП «СЛАВНЕФТЕХИМ» ЗАО	Член Совета директоров

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
01.08.2012	31.12.2015	ПАО «МДМ Банк»	Начальник Аналитического департамента
11.01.2016	28.12.2017	АО «ГРУППА САФМАР»	Начальник департамента по работе с небанковскими финансовыми организациями
29.12.2017	настоящее время	Публичное акционерное общество «САФМАР Финансовые инвестиции»	Директор финансового департамента – Заместитель финансового директора
08.08.2017		ПАО «М.видео»	Член Ревизионной комиссии
16.05.2018		САО «ВСК»	
04.06.2018		АО «ЛК «Европлан»	
28.05.2019		ПАО «САФМАР Финансовые инвестиции»	

ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА

В Обществе создано подразделение внутреннего аудита.

Руководители подразделения внутреннего аудита в отчетном году

С 9 АПРЕЛЯ 2020 Г. ПО 30 ИЮНЯ 2020 Г.

Мамонов Максим Александрович

С 21 СЕНТЯБРЯ 2020 Г.

Янко Артем Николаевич

Руководитель подразделения внутреннего аудита подотчетен Совету директоров Общества, назначается и освобождается от занимаемой должности единоличным исполнительным органом на основании решения Совета директоров.

Руководитель подразделения внутреннего аудита функционально подотчетен и подконтролен Совету директоров Общества, а административно – единоличному исполнительному органу Общества.

Деятельность подразделения внутреннего аудита регулируется Положением о внутреннем аудите Общества, утвержденным Советом директоров Общества (протокол № 94/2014 от 15 декабря 2014 г.).

Задачами подразделения внутреннего аудита являются:

- Содействие исполнительным органам Общества и работникам Общества в разработке и мониторинге исполнения процедур и мероприятий по совершенствованию системы управления рисками, внутреннего контроля и корпоративного управления Обществом;
- Координация деятельности с внешним аудитором Общества, а также участниками, оказывающими услуги по консультированию в области управления рисками, внутреннего контроля и корпоративного управления;
- Проведение в рамках установленного порядка внутреннего аудита подконтрольных компаний;

- Подготовка и предоставление Совету директоров и исполнительным органам отчетов по результатам деятельности подразделения внутреннего аудита (в том числе включающих информацию о существенных рисках, недостатках, результатах и эффективности выполнения мероприятий по устранению выявленных недостатков, результатах выполнения плана деятельности внутреннего аудита, результатах оценки фактического состояния, надежности и эффективности системы управления рисками, внутреннего контроля и корпоративного управления);
- Проверка соблюдения членами исполнительных органов Общества и его работниками положений законодательства и внутренних политик Общества, касающихся инсайдерской информации и борьбы с коррупцией, соблюдения требований кодекса этики Общества.

Комитетом Совета директоров по аудиту и Советом директоров на регулярной основе рассматриваются отчеты Руководителя подразделения внутреннего аудита и оценивается его эффективность.

Сведения о Руководителе подразделения внутреннего аудита в отчетном году

Янко Артем Николаевич

Год рождения: 1985

Образование: высшее

- Экономист по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2007 г.

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
03.08.2015	31.01.2019	ООО «Медиа-Маркт-Сатурн»	Руководитель отдела внутреннего аудита
21.09.2020	настоящее время	ПАО «М.видео»	Руководитель подразделения внутреннего аудита
21.09.2020	настоящее время	ООО «МВМ»	Руководитель департамента по внутреннему аудиту

Мамонов Максим Александрович¹

Год рождения: 1978

Образование: высшее

- ГУ Высшая Школа Экономики; МГУОА, 2006 г.

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
2012	июнь 2020	ПАО «МТС»	член Ревизионной комиссии
2013	2020	ПАО «МТС»	Директор по внутреннему контролю и аудиту
2014	2020	ОООО «Мобильные ТелеСистемы»	член Ревизионной комиссии
2014	настоящее время ²	АО «РТК»	
2014	июнь 2020	ПАО МГТС	член Ревизионной комиссии, член Комитета по аудиту при Совете директоров
2014	настоящее время ²	ЗАО «МТС-Армения»	Ревизор
2014	2019	ПрАО «ВФ Украина»	член Ревизионной комиссии
2016	настоящее время ²	АО «Энвижн Груп»	Член Совета директоров
2016	2020	ХО «МТС-Туркменистан»	член Ревизионной комиссии
2018	настоящее время ²	ООО «ИТ-ГРАД 1 КЛАУД»	Член Совета директоров
2019	настоящее время ²	АО «ОРК»	
2019	июнь 2020	ПАО «МТС-Банк»	Член Комитета по аудиту
09.04.2020	30.06.2020	ПАО «М.видео»	Руководитель подразделения внутреннего аудита
09.04.2020	30.06.2020	ООО «МВМ»	Руководитель департамента по внутреннему аудиту

¹ В отчетном году являлся Руководителем подразделения внутреннего аудита Общества. На дату окончания отчетного года не является Руководителем подразделения внутреннего аудита Общества.
² Информация приведена по состоянию на 09.04.2020.

ОТДЕЛ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ И УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

В Обществе создан отдел внутреннего контроля и управления рисками.

Руководители отдела внутреннего контроля и управления рисками в отчетном году

ПО 30 СЕНТЯБРЯ 2020 Г.

С 1 ОКТЯБРЯ 2020 Г.

Огарков Борис Андреевич

Солдченкова Ольга Юрьевна

Задачами отдела внутреннего контроля и управления рисками являются:

- Организация и координация работ по построению системы управления рисками;
- Идентификация и оценка рисков, методов реагирования на риски;
- Обеспечение эффективной работы системы управления рисками;
- Методологическое обеспечение системы внутреннего контроля и управления рисками.

Основные документы в области внутреннего контроля и управления рисками:

- Положение о внутреннем контроле за финансово-хозяйственной деятельностью Общества, утвержденное Советом директоров Общества (протокол № 81/2013 от 12 декабря 2013 г.);
- Политика по управлению рисками, утвержденная Советом директоров (протокол № 116/2016 от 16 декабря 2016 г.).

На заседании Совета директоров Общества, состоявшемся 21 декабря 2020 г., была утверждена Матрица рисков в новой редакции.

Сведения о руководителе отдела внутреннего контроля и управления рисками в отчетном году

Солодченкова Ольга Юрьевна

Год рождения: 1974
Образование: МФТИ (У), Инженер-физик, 1997 г.;
ГУ ВШЭ Магистратура, степень Магистра по направлению «Менеджмент», 1999 г.

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%

Огарков Борис Андреевич¹

Год рождения: 1987
Образование: высшее
• МГИМО (У), Бакалавр, 2008 г., Коммерция, Магистр, 2010 г., Международные финансы.

Доля участия лица в уставном капитале Общества:

0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества:

0%

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
01.01.2015	30.09.2015	ООО «ПрайсвоटरхаусКуперс Консультирование»	Старший менеджер, Отдел консультационных услуг управления бизнес-консультирования
01.10.2015	19.05.2019		Директор, Отдел консультационных услуг управления бизнес-консультирования
20.05.2019	31.10.2019		Работа по договору оказания услуг
18.11.2019	31.05.2020	ООО «МВМ»	Руководитель направления трансформации финансовой функции
01.06.2020	настоящее время		Руководитель департамента внутреннего контроля, управления рисками и трансформации финансовой функции
01.10.2020		ПАО «М.видео»	Руководитель отдела внутреннего контроля и управления рисками

Должности

Все должности, занимаемые данным лицом в Обществе и других организациях за последние пять лет и в настоящее время, в том числе по совместительству, представлены в хронологическом порядке:

ПЕРИОД с	по	НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	ДОЛЖНОСТЬ
17.09.2014	01.10.2015	ЗАО «Независимая нефтегазовая компания»	Начальник управления финансового контроля, системы контрактования и управления оборотным капиталом в департаменте экономики и финансов
01.10.2015	18.12.2015	АО «Независимая нефтегазовая компания»	Начальник управления финансового контроля блока экономики и финансов
15.01.2016	18.03.2016	ООО «Сибирская интернет-компания»	Экономическая дирекция, заместитель финансового директора
21.03.2016	31.10.2017	ООО «МВМ»	Руководитель департамента внутреннего контроля и управления рисками, финансовая дирекция
01.11.2017	31.05.2020	ООО «МВМ»	Руководитель департамента внутреннего контроля и тендерных процедур
15.06.2016	30.09.2020	ПАО «М.видео»	Руководитель отдела внутреннего контроля и управления рисками
01.06.2020	02.10.2020	ООО «МВМ»	Руководитель департамента некоммерческих закупок и взаиморасчетов

¹ В отчетном году являлся Руководителем отдела внутреннего контроля и управления рисками Общества. На дату окончания отчетного года не является Руководителем отдела внутреннего контроля и управления рисками.

ВНЕШНИЙ АУДИТОР

Общество привлекает внешнего аудитора, который осуществляет проверку финансово-хозяйственной деятельности Общества. Внешний аудитор утверждается Общим собранием акционеров.

Объективность выбора аудитора достигается путем проведения тендерной процедуры. Тендерную процедуру проводит дочернее общество ПАО «М.видео» - ООО «МВМ» на основании договора оказания услуг, заключенного между ПАО «М.видео» и ООО «МВМ» (далее – Тендерный Комитет). К участию в конкурсе приглашаются только те кандидаты, которые соответствуют требованиям к независимости аудиторских организаций, предъявляемым статьей 8 Федерального закона от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности». Оценка заявок участников тендерной процедуры осуществляется по ценовому критерию.

К компетенции Совета директоров относятся следующие вопросы: определение размера оплаты услуг аудитора, утверждение условий договора с аудитором, осуществляющим аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности Общества, подготовленной в соответствии с Российскими стандартами бухгалтерского учета и Международными стандартами финансовой отчетности.

К компетенции Общего собрания акционеров Общества относится вопрос утверждения аудитора Общества.

15 апреля 2020 г. решением Тендерного Комитета инициировано проведение тендерных процедур для выбора аудитора для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2020 год. Тендер проводился в форме закрытого запроса ценовых предложений среди компаний АО «Делойт и Туш СНГ», АО «ПвК Аудит», АО «КПМГ», ООО «Эрнст энд Янг». Компании АО «ПвК Аудит» и АО «КПМГ» отказались от участия в тендерной процедуре.

Техническое задание на оказание аудиторских услуг ПАО «М.видео» включало в себя следующие виды услуг:

- Обзорная проверка сокращенной консолидированной финансовой отчетности ПАО «М.видео» за 1 полугодие 2020 г.;
- Аудит годовой консолидированной финансовой отчетности ПАО «М.видео» за 2020 год в рамках установленных Обществом сроков;
- Аудит бухгалтерской отчетности ПАО «М.видео» по РСБУ за 2020 год;
- Аудит дополнительного раздела полугодовой и годовой консолидированной отчетности ПАО «М.видео» с финансовыми показателями, рассчитанными в соответствии с IAS 17;
- Дополнительные услуги.

В рамках тендерных процедур был произведен сбор и оценка коммерческих предложений компаний-участников тендерной процедуры. На Тендерном Комитете, очередное заседание которого состоялось 23 апреля 2020 г., было принято решение рекомендовать в качестве аудитора Общества АО «Делойт и Туш СНГ».

Комитетом Совета директоров по аудиту Совету директоров Общества были даны соответствующие рекомендации по вопросу избрания на годовом Общем собрании акционеров аудитора для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2020 год (Протокол № 82/2020 от 29 апреля 2020 г.).

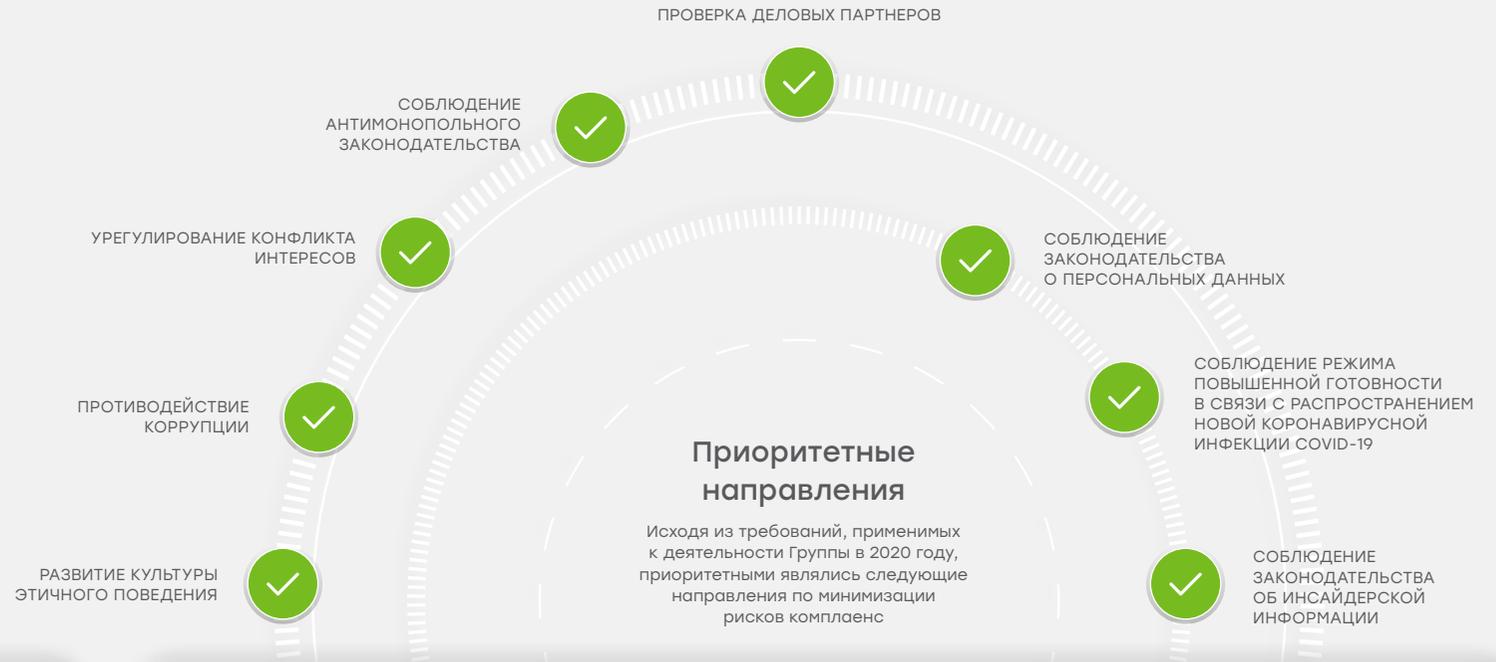
На основании рекомендации Комитета Совета директоров по аудиту (Протокол № 82/2020 от 29 апреля 2020 г.) Совет директоров Общества рекомендовал Общему собранию акционеров Общества принять следующее решение по вопросу об утверждении аудитора Общества: «Утвердить Акционерное общество «Делойт и Туш СНГ» аудитором для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2020 год».

На годовом Общем собрании акционеров Общества 22 июня 2020 г. (Протокол №30 от 22 июня 2020 г.) принято решение утвердить Акционерное общество «Делойт и Туш СНГ» аудитором для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2020 год.

После избрания аудитора Общества на годовом Общем собрании акционеров Общества, состоявшемся 22 июня 2020 года (Протокол годового Общего собрания акционеров №30 от 22 июня 2020 г.), Совет директоров Общества на основании рекомендации Комитета Совета директоров по аудиту (Протокол № 82/2020 от 29 апреля 2020 г.) утвердил оплату услуг аудитора – Акционерное общество «Делойт и Туш СНГ» – для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2020 год в размере, не превышающем 19 000 000 (девятнадцать миллионов) рублей без НДС, включая дополнительные услуги (Протокол заседания Совета директоров № 185/2020 от 30 июня 2020 г.).

Отсроченные и просроченные платежи за оказанные аудитором услуги отсутствуют.

КОМПЛАЕНС



Соблюдение законодательства и этическое ведение бизнеса

Группа М.Видео-Эльдорадо неукоснительно соблюдает нормы действующего законодательства и высокие принципы деловой этики. Руководство Группы непрерывно работает над снижением рисков незаконного и неэтичного поведения со стороны участников российского рынка. Соответствующие контрольные процедуры работают как на уровне отношений с деловыми партнерами, так и на уровне внутренних бизнес-процессов.



[Перейти в раздел «Комплаенс» на официальном сайте](#)

Общие сведения

Соблюдение сотрудниками и деловыми партнерами Группы законодательства и принципов деловой этики регламентируется Кодексом деловой этики ПАО «М.видео», а также рядом специальных политик и процедур, утвержденных в его развитие. Следуя им, каждый сотрудник и деловой партнер Группы обеспечивает снижение рисков, которые могут возникнуть из-за нарушения норм, применимых к соответствующим отношениям. Внедрением процедур по минимизации данных рисков занимаются сотрудники специализированных подразделений Группы.

В 2020 г. Группа утвердила Политику противодействия коррупции, а также провела автоматизацию соответствующих процедур. Также были автоматизированы процессы декларирования конфликта интересов и сообщения о предполагаемых нарушениях законодательства и норм деловой этики. Это позволило уменьшить влияние человеческого фактора, сделать данные процессы более прозрачными и эффективными.

В случае получения информации о предполагаемом нарушении законодательства или норм деловой этики проводится служебное расследование, а всем респондентам предоставляется обратная связь. Применение к респондентам мер ответного воздействия строго запрещено.

Группа не только совершенствует внутренние процедуры комплаенс-контроля, но и осуществляет обмен лучшими практиками в данной сфере.



[Любое лицо может сообщить о предполагаемом нарушении через специальное приложение, которое администрируется независимым провайдером](#)

Развитие культуры этичного поведения

Высшее руководство Группы М.Видео-Эльдорадо расценивает деловую этику в качестве одного из базовых элементов корпоративной культуры и считает ее залогом своего долгосрочного развития.

В 2020 г. был утвержден Кодекс деловой этики для ПАО «М.видео» и всей Группы в целом. Ранее аналогичный документ действовал только в ООО «МВМ» (ключевая операционная компания Группы). Кодекс содержит основополагающие принципы поведения, которые соответствуют базовым ценностям Компании. Он является обязательным для каждого сотрудника Группы вне зависимости от занимаемой им должности. Деловые партнеры также должны руководствоваться правилами, которые предусмотрены данным документом.

Кодекс делает обязательным соблюдение самых высоких стандартов деловой этики, даже если они прямо не предусмотрены законодательством или не следуют из практики, общепринятой на российском рынке. Такой подход позволяет Группе вести свой бизнес честно и открыто, эффективно минимизировать риски злоупотреблений, полностью учитывать интересы инвесторов, деловых партнеров, а также индустрии в целом.

Каждый сотрудник Группы проходит обязательное ознакомление с Кодексом и ежедневно руководствуется им при выполнении своих должностных обязанностей.

Установленные им принципы детализируются иными политиками и процедурами в сфере этичного ведения бизнеса (см. далее).



ДОСТОВЕРНОСТЬ И ПОЛНОТА ВСЕЙ ДОКУМЕНТАЦИИ И ОТЧЕТНОСТИ;



РАЗДЕЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ЗАПРЕТ УЧАСТИЯ ГРУППЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ;



ДОБРОСОВЕСТНОЕ И РАЗУМНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ИМУЩЕСТВУ ГРУППЫ;



СОБЛЮДЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ (В ГРУППЕ ТАКЖЕ УТВЕРЖДЕНА ОТДЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СОБЛЮДЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА);



НЕДОПУСТИМОСТЬ ЗЛУОПОТРЕБЛЕНИЯ ИНСАЙДЕРСКОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ;



ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ И НУЛЕВАЯ ТЕРПИМОСТЬ К НЕЙ (В ГРУППЕ ТАКЖЕ УТВЕРЖДЕНА ОТДЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ);



ОБЯЗАННОСТЬ СООБЩАТЬ О ПРЕДПОЛАГАЕМЫХ НАРУШЕНИЯХ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, КОДЕКСА ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ, А ТАКЖЕ ИНЫХ ПОЛИТИК И ПРОЦЕДУР ГРУППЫ В СФЕРЕ ЭТИЧНОГО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА. ЗАПРЕТ НА ПРИМЕНЕНИЕ ОТВЕТНЫХ МЕР К РЕСПОНДЕНТАМ.



В числе ключевых принципов, установленных Кодексом



БЕЗОПАСНЫЕ УСЛОВИЯ ТРУДА И ОХРАНА ТРУДА;



ЗАЩИТА КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ, ЛЮБОЙ СЛУЖЕБНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ;



ЗАПРЕТ ДИСКРИМИНАЦИИ, ПРЕСЛЕДОВАНИЯ, ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ДАВЛЕНИЯ, СЕКСУАЛЬНЫХ ДОМОГАТЕЛЬСТВ;



ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ МОШЕННИЧЕСТВУ И ЛЮБЫМ НЕЗАКОННЫМ ОПЕРАЦИЯМ (ВКЛЮЧАЯ ЛЕГАЛИЗАЦИЮ ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ ИЛИ ФИНАНСИРОВАНИЕ ТЕРРОРИЗМА);



ДОБРОСОВЕСТНОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ И ПОРЯДОЧНОСТЬ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КОЛЛЕГАМИ, ПОТРЕБИТЕЛЯМИ И ДЕЛОВЫМИ ПАРТНЕРАМИ;



УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТОМ ИНТЕРЕСОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ВО ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ С КОНТРАГЕНТАМИ;



ОБШИРНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ЛИЧНОСТНОГО РОСТА;

Конфликт интересов - ситуация, при которой личная заинтересованность сотрудника влияет или может повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение им своих должностных обязанностей (Раздел 9 Кодекса деловой этики)

Урегулирование конфликта интересов

Согласно Кодексу деловой этики ПАО «М.видео» каждый сотрудник обязан демонстрировать ответственное отношение к ее интересам и помнить, что все ресурсы и возможности, которыми он наделен в силу своего должностного положения, необходимо использоваться исключительно в интересах Группы.

В ООО «МВМ» (главная операционная компания Группы) действует Положение о **конфликте интересов**, которое предусматривает обязательный порядок по декларированию и урегулированию соответствующих ситуаций. Каждый сотрудник обязан письменно сообщить об имеющемся или предполагаемом конфликте интересов Комитету по деловой этике и комплаенс. Ежегодно проводится риск-ориентированная кампания по декларированию конфликта интересов, в которой участвуют сотрудники, личная заинтересованность которых может повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение ими своих должностных обязанностей.

С 2020 г. процесс декларирования автоматизирован и происходит в электронной форме. Охрана полученных персональных данных является для руководства Группы одной из высших ценностей – все сведения поступают на независимый сервер и подвергаются шифрованию, что позволяет не допустить их утечки.

По итогам рассмотрения полученных деклараций Комитет по деловой этике и комплаенс принимает меры по минимизации обнаруженных рисков.

Соблюдение антимонопольного законодательства

Группа М.Видео-Эльдорадо ведет свою деятельность на конкурентных началах, ориентируя всех своих сотрудников и деловых партнеров на неукоснительное соблюдение законодательства о защите конкуренции.

В Группе действует **Политика соблюдения антимонопольного законодательства**, которая устанавливает требования и процедуры, направленные на полное соблюдение законодательства о защите конкуренции, а также на снижение рисков его нарушения. Данный документ является обязательным для каждого сотрудника Компании вне зависимости от занимаемой им должности. Деловые партнеры также должны руководствоваться правилами, которые предусмотрены данным документом. Система снижения рисков нарушения антимонопольного законодательства постоянно актуализируется исходя из происходящих в нем изменений, правоприменительной практики и рекомендаций Федеральной антимонопольной службы

Противодействие коррупции

Группа М.Видео-Эльдорадо придерживается принципа нулевой терпимости к любым проявлениям коррупции, будь то коммерческий подкуп, взятка или злоупотребление полномочиями в иной форме. Любая вероятность коррупции расценивается руководством Компании как прямая угроза для ее деловой репутации и экономической эффективности.

В 2020 г. была утверждена **Политика противодействия коррупции**, которая устанавливает требования и процедуры, направленные на предотвращение коррупционных нарушений. Данный документ является обязательным для каждого сотрудника Группы вне зависимости от занимаемой им должности. Деловые партнеры также должны руководствоваться правилами, предусмотренными данным документом. Сложившаяся практика взаимоотношений между участниками рынка, нормы подлежащего применению иностранного права, а также национальная или региональная специфика не являются основаниями для игнорирования требований, предусмотренных Политикой.

Группа М.Видео-Эльдорадо несет ответственность за будущее российского рынка и всегда защищает интересы своих инвесторов. Мы приложим все усилия, чтобы деятельность наших сотрудников и деловых партнеров продолжала неукоснительно соответствовать законодательству и высоким принципам деловой этики.

Проверка деловых партнеров

Группа М.Видео-Эльдорадо стремится поддерживать деловые отношения исключительно с лицами, которые выполняют требования применимого законодательства. Перед началом сотрудничества Компания осуществляет проверку каждого делового партнера, чтобы отношения с ним были максимально взаимовыгодными и прозрачными для каждой из сторон. Порядок проверки установлен **Политикой проверки контрагентов**.

Проверка осуществляется сотрудниками различных подразделений, которые запрашивают у делового партнера документы, необходимые для оценки возможных рисков. После рассмотрения полученной информации принимается совместное решение об их минимизации. В случае присвоения деловому партнеру высокого уровня риска вопрос о допустимости сотрудничества с ним подлежит рассмотрению Комитетом по выбору и утверждению контрагентов.

Группа уважает режим конфиденциальности, введенный деловыми партнерами для своих документов и сведений. Вся полученная от контрагентов информация не подлежит передаче третьим лицам.

Соблюдение законодательства об инсайдерской информации

Группа М.Видео-Эльдорадо обеспечивает соблюдение своими сотрудниками законодательства об инсайдерской информации, стремясь предотвратить любой случай ее использования во вред интересам Компании. Соответствующие вопросы регламентированы **Положением об инсайдерской информации**.

Планы на 2021 год

Группа М.Видео-Эльдорадо не будет останавливаться на достигнутом.

На 2021 г. запланировано активное развитие внутренних коммуникаций, проведение новых обучающих мероприятий, выявление и минимизация новых рисков комплаенс, тестирование существующих контрольных процедур.

Соблюдение законодательства о персональных данных

Группа М.Видео-Эльдорадо с максимальной ответственностью относится к сбору, хранению, обработке и уничтожению персональных данных. Вне зависимости от того, кто является субъектом персональных данных – потребитель, сотрудник или деловой партнер Группы, любые действия с ними осуществляются в строгом соответствии с действующим законодательством. Требования и процедуры, направленные на его соблюдение, содержатся в **Политике обработки персональных данных**.

ПРИНЦИПЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И РАЗМЕР ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ

Согласно Положению о вознаграждениях и компенсациях, выплачиваемых членам Совета директоров Общества (далее – «Положение о вознаграждениях»), общий размер вознаграждения и компенсаций, выплачиваемых членам Совета директоров, утверждается Общим собранием акционеров

За участие в работе Совета директоров и (или) комитетов Совета директоров членам Совета директоров полагается следующее вознаграждение

Базовое вознаграждение выплачивается:

- 1 За участие в очных заседаниях Совета директоров;
- 2 За участие в заседаниях стратегической и бюджетной сессий;
- 3 За участие члена Совета директоров по требованию Председателя Совета директоров, председателей комитетов Совета директоров, Генерального директора в заседаниях тематических рабочих групп, встречах, обсуждениях, связанных с деятельностью Общества и его дочерних компаний и проводимых в офисе Общества или за его пределами.

Вознаграждение за исполнение дополнительных обязанностей выплачивается:

- 1 За исполнение обязанностей члена Комитета Совета директоров;
- 2 За исполнение обязанностей Председателя Комитета Совета директоров;
- 3 За исполнение обязанностей Председателя Совета директоров.

Членам Совета директоров – резидентам Российской Федерации выплата вознаграждения осуществляется в российских рублях. Членам Совета директоров, не являющимися резидентами Российской Федерации, выплата вознаграждения осуществляется в иностранной валюте по курсу Банка России на день проведения платежа.

В соответствии с Положением о вознаграждениях каждому члену Совета директоров могут компенсироваться следующие расходы:

- Фактически произведенные и документально подтвержденные транспортные расходы, связанные с проездом члена Совета директоров к месту проведения заседания Совета директоров и (или) Комитетов Совета директоров и обратно, иные транспортные расходы, понесенные в связи с поездками в рамках работы Совета директоров;
- Расходы по проживанию члена Совета директоров в период проведения заседаний Совета директоров и (или) заседаний Комитетов Совета директоров;
- Расходы по питанию члена Совета директоров в период проведения заседаний Совета директоров и (или) заседаний Комитетов Совета директоров;
- Прочие расходы (оплата услуг связи, оплата топлива, представительские расходы и т. д.).

Предельный размер компенсаций расходов членам Совета директоров утверждается Общим собранием акционеров по предложению Совета директоров.

На годовом Общем собрании акционеров, состоявшемся **26 июня 2019 г.**, и на годовом Общем собрании акционеров, состоявшемся **22 июня 2020 г.**, были определены следующие размеры вознаграждения и компенсаций расходов членов Совета директоров:

- Вознаграждение членам Совета директоров Общества в общем размере: не более **52 000 000 руб.** за период **июль 2019 г. – июнь 2020 г.** и не более **52 000 000 руб.** за период **июль 2020 г. – июнь 2021 г.**;
- Компенсация расходов, понесенных членами Совета директоров Общества в рамках исполнения функций членов Совета директоров Обществ, в общем размере: не более **10 000 000 руб.** за период **июль 2019 г. – июнь 2020 года** и не более **10 000 000 руб.** за период **июль 2020 г. – июнь 2021 г.**

В отношении членов Правления уполномоченные органы в отчетном году не принимали решения относительно размера вознаграждения, подлежащего выплате, и (или) размера расходов, подлежащих компенсации. Отдельные члены Правления получают вознаграждение как работники Общества, состоящие в трудовых отношениях с Обществом и выполняющие трудовые функции, не связанные с исполнением функций членов Правления Общества. Иные соглашения относительно размера вознаграждения, подлежащего выплате, и (или) размера расходов, подлежащих компенсации, отсутствуют.

Вознаграждения, выплаченные в течение отчетного года, тыс. руб.

Совет директоров

Наименование показателя	За 12 месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 г.
Вознаграждение за участие в работе органа управления	32 798
Зарботная плата	0
Премии	0
Комиссионные	0
Иные виды вознаграждений	0
Итого	32 798

Правление

Наименование показателя	За 12 месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 г.
Вознаграждение за участие в работе органа управления	0
Зарботная плата	771
Премии	0
Комиссионные	0
Иные виды вознаграждений	0
Итого	771

Компенсации, тыс. руб.

Наименование показателя	За 12 месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 г.
Совет директоров	215
Правление	0

КАПИТАЛ, АКЦИИ, ДИВИДЕНДЫ

Сведения о количестве акций Общества

ИНФОРМАЦИЯ О КОЛИЧЕСТВЕ АКЦИЙ ОБЩЕСТВА:

179 768 227 шт.

КАТЕГОРИЯ АКЦИЙ:

обыкновенные.

УКАЗАННЫЕ АКЦИИ ОБЩЕСТВА ЯВЛЯЮТСЯ ГОЛОСУЮЩИМИ.

Информация о количестве акций Общества, находящихся в распоряжении Общества, а также количество акций Общества, принадлежащих подконтрольным Обществу юридическим лицам

Количество акций Общества, находящихся в распоряжении Общества:

В отчетном году акции Общества, находящиеся в распоряжении Общества, отсутствовали.

Количество акций Общества, принадлежащих подконтрольным ему юридическим лицам: 1 976 170 акций (1,0993% уставного капитала) принадлежит Обществу с ограниченной ответственностью «МВМ». Категория, форма акций: **обыкновенные именные бездокументарные.**

Движение капитала за год

(изменения в составе лиц, которые имеют право прямо или косвенно распоряжаться не менее чем пятью процентами голосов, приходящихся на голосующие акции ПАО «М.видео»), (%)

НАИМЕНОВАНИЕ АКЦИОНЕРА	ДОЛЯ В УСТАВНОМ КАПИТАЛЕ НА 31.12.2020	ДОЛЯ ГОЛОСОВ НА 31.12.2020	ДОЛЯ В УСТАВНОМ КАПИТАЛЕ НА 31.12.2019	ДОЛЯ ГОЛОСОВ НА 31.12.2019
ЭРИКАРИЯ ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД / ERICARIA HOLDINGS LIMITED	63,5058	63,5058	73,5058	73,5058
МС СЕ Ритейл ГмбХ / MS CE Retail GmbH	0	0	15	15
Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ / Media-Saturn-Holding GmbH	15	15	0	0
ВЕРИДЖ ИНВЕСТМЕНТС ЛИМИТЕД/ WERIDGE INVESTMENTS LIMITED	9,9999	9,9999	0	0
Иные акционеры	11,4943	11,4943	11,4942	11,4942
ИТОГО	100	100	100	100

В течение отчетного года доля ЭРИКАРИЯ ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД / ERICARIA HOLDINGS LIMITED в уставном капитале Общества снизилась с 73.5058% до 63.5058%.

В отчетном году компанией ВЕРИДЖ ИНВЕСТМЕНТС ЛИМИТЕД/ WERIDGE INVESTMENTS LIMITED была приобретена доля участия в уставном капитале Общества в размере 9,9999%.

В отчетном году доля MS CE Retail GmbH / МС СЕ Ритейл ГмбХ в уставном капитале Общества снизилась с 15% до 0%.

В отчетном году компанией Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ / Media-Saturn-Holding GmbH была приобретена доля участия в уставном капитале Общества в размере 15%.

Сведения об общем количестве акционеров Общества

Общее количество лиц с ненулевыми остатками на лицевых счетах, зарегистрированных в реестре акционеров Общества на дату окончания отчетного года: **19**.

Общее количество номинальных держателей акций Общества: **1**.

Общее количество лиц, включенных в составленный последним список лиц, имевших (имеющих) право на участие в общем собрании акционеров Общества (иной список лиц, составленный в целях осуществления (реализации) прав по акциям Общества и для составления которого номинальные держатели акций Общества предоставляли данные о лицах, в интересах которых они владели (владеют) акциями Общества): **20 155**.

Дата составления списка лиц, включенных в составленный последний список лиц, имевших (имеющих) право на участие в общем собрании акционеров Общества (иного списка лиц, составленного в целях осуществления (реализации) прав по акциям Общества и для составления которого номинальные держатели акций Общества предоставляли данные о лицах, в интересах которых они владели (владеют) акциями Общества): **04 декабря 2020 года**.

Владельцы обыкновенных акций Общества, которые подлежали включению в такой список: **20 155**.

Исполнительные органы Общества заявляют об отсутствии в Обществе сведений о существовании долей владения акциями, превышающих пять процентов, помимо уже раскрытых Обществом.

У Общества отсутствуют сведения о возможности приобретения или о приобретении определенными акционерами степени контроля, несоответствующей их участию в уставном капитале Общества, в том числе на основании акционерных соглашений или в силу наличия обыкновенных и привилегированных акций с разной номинальной стоимостью.

Уставный капитал ПАО «М.видео»

Уставный капитал ПАО «М.видео» составляет 1 797 682 270 (один миллиард семьсот девяносто семь миллионов шестьсот восемьдесят две тысячи двести семьдесят) рублей. Уставный капитал сформирован за счет размещения среди акционеров 179 768 227 (ста семидесяти девяти миллионов семисот шестидесяти восьми тысяч двухсот двадцати семи) обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 (десять) рублей каждая. Уставный капитал Общества оплачен полностью.

Сведения о ценных бумагах ПАО «М.видео»

Вид ценных бумаг	Акции (именные)
Категория акций	Обыкновенные
Форма ценных бумаг	Бездокументарные
Государственный регистрационный номер выпуска ценных бумаг и дата государственной регистрации	1-02-11700-А 23 августа 2007 года
Номинальная стоимость каждой акции	10 рублей
Общее количество размещенных акций	179 768 227 штук
Количество дополнительных акций, находящихся в процессе размещения	0 штук
Количество объявленных акций	30 000 000 обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 рублей каждая

Акции включены в состав основных российских фондовых индексов:

- Индекс МосБиржи средней и малой капитализации (MCXSM);
- Индекс МосБиржи широкого рынка (MOEXBVI);
- Индекс потребительского сектора (MOEXCN);
- Индекс РТС потребительского сектора (RTScr);
- Индекс РТС средней и малой капитализации (RTSSM);
- Индекс РТС широкого рынка (RUBMI).

Код, присвоенный акциям ПАО «М.видео»

КОД ЦЕННОЙ БУМАГИ	MVID
ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА	Московская биржа
ВИД И КАТЕГОРИЯ ЦЕННОЙ БУМАГИ	Акция обыкновенная
ЛИСТИНГ	Котировальный список первого (высшего) уровня

Котировки акций ПАО «М.видео» и объемы торгов в 2020 году

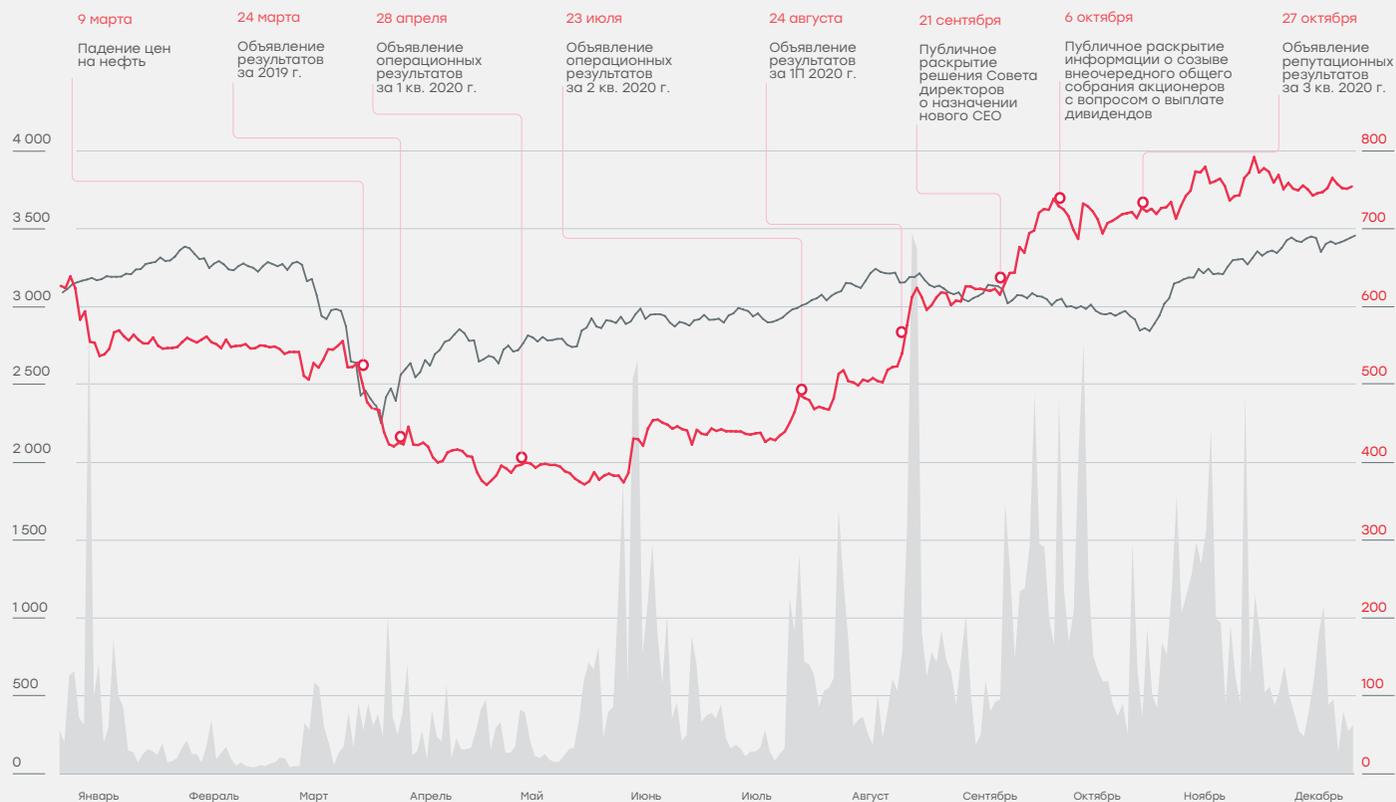
В 2020 году акции ПАО «М.видео» продемонстрировали уверенную восходящую динамику: рост цены составил 34,4% с начала года. 27 октября, в день объявления успешных операционных результатов за 3 квартал, акции Группы обновили свой исторический максимум: торги на Московской Бирже проходили по цене 775 рублей за акцию. Ликвидность акций также возросла: в ноябре средний ежедневный объем торгов (ADTV) составил рекордные 267 млн рублей, побив прежний октябрьский рекорд, составивший 242 млн рублей.

Рыночная капитализация

на 31.12.2019¹ **93 623 292 621,60 руб.**
ПО ДАННЫМ ПАО МОСКОВСКАЯ БИРЖА

на 30.12.2020¹ **128 048 908 092,10 руб.**
ПО ДАННЫМ ПАО МОСКОВСКАЯ БИРЖА

¹ Последний торговый день года.



■ Объем торгов, млн руб. ■ Цена обыкновенной акции, руб. ■ Индекс Московской Биржи

Источник: THOMSON REUTERS.

Отчет о выплаченных дивидендах

Категория (тип) акций: акции обыкновенные.

Индивидуальный государственный регистрационный номер выпуска ценных бумаг: 1-02-11700-А.

Дата присвоения государственного регистрационного номера: 23 августа 2007 года.

Дивидендная политика является важным фактором инвестиционной привлекательности Группы, учитывает потребность в финансировании долгосрочного роста Компании и стремление к балансу интересов ключевых стейкхолдеров и ее акционеров.

В феврале 2021 года Совет директоров Группы утвердил новую дивидендную политику, согласно которой:

- М.Видео-Эльдорадо планирует направлять на дивидендные выплаты не менее 100% чистой прибыли¹ по МСФО (IAS 17).
- Рекомендации Совета директоров в отношении дивидендов будут определяться соотношением чистого долга по МСФО (IAS) 17 к EBITDA по МСФО (IAS) 17 на конец последнего отчетного года на уровне или менее 2,0.
- В случае, если коэффициент отношения чистого долга по МСФО (IAS 17) к EBITDA по МСФО (IAS 17) компании на конец последнего отчетного года выше 2,0, уровень выплаты дивидендов будет определяться с учетом факторов, актуальных для Совета директоров на момент принятия решения.
- Компания намерена осуществлять дивидендные выплаты два раза в год. Первые дивиденды в рамках новой политики Группа планирует выплатить по итогам работы за 2020 год, с учетом выплаты в декабре 2020 г. промежуточных дивидендов в размере 5,4 млрд руб., что соответствовало 100% консолидированной чистой прибыли¹ по МСФО (IAS 17) за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2020 года.

Новая дивидендная политика отражает фокус компании на распределении капитала и регулярных дивидендных выплатах акционерам. Политика полностью учитывает структуру капитала компании и ее потребности в капитальных затратах, включая все новые стратегические инициативы и дальнейшую цифровую трансформацию, а также предоставляет гибкость для обеспечения финансовой стабильности в процессе реализации новой стратегии. В то же время новая политика предоставляет более прозрачный механизм для оценки инвесторами потенциального дивидендного дохода.

¹ Чистая прибыль, скорректированная на прибыль/(убыток) в связанных и совместных предприятиях.

История дивидендных выплат по акциям ПАО «М.видео»

Отчетный период	Общий размер объявленных дивидендов, руб.	Размер дивиденда в расчете на одну акцию, руб.	Доля объявленных дивидендов в чистой прибыли отчетного периода, %	Общий размер выплаченных дивидендов, руб.	Орган управления эмитента, принявший решение об объявлении дивидендов, дата принятия такого решения, дата составления и номер протокола собрания (заседания) органа управления эмитента, на котором принято такое решение
2012 год и 9 месяцев 2013 года	2 480 801 532,6	13,8	31,01	2 480 801 532,6	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 11.12.2013 Дата составления протокола: 13.12.2013 Номер протокола: 17
2013 год	3 595 364 540	20	73,86	3 595 364 540	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 17.06.2014 Дата составления протокола: 20.06.2014 Номер протокола: 18
9 месяцев 2014 года	4 494 205 675	25	98,34	4 494 205 675	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 05.12.2014 Дата составления протокола: 08.12.2014 Номер протокола: 19
2014 год	4 853 742 129	27	53	4 853 742 129	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 16.06.2015 Дата составления протокола: 16.06.2015 Номер протокола: 20
2015 год	3 595 364 540	20	99,86	3 595 364 540	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 20.06.2016 Дата составления протокола: 23.06.2016 Номер протокола: 21
2016 год	Годовым общим собранием акционеров, состоявшимся 05.06.2017 (протокол годового общего собрания акционеров № 22 от 08.06.2017), принято решение дивиденды по результатам 2016 года не выплачивать.				
2017 год	Годовым общим собранием акционеров, состоявшимся 29.06.2018 (протокол годового общего собрания акционеров № 26 от 02.07.2018), принято решение дивиденды по результатам 2017 года не выплачивать.				
2018 год	Годовым общим собранием акционеров, состоявшимся 26.06.2019 (протокол годового общего собрания акционеров № 28 от 28.06.2019), принято решение дивиденды по результатам 2018 года не выплачивать.				
9 месяцев 2019 года	5 998 865 734,99	33,37	97,83	5 998 865 734,99	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 03.12.2019 Дата составления протокола: 03.12.2019 Номер протокола: 29
2019 год	5 393 046 810	30,00	39,07	5 393 046 810	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 09.11.2020 Дата составления протокола: 10.11.2020 Номер протокола: 31

Рост free float и появление новых акционеров

12 марта 2021 года Группа М.Видео-Эльдорадо объявила об успешном завершении вторичного размещения акций, по итогам которого доля акций в свободном обращении была увеличена до 24%. В рамках вторичного размещения акций было предложено 24 279 174 акции ПАО «М.видео», реализованными ERICARIA Holdings Limited по цене 725,00 рублей за акцию.

Кредитные рейтинги

В марте 2020 года рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) подтвердило рейтинг кредитоспособности нефинансовой компании ПАО «М.видео» на уровне ruA- и сохранило позитивный прогноз по рейтингу. Высокая диверсификация выручки по регионам и сильные конкурентные позиции Группы оказывают положительное влияние на уровень рейтинга.

Агентством также был позитивно оценен блок корпоративных рисков, в силу высокого качества стратегического обеспечения, риск-менеджмента и корпоративного управления. Кроме того, публикация информации о существенных фактах в деятельности компании и раскрытие годовых и ежеквартальных отчетов в открытом доступе характеризует высокий уровень информационной прозрачности компании.

В марте 2021 Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство (АКРА) присвоило кредитный рейтинг ПАО «М.видео» на уровне A+(RU) со стабильным прогнозом. По оценке АКРА, кредитный рейтинг A+(RU) обусловлен сильной рыночной позицией Группы М.Видео-Эльдорадо и высокой оценкой бизнес-профиля.

Эксперты АКРА отметили высокий уровень корпоративного управления, обусловленный реализацией успешной стратегии развития и выстроенными практиками управления в Компании. Агентство отметило регламентированные процедуры риск-менеджмента, позволяющие Компании минимизировать основные виды риска. АКРА подчеркнуло, что финансовая прозрачность Компании находится на очень высоком уровне.

Взаимодействие с акционерами и инвесторами

Одним из приоритетов Группы являются открытые и прозрачные отношения с инвесторами и акционерами, основанные на действующем законодательстве и общепринятой мировой практике. Среди основных ориентиров этого взаимодействия можно перечислить.

1 Обеспечение прямого доступа к инвестиционному сообществу:

- Фокус на прямом поиске и вовлечении с помощью digital-платформ.
- Присоединение к платформе Closir - цифровой IR опыт:
 - Доступ к широкой инвестиционной аудитории;
 - Планирование роуд-шоу;
 - Ведение IR календаря и прочие административные преимущества.

2 Фокусирование на канале онлайн:

- Усиленное внимание раскрытию онлайн бизнес-метрик.

3 Освещение ESG-факторов:

- Утверждение стратегии Группы в области Устойчивого развития.
- Подход «Нам не все равно», поддерживаемый менеджментом и акционерами.

4 Прозрачность и отчетность:

- Новые инструменты раскрытия во втором полугодии 2020 года.
- Состоявшийся запуск нового корпоративного веб-сайта.

Ключевые достижения Группы в области взаимоотношений с инвесторами и акционерами

~30

IR МЕРОПРИЯТИЙ / КОНФЕРЕНЦИЙ

> 100 фондов

ОХВАТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ В РАМКАХ IR МЕРОПРИЯТИЙ

100%

ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ SELL-SIDE АНАЛИТИКОВ ПОЛУЧЕННАЯ ПОСЛЕ ПУБЛИКАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗА 1П 2020 Г.

+4

РЕИНИЦИИРОВАНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОГО ПОКРЫТИЯ ОТ БРОКЕРОВ (3/4 С ВУУ РЕЙТИНГОМ)

НОВЫЕ IR ИНСТРУМЕНТЫ:

- ВНЕДРЕНИЕ CRM
- ЗАПУСК КОРПОРАТИВНОГО САЙТА
- ДАЙДЖЕСТИ ПО РЫНКУ ДЛЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Ключевые события 2020 года в части взаимодействия с инвестиционным сообществом

28 января	Объявление операционных результатов – 4 кв. и 2019 г.
24 марта	Объявление IFRS результатов – 2019 г.
28 апреля	Объявление операционных результатов – 1 кв. 2020 г.
23 июля	Объявление операционных результатов – 2 кв. и 1П 2020 г.
24 августа	Объявление IFRS результатов – 1П 2020 г.
27 октября	Объявление операционных результатов – 3 кв. и 9М 2020 г.

Крупные сделки и сделки, в совершении которых имеется заинтересованность

Отчет о совершенных Обществом в 2020 году сделках, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имелась заинтересованность и крупными сделками, приведен в Приложении к Годовому отчету.

Сведения об организации, осуществляющей учет прав на эмиссионные ценные бумаги Общества

Ведение реестра владельцев именных ценных бумаг эмитента осуществляется регистратором.

Полное фирменное наименование:
Акционерное общество «Сервис-Реестр».

Сокращенное фирменное наименование:
АО «Сервис-Реестр».

Место нахождения: 107045, г.Москва, ул. Сретенка, д.12.
Почтовый адрес: 107045, г.Москва, ул. Сретенка, д. 12.
ИНН: 8605006147
ОГРН: 1028601354055

Номер телефона, факса (при наличии последнего):
+7 (495) 608-10-43, +7 (495) 783-01-62
<https://servis-reestr.ru>

Полное и сокращенное фирменное наименование Общества

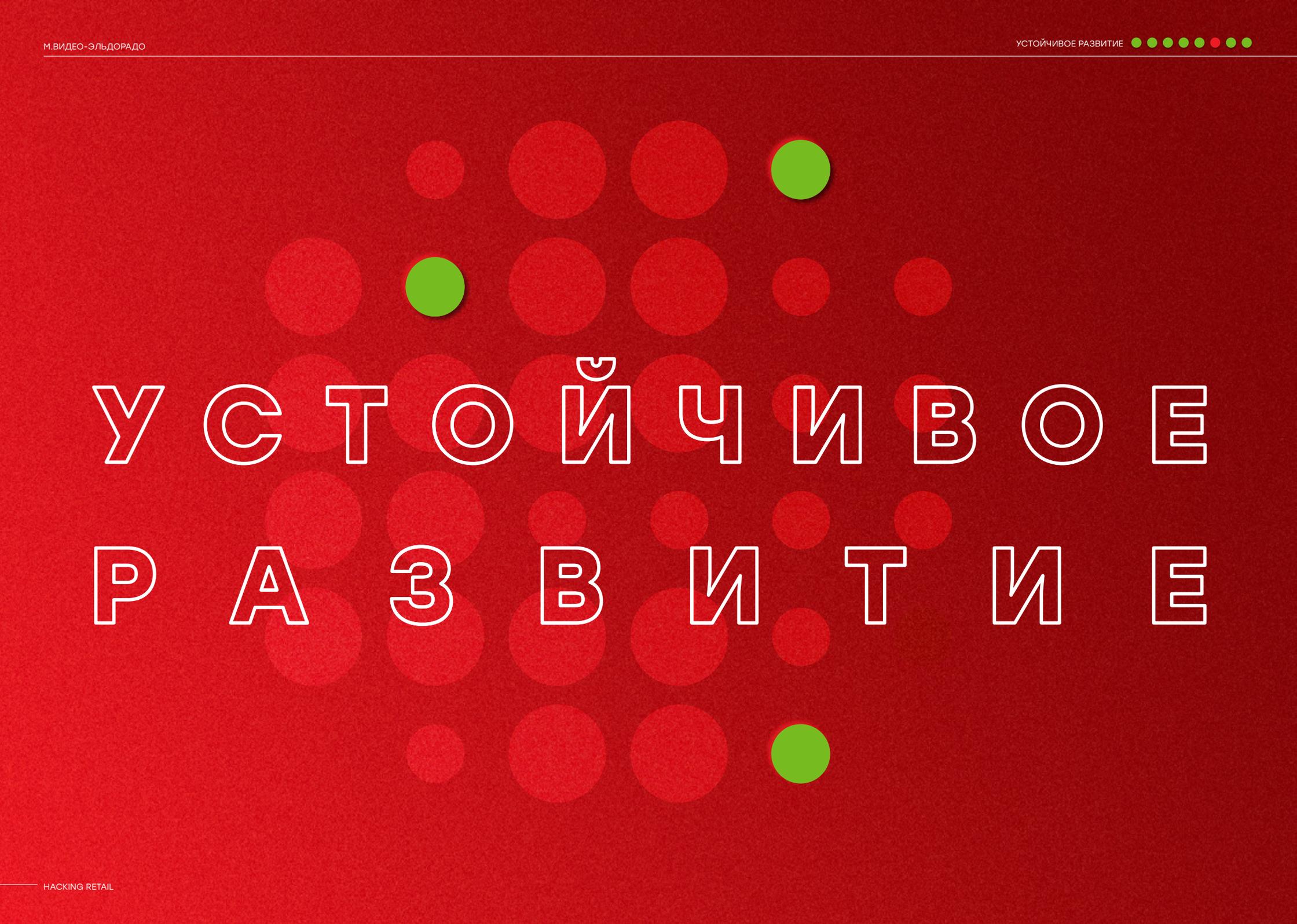
Полное фирменное наименование: Публичное акционерное общество «М.видео».

Сокращенное фирменное наименование: ПАО «М.видео».

Публичное акционерное общество «М.видео» создано в результате реорганизации в форме преобразования Общества с ограниченной ответственностью «Компания «М.видео».

Сведения о государственной регистрации ПАО «М.видео»

Дата государственной регистрации: 25 сентября 2006 года.
Основной государственный регистрационный номер:
5067746789248.



У С Т О Й Ч И В О Е
Р А З В И Т И Е

HACKING RETAIL

**УКРЕПЛЯЯ
ПОТЕНЦИАЛ РОСТА
ПУТЕМ
УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ**

М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО



СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ



Неравнодушие во всем – ценность, которая пронизывает наш бизнес. В 2020 году на первый план вышли тревога за здоровье и экономическая нестабильность, необходимость срочных мер в борьбе с экологическими и социальными вызовами. Но мы также увидели, каким созидательным может быть вклад команды, когда ценятся уникальность жизненного опыта, таланты и увлечения каждого сотрудника. Именно поэтому нашим главным приоритетом в области устойчивого развития в этом году стали здоровье и благополучие. Продолжая расширять возможности для обучения и развития, формируя инклюзивную культуру и мотивируя всех сотрудников ориентироваться не только на стратегические бизнес-результаты, но и совместно решать социальные и экологические задачи, мы строим будущее, которым будем гордиться.

Наталья Малеева,
Директор по персоналу



Обзор целей и показателей стратегии устойчивого развития Группы М.Видео-Эльдорадо¹

Цель Группы – лидерство в области устойчивого развития, поэтому мы выбираем проактивный подход: задавать стандарты, отвечающие принципам социальной, экологической и экономической устойчивости, выступать ориентиром для других участников рынка и тем самым трансформировать индустрию в целом.

Группа всегда серьезно относилась к вопросам экологии и социальной ответственности, поэтому в 2020 году мы разработали ключевые направления стратегии устойчивого развития. Для этого мы оценили всю цепочку создания стоимости и выбрали три направления, в которых, как мы считаем, нам удастся добиться наиболее значимых изменений и внести вклад в глобальную повестку в области устойчивого развития. Мы назвали эти направления: Планета, Люди и общество, Покупатели и технологии. По каждому из них мы выделили приоритетные цели и определили сроки их достижения:



Планета

Снижение выбросов парниковых газов

- **Наши цели до 2030 года:**
 - На 30% снизить удельные выбросы в собственных операциях (Область охвата 1 и 2);
 - На 20% снизить удельные выбросы в цепочке поставок (Область охвата 3).

До 2050 года достичь углеродной нейтральности в собственных операциях.

Циркулярная экономика и управление отходами

- **Наши цели до 2025 года:**
 - Увеличение объемов сбора и переработки электронных отходов **до 10 тыс. тонн**;
 - **100% регионов** охвачены программой по переработке бытовой техники и электроники;
 - **Как минимум 10 млн человек** охвачены просветительскими программами по циркулярной экономике;
 - **85% собственных отходов** в рознице и сервисно-логистических центрах перерабатывается.



Люди и общество

Среда, стимулирующая обучение и рост

- **Наши цели до 2025 года:**
 - **100%** сотрудников имеют равный доступ к обучению;
 - Как минимум **60%** вакансий закрыты внутренними кандидатами;
 - Не менее **80%** показатель вовлеченности персонала;
 - Минимальный размер дохода штатных сотрудников превышает МРОТ **не менее чем на 20%**.

Безопасность, инклюзивность и разнообразие

- **Наши цели до 2025 года:**
 - Рост разнообразия в командах на всех уровнях;
 - Культура безопасности «0 несчастных случаев»;
 - **100% сотрудников** имеют доступ к программам, нацеленным на поддержание психологического и физического здоровья;
 - **100% сотрудников** ежегодно проходят обучение в области разнообразия, инклюзивности и противодействия дискриминации.

Развитие местных сообществ

- **Наши цели до 2025 года:**
 - **Не менее 15% сотрудников** принимают участие в федеральной волонтерской программе по крайней мере 1 раз в год;
 - Более **2 млн человек** получают прямую и/или косвенную благотворительную помощь Группы.



Покупатели и технологии

Доступность среды

- **Наши цели до 2025 года:**
 - **100% интернет- и офлайн магазинов** Группы доступны для людей с инвалидностью.

Безопасность данных

- **Наши цели до 2025 года:**
 - **100% сотрудников** проходят ежегодное обучение по работе с персональными данными и навыкам информационной безопасности.

Продвижение товаров для осознанного потребления и экологичного образа жизни

- **Наши цели до 2025 года:**
 - **20% выручки** формируется за счет товаров, способствующих ведению здорового и экологичного образа жизни.

¹ Базовый год для расчетов – 2020 год.

Вклад в достижение Целей устойчивого развития ООН

Наши цели соответствуют Целям в области устойчивого развития (ЦУР), принятым ООН. Они были разработаны для решения глобальных экологических и социальных проблем в рамках шести основных направлений, по которым мы можем принести наибольшую ценность для всего мира.



Планета



Люди и общество



Покупатели и технологии



Независимая оценка

Нефинансовая информация, раскрываемая в данном отчете, подготовлена в соответствии со Стандартами GRI. Таблица раскрытия обязательных элементов отчетности находится в приложении «Соответствие отчета стандартам GRI». В будущем мы планируем также раскрывать информацию в соответствии со стандартами SASB и SA8000.

В этом году мы не привлекали аудитора для проверки нефинансовой информации, раскрытой в отчете. Однако для верификации целей и нефинансовой информации в будущем мы планируем проводить независимый аудит. Мы также будем верифицировать наши цели по снижению выбросов в соответствии с Научно обоснованными целями (Science Based Targets Initiative)¹.

Система управления в области ESG

Последовательность, прозрачность и контролируемость в области устойчивого развития – основа нашей работы. Именно поэтому мы составили комплексный план мероприятий по достижению целей стратегии, а также выявили зоны, изменения в которых позволят нам быть более прозрачными и открытыми для заинтересованных сторон, в том числе благодаря:

- Размещению в открытом доступе политик, поддерживающих достижение целей в области устойчивого развития;
- Сотрудничеству с заинтересованными сторонами для продвижения практик ответственного потребления;
- Улучшению практик раскрытия информации в области устойчивого развития и получению ESG-рейтингов.

¹ Научно обоснованная цель – это цель, которая соответствует научным рекомендациям по снижению негативного воздействия на климат. Цели, заявленные компаниями для снижения объема выбросов парниковых газов, считаются научно обоснованными в том случае, если они позволяют сохранить требуемый уровень декарбонизации атмосферы для сохранения изменения общемировой температуры в пределах 2 градусов Цельсия по сравнению с доиндустриальным периодом.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами

Отношения с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) – важный элемент достижения успеха Группой М.Видео-Эльдорадо. К числу заинтересованных сторон мы относим лица или организации, которые могут быть прямо или косвенно затронуты нашей деятельностью, а также тех, кто может влиять на принимаемые Группой решения. Ключевыми заинтересованными сторонами Группы являются покупатели, сотрудники и их семьи, акционеры и инвесторы, партнеры, некоммерческие организации и ассоциации, местные сообщества и др.

Группа стремится активно взаимодействовать с заинтересованными сторонами и выстраивать с ними открытые, уважительные и взаимовыгодные отношения, а также своевременно информировать их о событиях внутри Группы, вызовах и достижениях в области устойчивого развития. Политика взаимодействия с заинтересованными сторонами определяет общий подход к управлению отношениями со стейкхолдерами.



Сотрудники

Во взаимодействии с сотрудниками мы работаем над:

- Обеспечением комфортного, безопасного и мотивирующего окружения для достижения лучших результатов;
- Регулярным улучшением системы материальной и нематериальной мотивации;
- Получением обратной связи от сотрудников для совершенствования внутренних процессов и повышения вовлеченности;
- Информированием о возможностях для роста и развития, существующих программах и инициативах.

Группа стремится:

- Предлагать сотрудникам гибкие условия для реализации их потенциала и наиболее эффективного решения задач;
- Использовать удобные форматы организации рабочего пространства для повышения производительности и обеспечения безопасности;
- Предоставлять доступ к новейшим технологиям.

Периодичность взаимодействия: ежедневно.



Акционеры и инвесторы

Особое внимание Группа уделяет взаимодействию с акционерами и инвесторами с целью:

- Повышения осведомленности об инвестиционной привлекательности Группы и ее развитии, содействия росту рыночной капитализации Группы;
- Раскрытия информации о текущей деятельности Группы, реализации ее стратегии развития, финансовых и нефинансовых показателей;
- Расширения и диверсификации базы инвесторов Группы с целью обеспечения доступа к широкому спектру инструментов рынка капитала;
- Обеспечения обратной связи от инвестиционного сообщества, генерации новых идей через диалог с инвесторами;
- Информирования инвестиционного сообщества об усилиях Группы, направляемых на обеспечение устойчивости ее бизнеса.

Группа привержена созданию стоимости для акционеров и инвесторов посредством:

- Реализации стратегии прибыльного роста, укрепления своих рыночных позиций и реализации инвестиционного потенциала;
- Диверсификации акционерной базы и приверженности высоким стандартам прозрачности и корпоративного управления;
- Повышения прозрачности и открытости в области устойчивого развития.

Периодичность взаимодействия: ежедневно.



Покупатели

Во взаимоотношениях со своими покупателями мы работаем над:

- Выстраиванием доверительных и открытых отношений с покупателями до совершения покупки, а также в процессе и после нее.
- Повышением узнаваемости брендов М.Видео и Эльдорадо.
- Донесением до покупателей ключевой информации о новых продуктах, сервисах, специальных предложениях и пр.;
- Получением обратной связи от покупателей для совершенствования продуктов и услуг;
- Донесением до покупателей информации о вкладе Группы в решение актуальных социальных и экологических проблем.

Группа стремится:

- Создавать новый потребительский опыт, основанный на мобильном интернете;
- Предоставлять удобные форматы и инструменты для совершения покупок, создавать для наших клиентов единое сервисное пространство в торговых залах и онлайн-магазинах;
- Обеспечивать доступ покупателей к новейшим технологиям и ведущим брендам.

Периодичность взаимодействия: ежедневно.



Поставщики и партнеры

Работу с поставщиками и партнерами мы строим по принципу долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества и нацелена на:

- Развитие долгосрочных отношений с поставщиками и другими контрагентами с целью обеспечения высокого качества продукта Группы и ее долгосрочной конкурентоспособности;
- Повышение осведомленности партнеров о деятельности Группы, ее планах и развитии в долгосрочной перспективе;
- Совершенствование коммуникаций с партнерами, поиск и внедрение новых инструментов и каналов взаимодействия;
- Единое понимание взаимных обязательств и ожиданий от сотрудничества.

Принципы сотрудничества:

- Группа является надежным партнером и крупным контрагентом для широкого круга поставщиков;
- Группа придерживается высоких стандартов в сфере контроля качества, корпоративного поведения и требует их соблюдения от поставщиков;
- Внедрение современных ИТ-решений для повышения автоматизации и эффективности работы системы поставок.

Периодичность взаимодействия: ежедневно.

ПЛАНЕТА

ЦЕЛИ ГРУППЫ



В рамках стратегии устойчивого развития мы взяли на себя масштабные экологические обязательства перед обществом.

Работая на рынке бытовой техники и бытовой электроники, мы можем и должны играть ведущую роль в борьбе с актуальными экологическими проблемами, такими как электронные отходы и изменение климата. Более 1 000 наших магазинов, а также склады и распределительные центры потребляют энергию, накапливают и утилизируют отходы и используют другие ресурсы. Наша цель – улучшить экологические показатели собственной деятельности и цепочки поставок, поэтому сокращение выбросов парниковых газов и поддержка принципов циркулярной экономики являются ключевыми факторами, определяющими наше воздействие на окружающую среду.

Снижение выбросов парниковых газов

🕒 Долгосрочные цели

Наши цели до 2030 года:

- На 30% снизить удельные выбросы в собственных операциях (Область охвата 1 и 2);
- На 20% снизить удельные выбросы в цепочке поставок (Область охвата 3);

До 2050 года достичь углеродной нейтральности в собственных операциях.

✅ Результаты 2020 года

- **Более 200 магазинов** оборудованы системами дистанционного управления электропитанием.

Циркулярная экономика и управление отходами

🕒 Долгосрочные цели

Наши цели до 2025 года:

- Увеличение объемов сбора и переработки электронных отходов до 20 тыс. тонн;
- 100% регионов охвачены программой по переработке бытовой техники и электроники;
- **Как минимум 10 млн человек** охвачены просветительскими программами по циркулярной экономике;
- **85% собственных отходов** в рознице и сервисно-логистических центрах перерабатывается.

✅ Результаты 2020 года

- **449 магазинов в 17 регионах РФ** охвачены первым в России постоянным проектом по утилизации электроники;
- **Более 1 000 тонн** переработанной электроники;
- **Около 20 тонн** переработанных батареек;
- **Просветительские инициативы:** Школа Экологии в МЕГА Химки, онлайн-экскурсия на завод по переработке техники «Экотех-пром», домашний экоквест «Тридешатое царство – неэкологичное государство», участие в программе «Полезный город».

ТЕКУЩИЕ ИНИЦИАТИВЫ ГРУППЫ

Снижение выбросов парниковых газов

Изменение климата – самая насущная проблема из всех, с которыми сегодня столкнулась наша планета. Она оказывает негативное воздействие на наших покупателей, сотрудников и сотрудников наших партнеров, а также на природные ресурсы, используемые для производства техники. Мы можем внести вклад в противодействие изменению климата посредством снижения объема выбросов парниковых газов, улучшив энергоэффективность собственных операций и всей цепочки поставок.

Понимая всю сложность данной задачи, мы проанализировали цели наших партнеров, а также временной горизонт Парижского соглашения и Повестки дня в области устойчивого развития ООН. Наши климатические цели более долгосрочны, чем другие наши цели в области устойчивого развития, т.к. именно в эти сроки мы можем добиться заметных совместных результатов по сокращению выбросов парниковых газов.

Для корректного и систематического учета прямых и косвенных выбросов парниковых газов мы разработали модель учета выбросов, которая позволит ежегодно рассчитывать выбросы от нашей операционной деятельности и деятельности наших партнеров в цепочке поставок. При разработке модели выбросов парниковых газов были учтены рекомендации общепризнанных стандартов (GHG Protocol), а также лучшие практики компаний-аналогов, являющихся лидерами рейтинга CDP. Расчет выбросов учитывает как международные, так и российские требования, поэтому модель будет включать подходы IPCC и Методические указания Минприроды России (Приказ от 30.06.2015 №300 и приказ от 29.06.2017 №330).

Снижение степени изменения климата

В рамках работы по противодействию изменению климата мы выбрали три приоритета:

- **Повышение ресурсоэффективности:** мы ищем новые способы повышения эффективности использования энергии и снижения негативного воздействия на окружающую среду;
- **Внедрение инновационных решений:** мы вкладываем средства в новые технологии для оптимизации нашей деятельности в цепочке поставок. Мы будем обращать внимание на альтернативные каналы транспортировки и доставки, пилотирование автомобилей на гибридных двигателях, оптимизацию цепочки поставок и собственных операций в целом и т.п.;
- **Анализ жизненного цикла продаваемой продукции:** мы понимаем, что большое влияние на наш углеродный след оказывает этап использования техники и гаджетов, а также средний срок службы товаров.

Повышение энергоэффективности магазинов

Мы стремимся использовать современные системы освещения и снижать свое влияние на электрические сети. С 2015 года в магазинах М.Видео и Эльдorado при строительстве новых магазинов устанавливается только светодиодное освещение и запущен процесс модернизации освещения в открытых ранее магазинах. В первую очередь работы проводятся в магазинах старше семи лет. Ежегодно реализуется около 50 проектов по модернизации освещения в торговых залах, складах и офисных помещениях.

С 2017 года запущен проект по внедрению дистанционного управления электроснабжением. Всего с момента запуска проекта более 200 магазинов Группы были оснащены такими системами, что позволило существенно снизить потребление электроэнергии и минимизировать риски пожароопасности.

Циркулярная экономика и управление отходами

Мы понимаем, что несем ответственность за проданную продукцию даже после того, как потребитель перестает ей пользоваться. Именно поэтому мы ставим перед собой цели по продвижению циркулярной экономики (экономики замкнутого цикла), где нет отходов, а есть ресурсы для нового производства. Наша цель – сократить объем опасных отходов на полигонах через создание удобного сервиса по приему техники и повысить уровень осведомленности о влиянии электрoлoма на окружающую среду.

Продвижение принципов циркулярной экономики

В 2020 году нашими фокусными направлениями по блоку Планета стали масштабирование программ правильной утилизации техники и батареек, снижение объема образования отходов, повышение уровня осознанности потребления среди населения в соответствии с **ЦУР 12 Разумное потребление и производство**, а также сокращение потребления электроэнергии в соответствии с **ЦУР 13 Борьба с изменением климата**.

Правильная утилизация техники и батареек

Утилизация техники

Глобальный рынок бытовой техники и электроники – это примерно 25–50 млн тонн отходов в мире, по оценкам Всемирного экономического форума. Переработка электронных отходов имеет особую важность, т.к. несмотря на то, что электролом составляет около 2% от общего объема твердых отходов, это практически 70% опасных отходов, попадающих на полигоны в мире. Однако при соблюдении условий безопасной переработки материалы, содержащиеся в технике, могут быть возвращены в экономику на 50–80% – электронные отходы содержат драгоценные металлы (золото, медь, никель и др.) и редкие материалы стратегической ценности (например, индий и палладий). Проблема заключается в невероятной сложности объектов переработки: товар может состоять из более чем тысячи элементов.

В 2019 году мы запустили «Правильную утилизацию» – первый в России проект, нацеленный на утилизацию бытовой техники и электроники с полным контролем на всех этапах. Нашей главной задачей стало построение прозрачного и надежного процесса утилизации бытовой техники и электроники для всех участников: потребителей, производителей и импортеров техники, а также самих переработчиков. При разработке проекта мы руководствовались двумя ключевыми критериями: правильная переработка всех элементов товара и прослеживаемость жизненного цикла.

Цель правильной утилизации – сокращение объема опасных отходов на полигонах и стимулирование модели циркулярной экономики.

Для решения задачи была создана Ассоциация «СКО Электроника – утилизация» (далее – «Ассоциация») и построен процесс сбора старой техники через магазины и в виде специальной услуги. Контроль процесса осуществляется через трехстороннюю ИТ-систему между ритейлером, Ассоциацией и предприятиями по утилизации. Группа М.Видео-Эльдорадо взяла на себя все расходы по сбору техники, связанные с оформлением документов, организацией хранения в каждом магазине и обучением персонала. Ассоциация оплачивает транспортировку техники до предприятий-утилизаторов и все процессы утилизации.

Благодаря слаженной работе с партнерами нам удалось показать важность правильного обращения с отходами, простоту и удобство процесса утилизации техники и батареек, а также предложить новый вариант обращения с электронными отходами: принести в магазин, заказать услугу по вывозу, а не хранить дома или выбрасывать в урны для твердых бытовых отходов.

В 2020 году мы продолжили масштабировать проект утилизации техники и вместе с партнерами смогли добиться впечатляющих результатов:

- Охват действия проекта вырос в 1,5 раза – к декабрю прошлого года 231 магазинов М.Видео и 218 магазинов Эльдорадо принимали технику и электронику от населения в 17 регионах России;
- Объем собранных и переработанных электронных отходов вырос в 3 раза по сравнению с предыдущим годом и составил около 1 000 тонн;
- Проект «Правильная утилизация» Группы получил премию PEOPLE INVESTOR 2020 в номинации «Экологическая эффективность».
- Бренд М.Видео получил серебро Effie в номинации «Positive Change/ Защита окружающей среды и устойчивое развитие», а также специальную награду «Special Recognition за поддержку принципов устойчивого развития» как результат последовательных проектов Группы по популяризации правильной утилизации бытовой техники.

В сентябре 2020 года мы начали передавать на правильную утилизацию устаревшую технику из центрального офиса и магазинов. А в ноябре запустили услугу по вывозу техники на переработку в интернет-магазине Эльдорадо и услугу по вывозу техники на переработку для юридических лиц. Мы также запустили обучающий курс по проекту «Правильная утилизация» для сотрудников, которые работают в магазинах М.Видео и Эльдорадо.

Мы используем свой охват и влияние, чтобы побудить всю отрасль поддерживать технологии переработки отходов, использовать переработанные материалы и вовлекать в этот процесс потребителей. Данные инициативы не только способствуют защите окружающей среды, но и коммерчески целесообразны, т.к. себестоимость добычи и обработки новых материалов выше, чем расходы на переработку.

Мы гордимся своими достижениями по проекту «Правильная утилизация» и ставим еще более амбициозные цели на 2021 год. Так, мы планируем нарастить объем собранных электронных отходов до 1 500 тонн, подключив к программе утилизации дополнительные 200 магазинов М.Видео и Эльдорадо и 10 новых регионах России.

Утилизация батареек

Группа М.Видео-Эльдорадо запустила программу утилизации батареек в конце 2018 года. В 2020 году практически все магазины М.Видео и Эльдорадо были оснащены боксами для сбора батареек, а масштабы проекта выросли втрое – посетители сдали на переработку около 20 тонн отработанных батареек (для сравнения с октября 2018 года по конец 2019 года объем собранных батареек был около 7 тонн). В 2021 году мы планируем нарастить объем собранных батареек до 28 тонн.

«Правильная утилизация»



В декабре 2020 года проект «Правильная утилизация» М.Видео получил престижную премию PEOPLE INVESTOR 2020, победив в номинации «Экологическая эффективность». Проект PEOPLE INVESTOR реализуется Ассоциацией Менеджеров с 2008 года. Миссия проекта – выявлять и распространять лучший опыт и практики социально ответственного ведения бизнеса.

Повышение осведомленности о принципах циркулярной экономики

Мы осознаем, что движение к устойчивому развитию должно быть двусторонним, когда и покупатель, и продавец идут навстречу экологичному образу жизни. В поддержку этого движения Группа ведет активную информационно-просветительскую работу среди населения на тему осознанного потребления, ответственного отношения к природе и популяризации сервиса правильной утилизации бытовой техники и батареек. Мы убеждены, что это одна из ключевых составляющих успеха на пути к минимизации опасных отходов на полигонах и развитию циркулярной экономики в России.

Так, например, на сайтах брендов представлен специальный раздел с образовательной информацией о правильной утилизации. Мы также запустили ряд новых просветительских инициатив в 2020 году: стали участниками Школы экологии MEFA, запустили домашний экоквест для детей об ответственном отношении к бытовой технике и электронике, организовали эксклюзивную онлайн-экскурсию на завод по переработке техники.

В марте 2021 года мы планируем выпустить всероссийский интерактивный экологический урок «Приключения электроники», над которым работали вместе с партнерами в течение 2020 года. Благодаря уроку школьники научатся бережнее относиться к своим гаджетам и бытовой технике дома, и поймут, как правильно заботиться об устройствах, чтобы они прослужили как можно дольше. Урок также научит школьников ответственно обращаться с неисправной техникой: они разберутся, чем опасно попадание электроприборов на свалку, и в чем польза альтернативной судьбы гаджетов – их переработки – для людей и природы. Комплект материалов будет включать методический гид и видеоролик с инструкцией по подготовке и проведению урока, анимированную презентацию, игровые материалы и карманные книжки-памятки, в которые ученики запишут самые важные мысли занятия. Мы надеемся, что наш урок хорошо впишется в учебный план широкого спектра гуманитарных и естественно-научных предметов, выполняя рекомендации по экологическому компоненту школьной программы.

«Не сваливай на природу»



В октябре 2020 года мы провели лекцию о правильной утилизации в Школе Экологии под названием «Не сваливай на природу». Это был дружелюбный разговор об ответственном отношении к бытовой технике и электронике и подходе М.Видео к ее переработке. Вместе с гостями, взрослыми и детьми мы обсудили, что будет, если выбросить старую СВЧ-печь в обычный мусорный бак, бывают ли ответственные переработчики и увидели, во что превращается техника после переработки. Мы показали, как благодаря нашему проекту мы можем сокращать негативное влияние на окружающую среду и как просто быть ответственным: для этого нужно просто отдать старую технику или батарейки в магазины М.Видео в любое удобное время.

Возможности экологичного образа жизни



Эко-инсталляции в ТЦ Мега, привлекающие внимание к проекту по переработке техники

В период с 23 ноября по 6 декабря 2020 года мы провели мероприятие по повышению осознанного потребления в торговых центрах МЕГА, где расположены магазины М.Видео и Эльдорадо. В «черную пятницу» мы рассказали клиентам о возможностях экологичного образа жизни, как осознанно выбирать товары и как использовать их дольше. Инсталляции, расположенные в торговых центрах, рассказали посетителям о проекте по правильной утилизации. В наших магазинах мы также выделили товары с высокими экологическими показателями специальными бирками, что позволило показать, благодаря каким товарам наши покупатели смогут сократить свой экологический след и потребление ресурсов.

Онлайн-экскурсия по заводу «Экотехпром»



Уникальная онлайн-экскурсия прошла в декабре 2020 года по заводу «Экотехпром», на который попадает сданная техника из Москвы, Московской области и других регионов. Вместе с коллегами на заводе мы показали участникам, как разбирают технику, получают отдельные материалы, пригодные для возвращения в производственный цикл, как используют вторичное сырье и почему это важно. С помощью наглядной демонстрации и детального рассказа обо всех этапах переработки техники мы продемонстрировали, как переработка техники может работать в России. Мы убеждены, что такие мероприятия по повышению прозрачности этого процесса – важный шаг к минимизации опасных отходов на полигонах и развитию циркулярной экономики.

«Зеленая утилизация»



Мы активно рассказываем про возможности переработки техники, привлекая блогеров и лидеров мнений, а также используя популярные каналы. Так, в октябре 2020 года Эльдорадо рассказал об условиях акции «Зеленая утилизация» вместе с Виталием Наливкиным, который не только поймал грабителей (недобросовестных переработчиков), но и вернул жителям города их украденную бытовую технику, напоминая о том, что сдать технику и помочь экологии можно в магазинах Эльдорадо.

Экоквест «Тридесатое царство – неэкологичное государство»

Принципы ответственного отношения к природе во многом закладываются с детства. Мы разработали экологический квест «О тридесатом царстве – неэкологичном государстве», чтобы в игровой форме передать детям идею цикличной экономики и личную ответственность каждого за будущее нашей планеты. С помощью игры дети, а также

их родители начинают замечать технику вокруг себя и узнают, как она влияет на окружающую среду и куда ее отдать, чтобы помочь планете. В 2021 году мы продолжим запускать масштабные просветительские инициативы для наших сообществ и сотрудников: в российских школах будет запущен специальный эко-урок.

Продвижение бумажных экопакетов

М.Видео одной из первых компаний на российском рынке отказалась от продажи пластиковых пакетов в магазинах, заменив их на FSC-сертифицированную бумажную упаковку, произведенную максимально щадящим для природы способом.

Покупая пакет со знаком FSC на упаковке, клиенты Группы содействуют бережному лесопользованию и защите лесной флоры и фауны. Часть средств от продажи бумажных пакетов была направлена на восстановление исторических ландшафтов широколиственных лесов на территории национального парка «Угра» в рамках проекта «Восстанавливаем леса – возвращаем зубров», организуемого совместно с благотворительным фондом «Красивые дети в красивом мире». Следующий этап для Группы – продажи многоразовых сумок, которые могут заменить одноразовые пакеты.

Сервисное обслуживание и ремонт техники и электроники

Развитие сети сервисных и ремонтных центров – еще один способ поддержки циркулярной экономики для Группы. В конце 2020 года наши клиенты могли сдать технику на ремонт в 191 сервисном центре по всей России. Всего за прошлый год мы отремонтировали 93,7 тыс. единиц техники, в т.ч. около 69,4 тыс. единиц, принятых от клиентов, и 24,2 тыс. единиц, находящихся в собственности Группы.

Обращение с собственными отходами

Мы видим два приоритетных направления по обращению с отходами – оптимизация объема вторичного сырья, которое образуется в наших магазинах и на складах, а также выстраивание единого процесса сбора и накопления пригодного к переработке вторичного сырья. Всего в 2020 году мы утилизировали более 935 тыс. т отходов. Повышение доли переработки вторичного сырья, образующегося в наших магазинах и на складах, останется одним из приоритетов работы в 2021 году.



ПОКАЗАТЕЛЬ	2019	2020
Объем отремонтированной техники, всего, ед.	95 361	93 691
Объем отремонтированной техники по претензиям клиентов, всего, ед.	68 059	69 444
Объем отремонтированной клиентской техники по сертификатам, ед.	54 167	47 462
Объем отремонтированной клиентской техники, для которой была проведена диагностика, ед.	8 224	14 494
Объем отремонтированной клиентской техники вне сертификатов, ед.	5 668	7 488
Объем отремонтированной техники, находящейся в собственности Группы, ед.	27 302	24 247
Количество сервисных центров	200	191

ЛЮДИ И ОБЩЕСТВО

ЦЕЛИ ГРУППЫ



В рамках стратегии устойчивого развития до 2025 года мы приняли на себя масштабные обязательства перед сотрудниками Группы и сообществами, где мы живем и работаем.

Среда, стимулирующая обучение и рост

○ Долгосрочные цели до 2025 года

- **100%** сотрудников имеют равный доступ к обучению;
- Как минимум **60%** вакансий закрыты внутренними кандидатами;
- Показатель вовлеченности персонала – **не менее 80%**;
- Минимальный размер дохода штатных сотрудников превышает МРОТ **не менее чем на 20%**.

✓ Результаты 2020 года

- Проведено более **370 тыс.** образовательных сессий по развитию лидерских и профессиональных компетенций для сотрудников;
- Более **110** актуальных программ обучения доступны сотрудникам, в том числе специализированные тренинги, разработанные в условиях неблагоприятной эпидемиологической ситуации;
- NPS по обучению: **90%** в офисе и **87%** среди розницы и поддерживающих функций;
- Более **96%** назначений в рознице осуществляется за счет внутреннего кадрового резерва;
- Вовлеченность персонала – **80%** против **68%** в среднем по отрасли;
- Текучесть сотрудников в рознице одна из самых низких в отрасли – **30,5%**.

Безопасность, инклюзивность и разнообразие

○ Долгосрочные цели до 2025 года

- Рост разнообразия в командах на всех уровнях;
- Культура безопасности «**0 несчастных случаев**»;
- **100%** сотрудников имеют доступ к программам, нацеленным на поддержание психологического и физического здоровья;
- **100%** сотрудников ежегодно проходят обучение в области разнообразия, инклюзивности и противодействия дискриминации.

✓ Результаты 2020 года

- Беспрецедентные **меры безопасности по защите здоровья** сотрудников и покупателей в условиях пандемии;
- **Запущены специальные программы** по поддержанию психологического и физического здоровья, в т.ч. воркшопы с психологами, программы по повышению благополучия сотрудников и др.

Развитие местных сообществ

○ Долгосрочные цели до 2025 года

- Не менее **15%** сотрудников принимают участие в федеральной волонтерской программе по крайней мере 1 раз в год;
- Более **2 млн человек** получают прямую и/или косвенную благотворительную помощь Группы.

✓ Результаты 2020 года

- Около **20%** сотрудников приняли участие в волонтерских программах Группы;
- Более **40 млн руб.** направлены на реализацию благотворительных и социальных инициатив.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

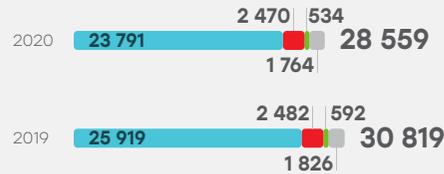
Группа М.Видео-Эльдорадо – крупнейшая российская розничная сеть по продаже бытовой техники и электроники, которая также входит в топ-10 игроков в мире¹. За 28 лет мы прошли путь от небольшого магазина в Москве до безусловного лидера сектора и крупнейшего публичного онлайн-ритейлера в стране. Все достижения Группы – это достижения ее сотрудников, поэтому люди – наш главный актив и мы стремимся создать безопасные и комфортные условия труда, где каждый сможет реализовать свой потенциал и внести вклад в развитие общества.

Мы удерживаем лидерство в ритейле как лучший работодатель на протяжении 5 лет. Так, в 2020 году Группа М.Видео-Эльдорадо стала единственным ритейл-брендом в десятке лучших работодателей России по версии рейтинга hh и вошла в Топ-10 компаний страны.

¹ По данным Thomson Reuters за 2019 год.
² В 2020 году Группа переняла методологию раскрытия данных и начала использовать методологию Глобальной инициативы по отчетности (GRI), если это не противоречит законодательству РФ. В связи с этим в Годовом отчете Группы М.Видео-Эльдорадо за 2019 год цифры по персоналу за 2019 год могут отличаться от цифр, представленных в данном документе.
³ Текучесть персонала по отрасли указана на основе «HUMAN RESOURCES PERFORMANCE INDICATORS», AMT CONSULT AND KPMG, 2020.
⁴ Вовлеченность персонала по отрасли указана на основе «EMPLOYEE ENGAGEMENT SURVEY», KINCENTRIC (ACN HEWITT), 2020.

Основные цифры и факты²

Структура персонала Группы по функциям



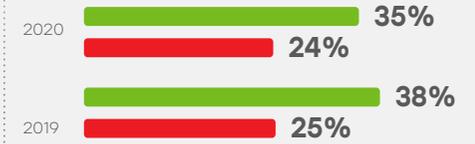
■ Офис ■ Городской уровень (поддержка)
■ Сервисно-логистические функции ■ Мужчины
■ Розница ■ Женщины

Структура персонала Группы по полу



■ Мужчины ■ Женщины

Доля женщин среди руководителей Группы, %



■ Директор магазина ■ Руководители

83%

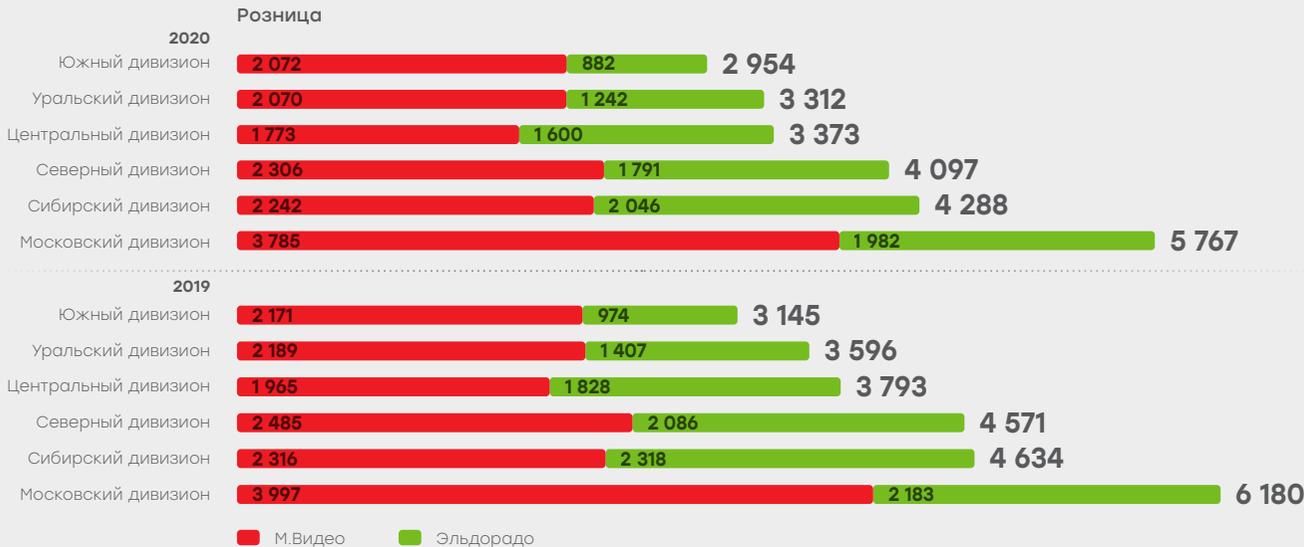
СОТРУДНИКОВ РАБОТАЮТ В МАГАЗИНАХ ГРУППЫ

30%

ДОЛЯ ЖЕНЩИН СРЕДИ СОТРУДНИКОВ ГРУППЫ

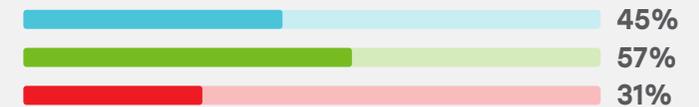
42%

ДОЛЯ ЖЕНЩИН В ТОП-МЕНЕДЖМЕНТЕ



Текучесть персонала³

Средняя текучесть персонала в Группе – одна из самых низких в отрасли. Мы смогли удержать ее на уровне **30,5%**³ по итогам 2020 г. несмотря на все вызовы и ограничения пандемии



Вовлеченность персонала

Группа также лидирует по показателю вовлеченности персонала – **80%** против 68% в среднем по отрасли⁴



■ Глобальный сектор розничной торговли ■ Группа
■ Российский сектор розничной торговли

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ 2020 ГОДА

Достижения Группы М.Видео-Эльдорадо как работодателя получают признание профессионального HR сообщества. В 2020 году мы стали обладателями престижных премий и наград в области управления персоналом и внутренних коммуникаций.

Группа М.Видео-Эльдорадо объединяет бренды с сильной корпоративной культурой

М.видео

более **90%**

МЕНЕДЖЕРСКИХ ВАКАНСИЙ ЗАКРЫТО ИЗ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА

ОТКРЫТЫ ПЕРВЫЕ МАГАЗИНЫ М.ВИДЕО В ВОСТОЧНЫХ РЕГИОНАХ СТРАНЫ: В ПЕТРОПАВСКЕ-КАМЧАТСКОМ И МАГАДАНЕ

30,4%

ТЕКУЧЕСТЬ ПЕРСОНАЛА (-0,8 П.П. ПО СРАВНЕНИЮ С 2019 ГОДОМ)

ЭЛЬДОРАДО.RU

более **90%**

МЕНЕДЖЕРСКИХ ВАКАНСИЙ ЗАКРЫТО ИЗ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА

99%

ВНУТРЕННИХ НАЗНАЧЕНИЙ МЕНЕДЖМЕНТА НОВОГО ФОРМАТА «ЭЛЬДОРАДО 250»

ОТКРЫТ ПЕРВЫЙ МАГАЗИН ЭЛЬДОРАДО В САМОЙ ЗАПАДНОЙ ЧАСТИ СТРАНЫ, В КАЛИНИНГРАДЕ

34,5%

ТЕКУЧЕСТЬ ПЕРСОНАЛА (-6,7 П.П. ПО СРАВНЕНИЮ С 2019 ГОДОМ)



Рейтинг работодателей России от hh.ru

Группа М.Видео-Эльдорадо заняла 9-е место в рейтинге лучших работодателей России, 1-е место среди ритейла

«Ривелти Best Intranets Russia»

Инtranет года

EMBRAS

Гран-при в номинации «Инновации» за проект Digital Show 2020

Step Two

Серебряный призер международной премии Intranet and Digital Workplace Award

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

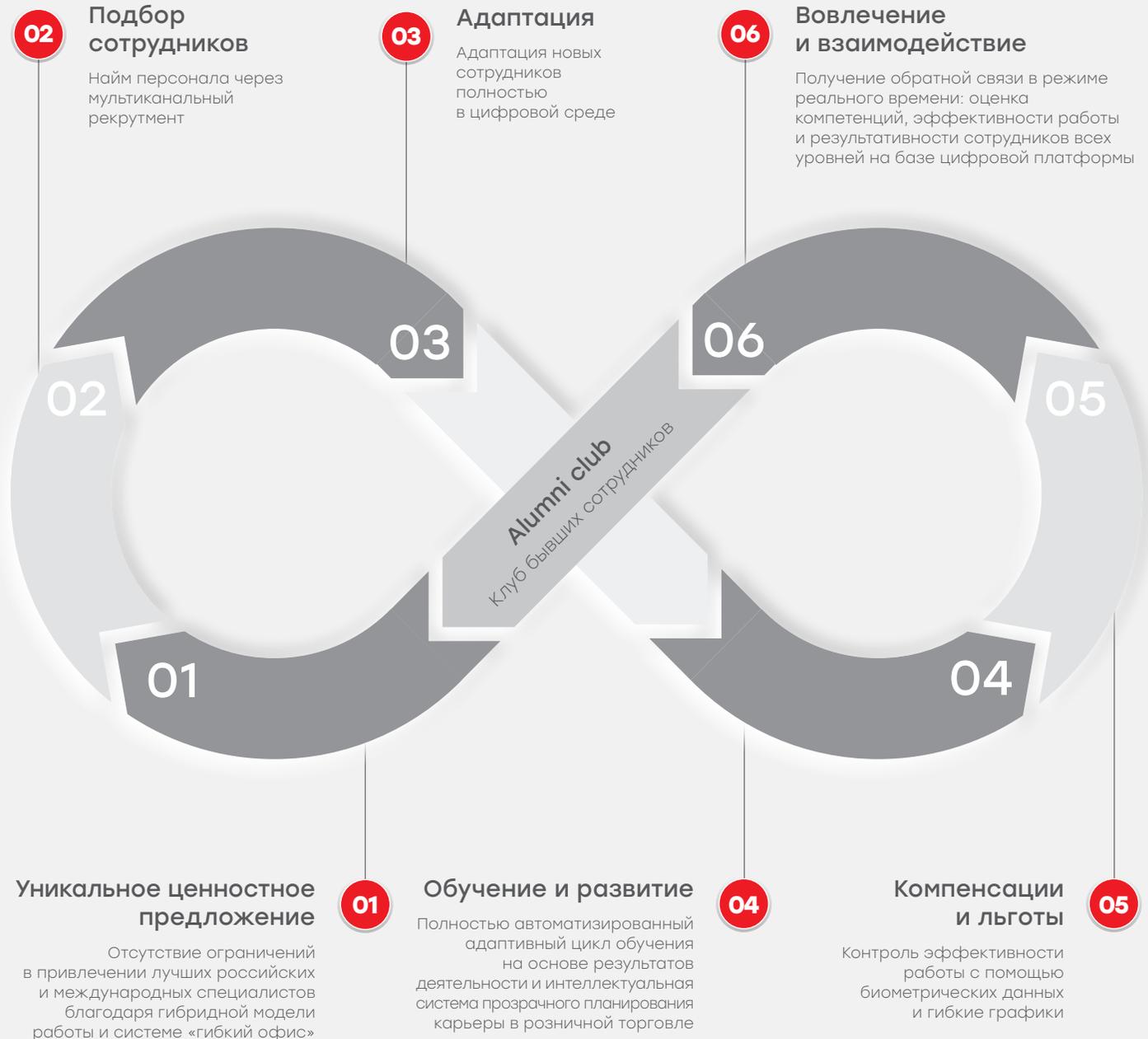
2020 год стал испытанием для бизнеса во всем мире. Ввиду пандемии мы столкнулись со сложностями в разных сферах жизни – поиск новых инструментов реализации привычных задач, новых способов гармонизации микроклимата в командах и новых методов стимуляции продаж. Однако несмотря ни на что мы смогли сохранить весь розничный персонал и обеспечили безопасные условия.

В 2020 году Группа М.Видео-Эльдорадо запустила переход к новой комплексной модели управления персоналом, которая по максимуму использует возможности цифровой среды. Она охватывает все этапы взаимодействия с сотрудником – от привлечения, адаптации, развития и мотивации до поддержки в клубе бывших сотрудников. Цель новой модели по управлению персоналом – это создание условий для максимальной эффективности, вовлеченности и инновационной активности сотрудников.

По состоянию на конец 2020 года, 80% сотрудников Группы работают в гибридном формате в рамках новой нормы: большинство работают удаленно из дома, остальные коллеги – по смешанному графику или в формате стандартной рабочей недели. Гибридные форматы работы позволяют создать максимально комфортные и безопасные условия для разных категорий сотрудников, продолжая эффективно решать задачи бизнеса.

В прошлом году мы запустили ряд инициатив, направленных на борьбу с сезонными пиковыми нагрузками и обеспечение дополнительной гибкости нашего бизнеса. Мы обеспечили возможность миграций персонала между магазинами Группы и внедрили биржи смен, которые позволяют закрывать временные потребности в кадрах при нехватке собственного персонала.

Мы убеждены, что персонал магазинов, офисов и сервисной поддержки – ключ к успеху в построении устойчивой и прибыльной организации. Группа М.Видео-Эльдорадо предлагает сотрудникам широкие возможности по управлению карьерой, обучению и профессиональному развитию. Мы обеспечиваем достойные социальные условия труда (**ЦУР 8 Достойная работа и экономический рост**), соблюдаем права человека, и в наших стенах нет места дискриминации (**ЦУР 10 Уменьшение неравенства**).



УНИКАЛЬНОЕ ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ ТРУДА

Знакомство с Компанией начинается с ее репутации на рынке. Мы трансформируемся: из сильного ритейлера с профессиональным ИТ в ведущую цифровую компанию с розничными точками контакта. Мы открыты к привлечению лучших кадров со всей России, а также за ее пределами. Мы предлагаем гибридную модель работы с преимуществами офисного и удаленного режима, гибкие графики, культуру открытого диалога и вовлекающую среду. В центре взаимодействия «сотрудник-организация» в новой норме становятся эмпатия, автономия и доверие.



Вовлеченность

- Обеспечение вовлеченности всех сотрудников в культуру и рабочие процессы Группы, включая персонал, работающих в удаленном режиме;
- Трансформация HR Brand от сильного ритейла с профессиональным ИТ в технологичную компанию.



Эффективность

- Достижение максимальной эффективности и продуктивности сотрудников;
- Поиск новых синергий и возможностей для повышения эффективности бизнеса (собственные сервисы для вендоров и банков, lean office).



Инновации

- Цифровая трансформация. Создание условий для формирования новых компетенций и роста креативности через изменение ментальности.
- Поиск более экономичных, быстрых и инновационных продуктов и услуг, новых форматов взаимодействия и управления деятельностью.

Основные принципы гибридной модели работы:

- ЕДИНЫЕ ПРАВИЛА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ЦИФРОВОМ И ФИЗИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ (СТАНДАРТИЗАЦИЯ, ФОРМАЛИЗАЦИЯ, ИЗМЕНЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА) – ЦИФРОВОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО СОТРУДНИКА;
- ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАВНОЙ ДОСТУПНОСТИ ЛЮБОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ СОТРУДНИКОВ;
- ЗАМЕНА ФИЗИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ КОММУНИКАЦИИ НА ЦИФРОВЫЕ БЕЗ ПОТЕРИ ОХВАТА (СОБРАНИЯ, КОНФЕРЕНЦИИ) – RHYGITAL;
- ПЕРЕХОД ОТ ОФИСА КЛАССА «А» К ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОМУ И БЕЗОПАСНОМУ ОФИСУ. ПРИ ЭТОМ МЕНЯЕТСЯ ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОГО ОФИСА – ОТ ОСНОВНОГО МЕСТА РАБОТЫ ДО КАНАЛА КОММУНИКАЦИЙ И СОЦИАЛИЗАЦИИ;
- ПОСТОЯННАЯ ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ НА БАЗЕ ИНСТРУМЕНТА REAL TIME FEEDBACK.

Наш переход на гибридные форматы работы позволит сделать процессы более гибкими и адаптивными. Так, мы вышли на всероссийский рынок труда (и даже за его пределы) и можем делать интересные предложения максимально широкой целевой аудитории вне границ. Так, около 30% ИТ специалистов, которые присоединились к Группе в 2020 году, живут и работают в разных субъектах России, а не в Москве.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ И ПОДБОР

Нам нужны люди для обеспечения технологической трансформации бизнеса. Мы внедряем мультиканальный рекрутмент, призванный повысить качество, снизить стоимость и сроки подбора персонала.

Для привлечения лучших сотрудников Группа использует разные каналы коммуникации с потенциальными сотрудниками, а также проводит тренинги, где обучает и знакомит с Компанией. Вместе мы усиливаем функционал карьерного сайта, развиваем стажерские программы, а также используем разнообразные каналы привлечения лучших людей.

В 2020 году 10,5 тыс. человек присоединились к нашей команде во всех регионах России. При этом большая часть новых сотрудников – 9,9 тыс. человек – пришла на операционных сотрудников (подразделения розницы, сервиса и логистики), которые оставались на передовой нашего бизнеса несмотря на все вызовы 2020 года.

Начиная с 2020 года, мы начали активно развивать внутренние команды с сильными цифровыми компетенциями. Мы трансформируемся с точки зрения бренда работодателя и используем продуктовый подход в работе, где IT = Бизнес, поэтому внутри Группы мы учимся совмещать желания и требования обеих сторон. Мы максимально открыты рынку IT: используя разные возможности для общения, мы показываем соискателям масштаб проектов и инновационные подходы, применяемые в работе. Все представители технологичных профессий, независимо от уровня профессиональных компетенций, имеют одинаковый потенциал роста внутри организации, потому что именно здесь и сейчас вместе реализуют большую цифровую трансформацию.

В августе 2020 года мы успешно запустили реферальную программу для IT-специалистов, в ходе которой наняли 11 человек по итогам первых 5 месяцев проекта и будем расширять этот канал привлечения персонала в 2021 году. В целом в течение 2020 года к нашей IT команде присоединились более 180 человек, а в 2021 году мы планируем нанять более 600 человек.

В рамках построения внутренней цифровой экспертизы мы планируем кросс-платформенные проекты по привлечению сотрудников в 2021 году, среди которых сотрудничество с главной IT-площадкой рунета – habr.com. Мы запускаем подкасты, видеовакансии, комьюнити-менеджмент и другие инициативы.



Подбор и адаптация

Адаптация и введение в должность – важнейший процесс, помогающий новым сотрудникам погрузиться в корпоративную культуру Компании и влиться в коллектив. Мы применяем возможности цифровой среды для максимально удобного, интересного и эффективного погружения сотрудников в дела Группы.

Для повышения эффективности программы адаптации мы пересмотрели ее процесс для новичков в магазинах. Теперь программа адаптации будет идти шесть недель, в течение которых новый сотрудник проходит необходимые курсы, изучает теоретические вопросы, а также выполняет план по продажам. Оптимизация сроков стала возможна за счет новых форматов взаимодействия, например, чат-ботов. Она позволяет оценивать адаптивность к разным каналам коммуникации и постоянно быть на связи с новым сотрудником. По завершении адаптационного процесса новичок проходит тестирование и оценку выполнения плана продаж, по результатам которых ему присваивается категория, влияющая на доход.

ОБУЧЕНИЕ, РАЗВИТИЕ И ОЦЕНКА

Обучение

Современные программы обучения и развития создают надежную базу для достижения долгосрочных целей Группы. Мы планомерно инвестируем в формирование навыков и компетенций персонала, чтобы углублять знания коллег о наших продуктах и услугах и находить индивидуальные решения для любого потребителя. Мы стимулируем усиление кросс-функционального взаимодействия между командами, обучаем руководителей принципам эффективного делегирования и работаем над продвижением корпоративной культуры внутри команд.

В 2020 году мы продолжили масштабировать образовательные программы и стимулировать развитие сотрудников. Наши сотрудники прошли более 370 000 образовательных сессий по развитию лидерства и повышению квалификации. Мы проводили обучение на рабочем месте под менторством менеджеров, наставников и коллег. В связи с пандемией в 2020 году, основной фокус образовательных программ перешел в онлайн, где мы использовали разные формы удаленного обучения – асинхронный формат, электронные курсы и обучение через социальные сети (эксперт зона и мессенджеры, чат-боты).

В течение года мы постепенно расширяли перечень программ, доступных на портале обучения, а также продолжали развивать Школу руководителя офиса. Особое внимание мы уделяли развитию коммуникативных, технических и цифровых компетенций. Для сотрудников компаний-партнеров была разработана адаптационная программа по охране труда и пожарной безопасности. В целях повышения гибкости в турбулентные времена мы обновили некоторые обучающие программы, такие как «Вводный курс для новых сотрудников», «Обучение продукту», «Охрана труда и безопасность для сотрудников на передовой и поддерживающих функциях». В результате сегодня нашим сотрудникам доступны более 110 актуальных программ обучения, включая специальный пакет программ по COVID-19.

Мы регулярно оцениваем эффективность образовательных программ, в том числе через обратную связь от сотрудников. По результатам 2020 года, показатель NPS по обучению составил 90% среди офисных сотрудников и 87% среди розничных и поддерживающих функций.

Мы развиваем инклюзивную рабочую среду, поощряя разнообразие культур и мыслей. Через инвестиции в программы обучения и развития мы создаем пул разнообразных талантов, а также стимулируем рост и развитие всех сотрудников. Нам важно, чтобы люди ощущали свою ценность, чувствовали справедливое отношение и имели равные возможности на работе.

Среднее количество часов обучения штатных сотрудников в разбивке по полу и категориям сотрудников

	2019	2020
Мужчины	19,1	31,9
Женщины	18,9	36,7
Всего	19,0	33,4
Топ-менеджмент	1,0	0,9
Руководители	1,3	1,6
Директора магазинов	8,6	7,8
Специалисты/служащие	2,5	2,3
Сотрудники розницы	22,7	38,5
Всего	19,0	33,4

Оценка и развитие персонала

Группа понимает важность и ценность своевременной обратной связи о результатах работы, текущем уровне навыков и компетенций для каждого сотрудника. Результативность сотрудников Группы оценивается в рамках ежегодной деловой оценки и аттестации персонала, где анализируется достижение индивидуальных целей и эффективность бизнеса в целом. Деловая оценка и аттестация персонала позволяют поддерживать талантливых профессионалов и создавать для них возможности для роста и развития, в том числе в ходе проведения внутренних конкурсов на открытые позиции.

Аттестация сотрудников магазинов проводится два раза в год и основана на анализе их профессионального опыта, компетенций и выполнении ежемесячных планов продаж. Более 24 000 человек проходят ежегодную аттестацию, результаты которой влияют на уровень заработной платы большинства категорий персонала. В 2020 году в связи с внешней неблагоприятной ситуацией, вызванной COVID-19, мы были вынуждены пересмотреть наш традиционный подход к процессам аттестации персонала и провели оценку ограниченного количества сотрудников розницы. В 2021 году процесс будет реализован с учетом новых форматов работы.

Ежегодная деловая оценка среди сотрудников центрального офиса и руководителей розницы (директора дивизионов, управляющие регионами, директора магазинов) охватила около 3 500 человек, или 12% от общей численности Группы, в 2020 году. Среди нововведений 2020 года – оценка по цифровым и лидерским компетенциям, а также оценка методом «360 градусов», основанная на обратной связи от коллег о действиях человека в реальных рабочих ситуациях и о проявленных им деловых качествах. Помимо оценки персонала мы также ввели дополнительные программы по формированию пула будущих руководителей розницы

Сотрудники Группы, прошедшие оценку результативности, в разбивке по категориям

Топ-менеджмент

2020 19
2019 19

Руководители

2020 503
2019 450

Директора магазинов

2020 914¹
2019 792

Специалисты/служащие

2020 2 010
2019 1 697

Сотрудники розницы

2020 1 560²
2019 24 976
Всего
2020 5 006
2019 27 934

¹ Увеличение количества директоров магазинов, прошедших оценку результативности, произошло за счет экспансии Группы в 2020 году.
² Снижение количества сотрудников розницы, прошедших аттестацию, объясняется переносом стандартного процесса аттестации в связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией в 2020 году. При этом отбор сотрудников в кадровый резерв в 2020 году прошел в полном объеме.

и обратной связи. Среди них – пилотный проект по обратной связи от команд в режиме реального времени, а также специальные программы развития, в которых приняли участие более 2 тыс. человек.

Таким образом, процедуры оценки дают возможность комплексно анализировать развитие корпоративных компетенций и эффективность сотрудников, формировать культуру обратной связи и определять кадровый резерв на управленческие позиции в офисе и рознице.

В 2020 году мы продолжили реализацию проекта «Карьера без барьеров» – программы кадрового резерва для сотрудников розницы, которые хотят работать в центральном офисе. Успешное прохождение этапов отбора позволяет попасть в кадровый резерв и дает право приоритетного рассмотрения сотрудника на открытые вакансии.

ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ И ПРИЗНАНИЕ

Группа М.Видео-Эльдорадо заботится о каждом сотруднике и предлагает конкурентоспособное вознаграждение и пакет льгот. Мы осознаем текущие вызовы и риски системы оплаты труда в секторе розничной торговли, поэтому внимательно отслеживаем справедливость и сбалансированность доходов наших сотрудников, поддерживаем открытые и прозрачные взаимоотношения с коллегами.

Конкурентоспособность и справедливость системы оплаты труда достигается за счет оценки должностей в соответствии с международной системой грейдинга по методологии Mercer. Мы ежегодно проводим пересмотр вознаграждения сотрудников на основе политики позиционирования Компании и анализа рынка труда во всех городах нашего присутствия. При этом для сотрудников IT-команд пересмотр оплаты труда проводится два раза в год ввиду высокой конкурентности рынка труда.

Для каждого уровня должности установлено соотношение постоянной и целевой переменной части дохода в соответствии с уровнем влияния на результаты бизнеса. Доля целевой переменной части в совокупном доходе увеличивается с учетом роста значимости должности для бизнеса. Фактический размер переменной части определяется на основе централизованной системы постановки, оценки и контроля ключевых показателей эффективности (КПЭ). КПЭ позволяют справедливо оценивать как индивидуальные, так и коллективные результаты работников и подразделений Группы.

В целях достижения наибольшей эффективности для работников, занятых розничными продажами, используется бонусная схема премирования, основанная на прямых процентах от продаж. Продавцы магазинов имеют возможность в режиме онлайн с помощью мобильных устройств получать информацию о размере премий.

Всем сотрудникам Группы предоставляется пакет социальных льгот, который представлен в формате «Кафетерия льгот» и включает добровольное медицинское страхование, страхование от несчастных случаев на работе, медицинские осмотры, вакцинацию, возможность посещения фитнес-клубов, а также пакет служебных льгот (компенсация транспортных расходов, расходы на мобильную связь, компенсации при переезде в другую местность в рамках политики релокации). Таким образом, каждый сотрудник может выбрать наиболее интересные и актуальные для себя льготы в рамках установленных лимитов для соответствующего уровня должности.

В Группе также действуют обширные программы нематериальной мотивации. Мы награждаем лучших работников на ежеквартальной и ежегодной основе, а также поддерживаем рейтинги, соревнования, конкурсы, направленные на повышение как личной эффективности, так и эффективности всего подразделения. Так, в 2020 году около 4 000 сотрудников стали победителями таких ежемесячных и годовых конкурсов, как «Мне не все равно», «Включай будущее», «Все дело в отношении», «Барс», «Электрум».

Благодаря комплексной системе развития и мотивации персонала Группа лидирует по показателям текучести и вовлеченности кадров среди компаний розничной торговли не только в России, но и в мире. Так, по итогам 2020 года текучесть персонала по Группе составила 30,5% против 57% в России и 45% в мире. Показатель вовлеченности составил 80% по Группе против 68% в среднем по России и миру.

В текущих реалиях Группа уделяет особое внимание здоровью, сохранению занятости и финансовой безопасности сотрудников. В связи с этим в прошлом году мы ввели меры дополнительной поддержки для персонала:



Для всех сотрудников розницы был зафиксирован стабильный ежемесячный доход, который не зависел от результатов продаж. Это было крайне актуально в период ограниченного рабочего режима ввиду сложной эпидемиологической ситуации;



Индивидуальные цели были отменены; все сотрудники перешли на общие цели Группы;



Незанятые в магазинах сотрудники имели возможность перейти на работу в другие функции – контактный центр и курьерскую доставку. Так, например, 440 продавцов стали операторами контактного центра Группы. Группа также договорилась о переходе персонала магазинов в компании-партнеры;



Все сотрудники Группы стали участниками программы страхования жизни;



Группа организовала бесплатный доступ к круглосуточной линии дистанционной медицинской помощи, оказываемой терапевтами и врачами-специалистами (телемедицина);



Сотрудники проходили бесплатное еженедельное тестирование на COVID-19;



Всем сотрудникам с подтвержденным диагнозом COVID-19 была оказана материальная помощь в 2020 году на общую сумму более 7,5 млн рублей;



Более 10 тыс. сотрудников Группы приняли участие в программах поддержки физического и психологического здоровья, а также стали участниками проекта «Неделя здоровья» – интерактивном марафоне под лозунгом «Включай здоровые привычки». Марафон включал занятия спортом онлайн, лекции по правильному питанию, работе со стрессом, а также материалы по осознанному и ответственному потреблению.

Развитие кадрового резерва

Развитие кадрового резерва позволяет управлять кадровым потенциалом, обеспечить кадровую безопасность, а также ускорить адаптацию человека к новой должности. В результате сотрудники получают ясные перспективы карьерного роста, повышается уровень их лояльности, вовлеченности и мотивации, увеличивается стремление к заданным целям.

Для сотрудников офиса, а также претендентов на дивизиональных и региональных менеджеров состав кадрового резерва определяется на основе ежегодной оценки на кадровых комитетах Группы. Первичный отбор в резерв на позиции директора и менеджера магазина происходит по принципу самовыдвижения и получения рекомендации от директора магазина. Все потенциальные участники проходят оценку компетенций и мотивации на основе платформ VCV и WebAssessment «Экопси». Для обеспечения независимой и комплексной оценки потенциала сотрудников мы также проводим оценку инструментами Korn Ferry, «РосЭксперт», TalentQ и Hogan, по результатам которой принимается решение о зачислении сотрудника в модульную программу обучения на целевую должность (Школу Руководителя).

Благодаря существующим программам и возможностям развития более 1 800 человек составляют кадровый резерв на позиции территориального и дивизионального менеджеров, директора магазина и другие руководящие роли; более 50 человек являются преемниками руководителей высшего звена в центральном офисе. Мы гордимся тем, что более 96% назначений в рознице осуществляется за счет внутреннего кадрового резерва, а почти 13 570 человек, или 48% от общей численности, получили горизонтальные или вертикальные переводы в 2020 году.

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ И ИНФОРМИРОВАНИЕ

В 2020 году, когда привычный порядок вещей менялся стремительно и неожиданно, корпоративные коммуникации и меры поддержки играли ключевую роль в обеспечении непрерывности рабочих процессов и укреплении морального духа сотрудников.

В ходе выстраивания коммуникаций мы придерживались трех ключевых принципов:

- **Скорость** – новости должны выходить оперативно, т.к. информационный повод может быстро потерять свою актуальность.
- **Регулярность** – последовательные коммуникации ассоциируются со стабильностью, которая особенно ценится людьми в период кризиса и неопределенности.
- **Прозрачность** – открытый диалог с командой помогает сохранить доверие сотрудников.

В прошлом году мы успешно запустили бизнес-коммуникации для розничного персонала, таким образом устранив изоляцию между центральным офисом и линейным персоналом магазинов. К октябрю 2020 г. конверсия в прочтение бизнес-коммуникаций составила 80%-87%, а конверсия в исполнение 65%-82% среди сотрудников магазинов М.Видео и Эльдорадо.

В 2020 году ЭМ.Life 2.0 была признана лучшей коммуникационно-сервисной экосистемой в России по версии Russian Intranet Awards и одной из лучших в мире по версии Intranet and Digital Workplace Awards (Лондон-Сидней).

После интеграции М.Видео и Эльдорадо в 2019 году мы создали принципиально новое решение, ЭМ.Life 2.0, которое эффективно транслирует стратегию Группы и объединяет сотрудников по всей России с первого дня их работы. В 2020 году ЭМ.Life 2.0 была признана лучшей коммуникационно-сервисной экосистемой в России по версии Russian Intranet Awards и одной из лучших в мире по версии Intranet and Digital Workplace Awards STEP TWO.

В период COVID-19 мы были одними из первых, кто перевел сотрудников центрального офиса на дистанционный режим работы. Гибкая инфраструктура Группы позволила организовать полноценные рабочие места вне офиса в кратчайшие сроки и без потери эффективности. Цифровое рабочее пространство сотрудника образуют сервисы обучения и развития (ЭМ.Study), кадрового администрирования и цифрового подбора персонала, самообслуживания, командной коллаборации и электронного документооборота. Цифровые инструменты организации труда и продаж в магазинах – Instore Operations и приложение продавца – в сумме образуют единую цифровую экосистему.

Во время пандемии новой коронавирусной инфекции интранет Группы стал ключевым источником информации и консолидации внимания персонала. Сегодня этот канал коммуникации ежедневно посещает от 6 до 10 тыс. человек, включая сотрудников наших партнеров и бывших сотрудников Группы, которые входят в цифровой Alumni Club.

«Заяви о себе!»



В 2020 году Группа подтвердила свое лидерство в ритейле, организовав первый в России конкурс для продавцов БТиЭ «Заяви о себе!». Цель проекта – укрепить и повысить престиж профессии продавца, поддержать сотрудников, которые, несмотря на сложную эпидемиологическую обстановку, помогают людям с выбором необходимой техники. В конкурсе приняли участие 3 500 продавцов БТиЭ из 50+ сетей, имена победителей анонсировали на гала-концерте Digital Show. Также в рамках конкурса был зафиксирован рекорд в книге «Рекорды России» по показателю **«Наибольшее количество зарегистрированных продавцов в онлайн-магазине в рамках одного мероприятия в России».**



В период пандемии мы реализовали комплекс инициатив для поддержания вовлеченности и адаптации сотрудников к новой реальности и процессам:

- Регулярное информирование о главных новостях в Группе, России и мире посредством дополнительных рассылок, бюллетеней и дайджестов;
- Онлайн мастер-классы от сотрудников и для сотрудников: тренировки, кулинарные шоу, лайфхаки, рандомные кофе. Материалы по финансовой грамотности в период экономической неопределенности, а также тренинги и консультации с психологами, направленные на поддержку удаленной работы, в т.ч. для сотрудников с детьми;
- Мониторинг вовлеченности и здоровья в команде: ежемесячные пульс-опросы с привязкой к главным инфоповодам. Еженедельные опросы в стиле «покажи свое удаленное рабочее место», «что я сделаю первым, когда все закончится», расширенные пульс-опросы и т.д.;
- 16 крупных корпоративных мероприятий в режиме онлайн, включая 12 дивизионных конференций и 8 больших розничных событий, одно масштабное роуд-шоу и две конференции для лучших продавцов. Мы рассказывали о наших достижениях и планах на будущее, награждали лучших сотрудников, а также демонстрировали новинки в области бытовой техники и электроники и развивали новые навыки.
- Мы организовали дополнительные меры поддержки для сотрудников розничных, сервисных и логистических подразделений, которые весь год продолжали работать на передовой:
- Запустили информационные кампании и флешмобы в соцсетях и интранете с хештегом #ВМЕСТЕ и #ЯВЫБИРАЮ в знак солидарности с сотрудниками на передовой;
- Реализовали новые тренинговые программы, направленные на развитие универсальных компетенций;
- Информировали о возможностях перепрофилирования и трудоустройства в компаниях-партнерах.

Группа продолжает развивать корпоративные аккаунты в ведущих социальных медиа, популярных в России: «ВКонтакте» и Instagram. В 2020 году мы рассказывали о себе в digital-каналах: на наших карьерных страницах, карьерном сайте и профильных медиаресурсах, чтобы показывать текущим и будущим сотрудникам о жизни в Группе и работе наших коллег в разных регионах. По итогам 2020 года суммарный охват корпоративных сообществ в социальных сетях удвоился и составил более 2,3 млн пользователей: Instagram – 616 956, vk – 1 289 180, facebook – 210 000, habr – 180 000. При этом суммарный трафик из сообществ на сайт с вакансиями составил свыше 20 тыс. переходов, что в 1,5 раза превышает аналогичный показатель 2019 года.

Группа М.Видео-Эльдорадо также активно поддерживает корпоративное волонтерство. Мы понимаем важность развития локальных сообществ и поощряем стремление наших сотрудников менять мир вокруг нас к лучшему.

«Бегу за улыбкой!»



5 сентября 2020 года Группа запустила VI Всероссийский благотворительный забег «Бегу за улыбкой!», направленный на помощь малышам, ожидающим челюстно-лицевую операцию в рамках программы «Красивые дети». Огромная, подчас неподъемная сумка для их семей складывается из благотворительных регистрационных взносов участников забега. По традиции мы проводим осенние благотворительные забеги, объединяя сотрудников из разных городов на совместных пробежках. Однако 2020 год внес свои коррективы в привычный формат проведения акции: впервые благотворительный забег был открыт для всех желающих и проходил в небольших командах с соблюдением социальной дистанции. В нем приняли участие 5 558 участников из 212 городов; общая сумма сборов составила почти 1,5 млн рублей, которые помогли подарить улыбку 10 детям!

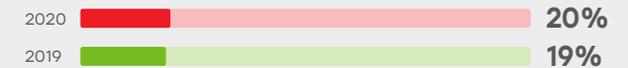
Сегодня волонтерское движение Группы насчитывает около 5,5 тыс. человек. Наши сотрудники высаживают деревья, занимаются уборкой и обустройством заповедных территорий, участвуют в благотворительных забегах и помогают детям, пожилым людям и ветеранам, а также поддерживают приюты для животных, тем самым внося вклад в достижение ЦУР 3 Здоровый образ жизни и ЦУР 17 Партнерство в интересах устойчивого развития.

Сотрудники Группы, принявшие участие в волонтерских инициативах

Количество волонтеров среди сотрудников Группы



Доля сотрудников-волонтеров в численности сотрудников Группы



КЛУБ БЫВШИХ СОТРУДНИКОВ

В 2020 году мы запустили Alumni Club для карьерного консультирования и поддержки ранее работавших в Группе М.Видео-Эльдорадо сотрудников. Нам не все равно, как складываются их карьеры и судьбы, поэтому специально для них мы организовали закрытый курс «Анти-кризис: особенности построения карьеры», который был направлен на стратегии поиска работы в нестабильное время. Более 500 человек получили возможность узнать о принципах построения карьеры в период неопределенности, о возможностях развития в фриланс-профессиях, а также о растущем спросе на специалистов в digital-сфере. Мы также поделились практическими советами по подготовке к собеседованию, оформлению резюме и сопроводительного письма.



DIGITAL SHOW 2020

- Ежегодно Группа М.Видео-Эльдорадо проводит масштабную выставку, на которой наши партнеры презентуют новинки бытовой техники и электроники нашим лучшим продавцам-консультантам. В 2020 году мы столкнулись с вызовом – сохранить традицию проведения этого мероприятия, реализовав его полностью в онлайн-формате.
- В результате мы реализовали уникальную двухнедельную интерактивную выставку в режиме MMOG (Massively Multiplayer Online Game) – DIGITAL SHOW 2020, объединившую на площадке в 30 000 виртуальных квадратных метров 25 000 сотрудников и 27 партнеров Группы. В рамках выставки был создан специальный виртуальный Экспоцентр. Главным его «помещением» стали общее онлайн-пространство, обучающий центр, выставка с 27 стендами вендоров и особой зоной, где все участники могли общаться.
- DIGITAL SHOW 2020 посетили более 25 000 сотрудников Группы, которые проходили обучение по новым продуктам и участвовали в геймификационных механиках с возможностью накопления баллов и обмена их на призы от партнеров. Для каждого участника был создан именной аватар,

который передвигался между виртуальными студиями, общался с представителями вендоров, экспертами, руководством Группы и даже появлялся на сцене во время церемонии награждения лучших продавцов брендов.

- Мероприятие позволило вовлечь розничные команды М.Видео и Эльдорадо в технологические процессы онлайн-ритейла, провести детальное знакомство с новинками техники 2020–2021 года, а также сохранить вовлеченность сотрудников в условиях пандемии и связанного с ней информационного вакуума. В результате наши продавцы получили заряд мотивации перед высоким сезоном продаж и расширили экспертизу по новинкам бытовой техники и электроники.
- DIGITAL SHOW 2020 завершилось гала-концертом с прямой трансляцией в онлайн-кинотеатре Окко, благодаря которой вся страна узнала имена лучших продавцов БТИЭ в России.
- В настоящее время платформа DIGITAL SHOW используется для обучения персонала: мы создаем интерактивную обучающую среду и планируем развивать ее как единую экосистему вместе с нашими партнерами.

ЗДОРОВЬЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Мы несем ответственность за безопасные и комфортные условия для более чем 28 тыс. сотрудников, более 220 млн покупателей и более 300 партнеров Группы. Мы придерживаемся политики нулевой терпимости к нарушению правил безопасности и невнимательному отношению к жизни и здоровью людей.

В 2020 году мы усилили меры по охране труда и безопасности и запустили комплекс дополнительных мероприятий, направленных на защиту жизни и здоровья людей в соответствии с **ЦУР 3 Хорошее здоровье и благополучие** и **ЦУР 8 Достойная работа и экономический рост**. Мы действуем в соответствии с федеральными и локальными нормативно-правовыми требованиями, запуская дополнительные меры по сохранению здоровья сотрудников и покупателей. Сотрудники магазинов всегда носят средства индивидуальной защиты (СИЗ), регулярно измеряют температуру, обрабатывают руки антисептическими средствами. Во всех помещениях регулярно проводится дополнительная уборка и санитарная обработка, в том числе выставленных образцов техники. Все магазины обеспечены рециркуляторами для обеззараживания воздуха, а в зоне касс нанесена специальная разметка для соблюдения социальной дистанции, также установлены защитные экраны. В дополнение к перечисленным мерам мы разработали визуальную коммуникацию и аудиосообщения, которые акцентируют внимание клиентов на необходимости соблюдать установленные меры, дают рекомендации по безопасному поведению в магазинах и другие важные сообщения.

Охват системы управления охраны труда и окружающей среды¹

	2019	2020
Доля сотрудников, охваченных системой управления охраной труда	100%	100%
Количество сотрудников, охваченных системой управления охраной труда	28 490	28 364
Всего рабочих мест, подлежащих специальной оценке условий труда (СОУТ)	18 600	16 900 ²
Количество рабочих мест, прошедших СОУТ	9 963	1 690
из них отнесены к 1 классу	714	66
из них отнесены к 2 классу	8 211	1 350
из них отнесены к 3 классу	1 038	274
из них отнесены к 4 классу	—	—

¹ Данные по сотрудникам Группы. По подрядчикам данные не ведутся в таком разрезе

² Уменьшение количества рабочих мест произошло в результате проведенной универсализации рабочих мест в розничных магазинах Группы.

Обучение в области охраны здоровья и безопасности труда

Обучение персонала – важный инструмент для информирования специалистов и руководителей об опасностях и средствах управления рисками на рабочем месте. Дополнительной задачей обучения является предоставление сотрудникам более глубокого понимания законодательных требований и наилучших практик в области охраны здоровья и безопасности труда, чтобы они также могли вносить вклад в развитие высокой культуры безопасности в Группе.

В 2020 году 95% сотрудников прошли обязательные тренинги по охране труда и безопасности на рабочем месте, в том числе по мерам, препятствующим распространению коронавирусной инфекции. Все руководители магазинов и члены комиссий по проверке знаний в сфере охраны труда и работы на высоте у сотрудников магазинов и складов регулярно проходят обязательное (первичное при приеме на работу и повторное через три года) обучение в учебных центрах.

Охват обучения в области охраны здоровья и безопасности труда (количество работников, прошедших обучение)

	2019	2020
Обучение в области безопасности и охраны труда	2 139	1 608
Обучение по охране труда при работе на высоте	2 997	3 222
Обучение в области электробезопасности	1 012	1 450
Обучение в области промышленной безопасности	570	1 707
Обучение в области пожарной безопасности	220	321
Обязательная проверка знаний работников	26 351	26 756

Травматизм и заболеваемость

В 2020 году в Группе были зафиксированы 12 травм сотрудников с потерей рабочего времени, связанных с деятельностью Компании, 12 случаев с оказанием медицинской помощи и ноль смертельных случаев. Травматизма среди подрядчиков, связанного с деятельностью Группы, зафиксировано не было. Также не было несчастных случаев среди сотрудников в результате профессиональных заболеваний с потерей рабочего времени, а также несчастных случаев со смертельным исходом в результате профессиональных заболеваний¹.

Анализ производственного травматизма по типу в 2019–2020 гг.



Коэффициенты травматизма

	2019	2020
Коэффициент несчастных случаев со смертельным исходом (FAR) ²	0	0
Коэффициент травматизма с потерей рабочего времени (LTIR) ³	0,20	0,23
Общий регистрируемый коэффициент травматизма (TRIR) ⁴	0,41	0,47
Коэффициент частоты травматизма ⁵	0,39	0,42

Травмы и случаи с оказанием медицинской помощи

	2019	2020
Общее количество смертельных случаев, связанных с деятельностью Группы	0	0
Общее количество травм с потерей рабочего времени, связанных с деятельностью Группы (не включая смертельные случаи)	11	11
Общее количество случаев с оказанием медицинской помощи ⁶	11	12
Количество потерянных дней трудоспособности в результате несчастных случаев	682	627

¹ В годовом отчете за 2019 год допущена опечатка: по состоянию на 31.12.2019 было зафиксировано 11 случаев производственного травматизма.
² FAR – число смертельных случаев на производстве на 1 млн рабочих часов (человек-часов).
³ LTIR – число травм на производстве с потерей рабочего времени на 1 млн рабочих часов (человек-часов).
⁴ TRIR – число общих травм, которые включают в себя смертельные случаи, несчастные случаи, с потерей рабочего времени и случаи оказания медицинской помощи на 1 млн рабочих часов (человек-часов).
⁵ Число травм на производстве с потерей рабочего времени на 1 000 сотрудников.
⁶ Не являются достаточно серьезными, чтобы быть зарегистрированными как случаи с потерей рабочего времени, но являются более серьезными, чем просто случаи оказания первой медицинской помощи.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Благотворительность – неотъемлемая часть корпоративной культуры Группы М.Видео-Эльдорадо. Системная профессиональная помощь, не только помогает решать актуальные задачи, но и положительно влияет на ментальное и психологическое здоровье людей, которые принимают в ней участие.

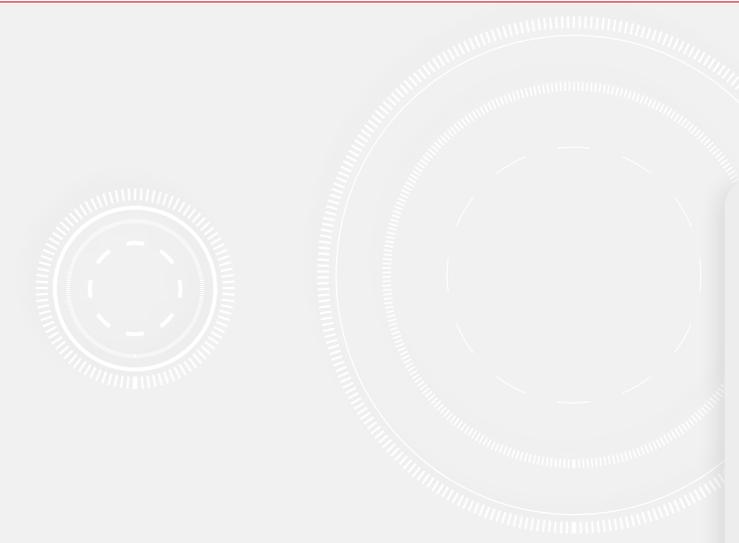
Ключевыми направлениями благотворительности Группы являются помощь детям в оплате дорогостоящего лечения (**ЦУР 3 Хорошее здоровье и благополучие**), помощь людям в сложных жизненных ситуациях (**ЦУР 17 Партнерство в интересах устойчивого развития**), а также сохранение окружающей среды. При этом, начиная с марта 2020 года, мы гибко реагировали на изменения ситуации в стране и сфокусировались на следующих направлениях социальной помощи:

- 1 Поддержка наиболее уязвимых категорий населения в связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой: мы помогли врачам и пожилым людям в регионах России;
- 2 Помощь сотрудникам и их семьям, оказавшимся в сложной ситуации из-за COVID-19.

При этом нам было очень важно продолжать работы по своим традиционным направлениям благотворительности, которые реализуются через корпоративные фонды Группы: «Красивые дети в красивом мире» и «Наша инициатива».

Объем социальных инвестиций в 2019–2020 гг.

	2019	2020
Расходы на благотворительную деятельность, в т.ч. по направлениям, млн руб.:	65,5	40,1
Фонд «Красивые дети в красивом мире», в т.ч.	31,8	27,5
Программа «Красивые дети»	23,1	18,7
Программа «Красивый мир»	8,6	8,8
Фонд «Наша инициатива», в т.ч.	33,8	12,6
Программа «Растем вместе»	3,8	1,5
Программа «Мир подростка»	5,5	1,0
Программа «Профессии XXI века»	3,2	0,5
Программа «Ветеран»	0,4	0,1
Программа «Содружество»	19,6	9,1
Прочее	1,3	0,4



«Красивые дети в красивом мире»

Дети и окружающая природа – это то, с чем мы живем и от чего зависим, чем дорожим, – это наши общие непреходящие ценности. В 2013 году Группа учредила фонд «Красивые дети в красивом мире» для достижения следующих целей:

- улучшение здоровья и качества жизни: фонд оказывает поддержку семьям, нуждающимся в помощи по лечению, реабилитации и социальной адаптации детей с челюстно-лицевыми патологиями;
- сохранение: фонд помогает заповедникам и национальным паркам реализовать проекты, направленные на сохранение природного и культурного наследия России;
- просвещение и вовлечение: фонд рассказывает о ценности заповедных территорий России, прививает чувство гордости за уникальную природу страны и желание участвовать в ее сохранении.

В 2020 году фонд продолжил реализацию двух благотворительных программ «Красивые дети» и «Красивый мир», активно привлекая внешние финансовые ресурсы и вовлекая волонтеров. За 2020 год было собрано 38,2 миллиона рублей, при этом 78% пожертвований были сделаны от Группы и ее клиентов. Всего с момента запуска программ фонд реализовал 53 природоохранных проекта на 21 заповедной территории, подарил 1 097 улыбок¹ и оказал помощь 731 малышу.

Всего с момента запуска программ
фонд реализовал 53 природоохранных проекта
на 21 заповедной территории, подарил
1 097 улыбок¹ и оказал помощь 731 малышу.

¹ УЛЫБКА = 1 ОПЕРАЦИЯ ИЛИ ИНОЙ ЭТАП ЛЕЧЕНИЯ.

«Красивые дети»

Организационная и финансовая помощь в проведении лечения детям с врожденными проблемами в челюстно-лицевой области. Если их не решить вовремя, страдает не только здоровье и физическое развитие ребенка, но и вся его дальнейшая жизнь складывается по негативному сценарию. Многоэтапное лечение патологий позволяет восстановить функции речи, вернуть эстетичный вид носу и губам, обеспечить нормальное развитие лицевого скелета ребенка.

«Красивый мир»

🎯 Задача

Сохранение природы России – природы, которую мы любим, которой гордимся и которую хотим передать нашим детям. Фокус усилий направлен на поддержку «эталонов» природы – российских заповедников и национальных парков.

✅ Результаты 2020 года

Фонд подарил улыбки 147 детям, при этом 64% детей получили поддержку впервые, а 85% оказанной помощи составило хирургическое лечение челюстно-лицевых патологий.

В процессе реализации проекты:

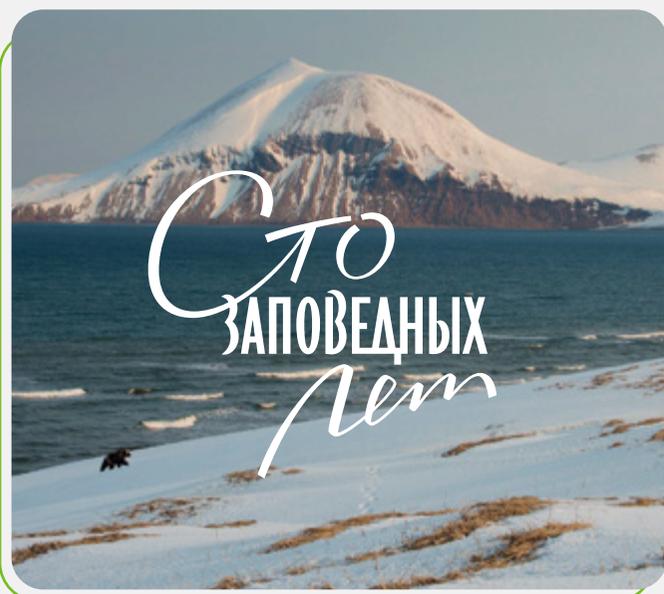
- «Возвращение северного оленя», заповедник «Керженский»
- «Степные острова – дом для сурка», заповедник «Приволжская лесостепь»
- «Первозданные леса России»
- «Манул – знать и сопереживать, чтобы сохранить», Даурский заповедник

Завершены проекты:

- «Центр реабилитации диких птиц и животных», заповедник «Кузнецкий Алатау»
- «Восстанавливаем леса – возвращаем зубров», национальный парк «Угра»
- «Из прудовой колыбели в Валдайские озера», национальный парк «Валдайский»
- «Сохраним заповедный мир Алтаея», Байкальский заповедник Заказник «Алтаецкий»
- «Камчатка. Рассказ в лисах», Кроноцкий заповедник

«Сто заповедных лет»

В 2021 году издательство «МИФ» выпустило книгу «Сто заповедных лет» при поддержке Группы и фонда. Это итог четырехлетней (2013–2016 гг.) трансроссийской фотоэкспедиции, которая была посвящена 100-летию заповедной системы России. Автор, известный фотограф-натуралист Игорь Шпиленок, проехал на автофургоне 60 000 километров и посетил более 50 заповедников и национальных парков, снимая ту природу, которую им удалось сохранить. Его машина побывала на берегах Берингова и Охотского моря, на вулканических плато Камчатки, проехала Приморье, Приамурье, Байкал, бескрайнюю Сибирь, побывала на Южном и Северном Урале, Белом море. Отчисления с каждой проданной книги пойдут в фонд «Красивые дети в красивом мире».



«Добрые игрушки»

Акция «Добрые игрушки» позволяет каждому покупателю почувствовать себя волшебником и совершить новогоднее чудо: подарить улыбку ребенку с челюстно-лицевой патологией или помочь в сохранении заповедной природы. Все, что для этого нужно, – добавить на кассе к своей покупке добрую игрушку за 50 руб. в магазинах М.Видео и Эльдorado. Благодаря активному участию наших неравнодушных покупателей в 2020 году мы продали 239 272 игрушки «Шар добра» и «Подари новогоднее чудо», собрав 11 954 194 рубля. Этой суммы хватит на финансирование 76 операций детям с челюстно-лицевой патологией в рамках программы «Красивые дети».

Подробнее о проектах можно узнать на сайте фонда «Красивые дети в красивом мире» www.detipiroda.ru

«Наша инициатива»

Благотворительный фонд «Наша инициатива», созданный в 2005 году, является экономическим механизмом реализации социальных программ и проектов Группы М.Видео-Эльдorado. В 2020 году мы были сфокусированы на социальной помощи врачам и больницам, а также наиболее уязвимой категории населения – пожилым людям.

46,2%

ЗАТРАТЫ НА ПОМОЩЬ ДЕТЯМ И ПОДРОСТКАМ В 2020 ГОДУ ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ РАСХОДОВ

53,8%

СРЕДСТВ БЫЛИ ИНВЕСТИРОВАНЫ В ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ ВЗРОСЛЫХ

Программа «Растем вместе» направлена на поддержку детей от рождения до четырех лет, находящихся на полном государственном обеспечении. Мероприятия программы способствуют улучшению медицинской, педагогической и социальной помощи детям, а также оказывают помощь в усыновлении малышей. В 2020 году мы оказали помощь 73 учреждениям.

Программа «Мир подростка» направлена на социализацию воспитанников детских домов, школ-интернатов, центров содействия семейному воспитанию и социальных центров для несовершеннолетних в возрасте от 5 до 18 лет. В 2020 году помощь получили 34 учреждения.

Программа «Профессии XXI века» призвана оказывать содействие федеральным государственным общеобразовательным учреждениям в подготовке всесторонне образованных и патриотически настроенных граждан и поддерживает детей и молодежь в возрасте от 10 до 18 лет, получающих образование в кадетских корпусах, суворовских военных училищах, а также в Нахимовском военноморском и Московском военно-музыкальном училищах Министерства обороны Российской Федерации. В 2020 году программой были охвачены 14 учреждений.

Программа «Ветеран» направлена на поддержку ветеранов Великой Отечественной войны, а также семей, чьи кормильцы являлись участниками боевых действий и погибли при исполнении служебного долга. Данная программа реализуется в содружестве с межрегиональными общественными организациями ветеранов – участников военных парадов на Красной площади 7 ноября 1941 и 24 июня 1945 годов. В 2020 году мы помогли 61 ветерану и 3 семьям.

Программа «Содружество» предусматривает партнерские благотворительные проекты с другими некоммерческими, коммерческими и государственными организациями. В 2020 году в рамках программы были реализованы следующие проекты:

- «Счастливый ребенок – здоровый ребенок»;
- совместный проект с Благотворительным фондом возрождения культуры и традиций малых городов Руси;
- акция «Чрезвычайные ситуации»;
- помощь больницам при COVID – 19 в Москве, Краснодарском крае и Самарской области;
- совместный проект с Благотворительным фондом «Старость в радость» для пенсионеров в 17 регионах РФ.

ПОКУПАТЕЛИ И ТЕХНОЛОГИИ

ЦЕЛИ ГРУППЫ



В рамках стратегии устойчивого развития мы приняли следующие обязательства по направлению Покупатели и технологии:

Только коллективные действия в области устойчивого развития могут принести системный прогресс в нашем секторе. Мы верим в справедливую и инклюзивную экономику, поэтому работаем над повышением доступности наших магазинов, сайтов и товаров для всех. Объединяясь с партнерами в соответствии с **ЦУР 17** **Партнерство в интересах устойчивого развития** и используя передовые технологии, мы помогаем поддерживать сообщества, защищать окружающую среду и повышать благополучие людей в сферах, где имеем наибольшее влияние.

Технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни. Они способствуют повышению уровня жизни, облегчают многие задачи и обеспечивают другие блага для людей. Мы убеждены, что при осознанном подходе технологии помогают решать глобальные проблемы человечества, такие как минимизация экологического следа, повышение доступности среды и обеспечение безопасности данных.

Доступность среды

- 🕒 Долгосрочные цели до 2025 года
 - **100% интернет- и офлайн магазинов** Группы доступны для людей с инвалидностью
- ✅ Результаты 2020 года
 - Проведен **анализ работы сайтов и приложений** брендов М.видео и Эльдорадо с точки зрения доступности для людей с инвалидностью

Безопасность данных

- 🕒 Долгосрочные цели до 2025 года
 - **100% сотрудников** проходят ежегодное обучение по работе с персональными данными и навыкам информационной безопасности
- ✅ Результаты 2020 года
 - В течение года мы запустили специальный **обучающий раздел об информационной безопасности** и расширили обучающую программу по направлению

Продвижение товаров для осознанного потребления и экологичного образа жизни

- 🕒 Долгосрочные цели до 2025 года
 - **20% выручки** формируется за счет товаров, способствующих ведению здорового и экологичного образа жизни
- ✅ Результаты 2020 года
 - **Запущен пилот** по оценке товарных категорий по экологическим критериям

ТЕКУЩИЕ ИНИЦИАТИВЫ ГРУППЫ

Доступность среды

11 миллионов людей живут сегодня с инвалидностью в России¹. Наша задача – обеспечить равный доступ к товарам и сервисам для всех вне зависимости от того, как человек видит или передвигается в соответствии с **ЦУР 10 Уменьшение неравенства**. Мы развиваем направление доступной среды, чтобы ни один покупатель не чувствовал себя ущемленным.

Сегодня оба бренда Группы работают над построением бесшовного покупательского пути, однако мы видим возможности для повышения доступности и удобства наших сервисов для разных категорий людей. Мы проанализировали работу сайтов и приложений брендов с точки зрения доступной среды, и на основе данных анализа вносим корректировки в их работу. Следующий шаг – обучение сотрудников в магазинах и колл-центрах культуре корректного общения на всех этапах покупательского пути и планомерная работа над физической доступностью всех магазинов сетей. Эти инициативы позволят сделать шоппинг приятным для людей с различными потребностями и особенностями.

Безопасность данных

Мы считаем приватность персональных данных и кибербезопасность важнейшими атрибутами покупательского опыта. Именно поэтому мы внедряем современные технологии в области информационной безопасности, чтобы минимизировать вероятность нарушения конфиденциальности наших сотрудников и покупателей. В рамках этой работы мы придерживаемся требований, изложенных в Политике информационной безопасности, Положении о конфиденциальной информации и Политики в отношении обработки персональных данных, где зафиксированы основные принципы нашей работы в этом направлении.

Наши сотрудники и сотрудники партнеров должны быть амбассадорами кибербезопасности для покупателей. Для этого мы совершенствуем наши системы и запускаем обучающие курсы по безопасности персональных данных и работе с данными для сотрудников. Это поможет нам усилить подход к безопасности, используя несколько уровней защиты и снижая риски отказа отдельных инструментов управления. Так, в 2020 году мы запустили специальную рубрику, посвященную информационной безопасности, Security tips, на нашем внутреннем портале EM.Life и говорили с сотрудниками на такие темы, как:

- Базовые правила информационной безопасности;
- Обработка и защита персональных данных;
- Рецепты безопасности высокого сезона;
- Защита персональных устройств;
- Антивирусная защита;
- Парольная политика;
- Политика чистого стола.

Ключевыми метриками в этом направлении станут отсутствие утечек данных, а также 100% покрытие сотрудников обучением о правилах работы с персональными данными. В 2020 году на нашем портале были доступны следующие курсы, посвященные информационной безопасности: «Основы информационной безопасности», «Социальная инженерия и защита от фишинга», «Работа с персональными данными», «Коммерческая тайна», «Безопасность удаленного доступа», «Защита устройств и облаков». В 2021 году мы планируем запустить новые учебные курсы по использованию сервисов безопасности Группы. Так, в марте выходит курс о двухфакторной аутентификации, а также готовятся к запуску комплексные мероприятия по развитию безопасности при разработке собственного программного обеспечения и развитии продуктов Группы.

Продвижение товаров для осознанного и экологичного образа жизни

Мы уверены, что культура осознанного потребления начинается с осмысленного выбора товаров. Поэтому уже в 2021 году мы запускаем прозрачный механизм выбора товаров с меньшим экологическим влиянием (**ЦУР 12 Ответственное потребление и производство** и **ЦУР 13 Борьба с изменением климата**), а также товаров, помогающих вести здоровый образ жизни (**ЦУР 3 Хорошее здоровье и благополучие**).

В настоящее время мы работаем над руководством, которое позволит покупателям проще ориентироваться в характеристиках товаров, способствующим сокращению углеродного следа и ведению более экологичного образа жизни. Наиболее приоритетными направлениями работы мы считаем:



Снижение энергопотребления

В рамках глобальных усилий по снижению выбросов парниковых газов и в соответствии с Парижским соглашением сокращение энергопотребления устройств, используемых в домашних условиях и в организациях играет важную роль. Задача Группы – делать эти характеристики нагляднее и рассказывать об их преимуществах покупателям.



Сокращение отходов

Переход к экономике замкнутого цикла – важная опора устойчивого роста. Наш сектор является важной отраслью экономики для снижения негативного воздействия на климат и окружающую среду в целом. Еще одним столпом сокращения отходов является долговечность продукции – изделия, которые остаются в эксплуатации как можно дольше и могут быть отремонтированы, снижают влияние добычи природных ресурсов, этапов производства и потребления на окружающую среду.



Сокращение использования воды

В 2010 году ООН признала право на доступ к достаточному количеству воды для личных и бытовых нужд, которая бы соответствовала критериям безопасности и доступности. Нагрузка на запасы пресной воды постоянно возрастает из-за увеличения численности населения, загрязнения окружающей среды, а также растущих потребностей производственного и сельскохозяйственного секторов. Сокращение ненужного использования воды и продвижение более эффективных с точки зрения воды устройств и приборов могут способствовать достижению этой цели. Это особенно актуально для категорий бытовой техники.



Вопросы здоровья и благополучия

Решение вопросов, связанных со здоровьем и благополучием, в том числе за счет снижения потенциальной токсичности товаров. В последние годы все больше внимания уделяется разработке товаров, исключающих содержание токсичных для человека и окружающей среды веществ. Работа в этом направлении ведется в отношении различных элементов и веществ: от состава чистящих средств и тяжелых металлов в электронике до добавок в пластмассах.



Ответственный выбор поставщиков

Повышение прозрачности цепочек поставок ключевых материалов – важный фактор выбора их поставщиков. Практика поиска металлов, которые необходимы для производства электроники, изучается с точки зрения потенциального финансирования конфликтов, плохих условий труда, связанных с ними проблем с правами человека и их потенциального нарушения в будущем.

Тема устойчивого развития – важная составляющая ценностного предложения обоих брендов. Мы продолжим развивать экологические и социальные инициативы, направленные на потребителей, привлекая вендоров и внешних партнеров. Мы видим живой интерес к сервисам и товарам, помогающим вести более экологичный образ жизни среди аудитории. Группа планирует довести долю товаров, способствующих ведению здорового и экологичного образа жизни, до 20% от выручки в денежном эквиваленте.

¹ Источник: Численность инвалидов по причинам инвалидности в разрезе субъектов РФ, Федеральный реестр инвалидов на 01.01.2021 г.

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

За год, закончившийся
31 декабря 2020 года

ЗАЯВЛЕНИЕ РУКОВОДСТВА

Об ответственности за подготовку и утверждение консолидированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2020 года

Руководство несет ответственность за подготовку консолидированной финансовой отчетности, достоверно отражающей консолидированное финансовое положение ПАО «М.видео» («Компания») и дочерних компаний («Группа») по состоянию на 31 декабря 2020 года, а также консолидированные результаты деятельности Группы, движение денежных средств и изменения в капитале за год, закончившийся на указанную дату, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности, выпущенными Советом по Международным стандартам финансовой отчетности («МСФО»).

При подготовке консолидированной финансовой отчетности руководство несет ответственность за:

- обеспечение правильного выбора и применение принципов учетной политики;
- представление информации, в т.ч. данных об учетной политике, в форме, обеспечивающей уместность, достоверность, сопоставимость и понятность такой информации;
- раскрытие дополнительной информации в случаях, когда выполнения требований МСФО оказывается недостаточно для понимания пользователями отчетности того воздействия, которое те или иные сделки, а также прочие события или условия оказывают на консолидированное финансовое положение и консолидированные финансовые результаты деятельности Группы;
- оценку способности Группы продолжать деятельность в обозримом будущем.

Руководство также несет ответственность за:

- разработку, внедрение и поддержание эффективной и надежной системы внутреннего контроля во всех компаниях Группы;
- ведение учета в форме, позволяющей раскрыть и объяснить сделки Группы, а также предоставить на любую дату информацию достаточной точности о консолидированном финансовом положении Группы и обеспечить соответствие консолидированной финансовой отчетности требованиям МСФО;
- ведение бухгалтерского учета в соответствии с законодательством и стандартами бухгалтерского учета Российской Федерации;
- принятие всех разумно возможных мер по обеспечению сохранности активов Группы; и выявление и предотвращение фактов мошенничества и прочих злоупотреблений.

Консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, была утверждена 3 марта 2021 года.

А. Изосимов

Генеральный директор



Е. Соколова

Финансовый директор



АУДИТОРСКОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ НЕЗАВИСИМОГО АУДИТОРА

Акционерам и Совету Директоров Публичного акционерного общества «М.видео»

Мнение

Мы провели аудит консолидированной финансовой отчетности Публичного акционерного общества «М.видео» и его дочерних организаций («Группа»), состоящей из консолидированного отчета о финансовом положении по состоянию на 31 декабря 2020 года, консолидированного отчета о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе, консолидированного отчета об изменениях в капитале и консолидированного отчета о движении денежных средств за год, закончившийся на эту дату, а также примечаний 1-36 к консолидированной финансовой отчетности, включая краткий обзор основных положений учетной политики.

- По нашему мнению, прилагаемая консолидированная финансовая отчетность отражает достоверно во всех существенных отношениях консолидированное финансовое положение Группы по состоянию на 31 декабря 2020 года, а также ее консолидированные финансовые результаты и консолидированное движение денежных средств за год, закончившийся на эту дату, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности, выпущенными Советом по Международным стандартам финансовой отчетности («МСФО»).

Основание для выражения мнения

Мы провели аудит в соответствии с Международными стандартами аудита («МСА»). Наша ответственность согласно указанным стандартам далее раскрывается в разделе «**Ответственность аудитора за аудит консолидированной финансовой отчетности**» нашего заключения. Мы независимы по отношению к Группе в соответствии с Кодексом этики профессиональных бухгалтеров Совета по международным стандартам этики для бухгалтеров («Кодекс») и этическими требованиями, применимыми к нашему аудиту консолидированной финансовой отчетности в Российской Федерации, и нами выполнены прочие этические обязанности в соответствии с этими требованиями и Кодексом. Мы полагаем, что полученные нами аудиторские доказательства являются достаточными и надлежащими, чтобы служить основанием для выражения нашего мнения.

Ключевые вопросы аудита

Ключевые вопросы аудита – это вопросы, которые, согласно нашему профессиональному суждению, являлись наиболее значимыми для нашего аудита консолидированной финансовой отчетности за текущий период. Эти вопросы были рассмотрены в контексте нашего аудита консолидированной финансовой отчетности в целом и при формировании нашего мнения об этой отчетности, и мы не выражаем отдельного мнения по этим вопросам.

Почему мы считаем вопрос ключевым для аудита?

Что было сделано в ходе аудита?

ПРИЗНАНИЕ БОНУСОВ ПОСТАВЩИКОВ

Группа получает различные виды компенсаций и бонусов от поставщиков (далее «бонусы поставщиков»).

Мы полагаем, что данный вопрос является ключевым вопросом аудита, так как требуется суждение для определения:

- коммерческой сущности бонусов, получаемых Группой от поставщиков;
- момента выполнения Группой своих обязательств перед поставщиками;
- их классификации в качестве уменьшающих себестоимость реализации или другие статьи затрат и периода, в котором полученные бонусы должны уменьшить соответствующие статьи.

Для этого необходимо глубокое понимание договорных условий, а также наличие полной и точной первичной документации. Разнообразие договорных условий с поставщиками и видов бонусов, получаемых Группой, означает, что данная область учета является сложной и может приводить к потенциальным ошибкам в первичной документации и связанных с бонусами поставщиков расчетах.

Учетная политика Группы, применяемая в отношении бонусов поставщиков, приведена в Примечании 3. Информация о суждениях руководства, применяемых в ходе оценки сумм бонусов к признанию, раскрыта в Примечании 5.

В ходе аудита мы:

- Получили понимание внутренних процессов и контролей Группы в области учета бонусов поставщиков и оценили, насколько признание бонусов поставщиков соответствует учетной политике Группы и МСФО;
- Проанализировали коммерческую сущность бонусов поставщиков посредством выборочного анализа договоров с поставщиками, первичной документации, подтверждающей право Группы на получение бонусов от поставщиков, и прочей подтверждающей документации;
- На выборочной основе запросили внешние подтверждения от поставщиков, чтобы убедиться, что суммы признанных бонусов поставщиков, а также остатков задолженности на конец отчетного года являются точными и полными. Если подтверждение от поставщика не было получено, мы выполнили альтернативные процедуры, такие как сверка сумм, отраженных в учете, с документами, подтверждающими право Группы на получение определенного бонуса;
- Произвели пересчет подготовленного руководством расчета отнесения части полученных бонусов поставщиков на стоимость товарно-материальных запасов на конец года на основе их коммерческой составляющей; и выполнили ретроспективный анализ сумм бонусов от поставщиков, признанных в прошлом отчетном периоде, для проверки точности оценок, сделанных руководством.

ЧИСТАЯ ЦЕНА ВОЗМОЖНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ

Запасы отражаются по наименьшей из себестоимости и чистой цены реализации. На 31 декабря 2020 года стоимость запасов, принадлежащих Группе, составляла 146 994 (31 декабря 2019 года: 129 115).

Оценка запасов была определена в качестве ключевого вопроса аудита, так как требуются существенные суждения, в частности, в отношении ожидаемой цены реализации имеющихся запасов, а также сумм компенсации, полученных от поставщиков в отношении бракованных товаров. Процесс оценки является субъективным и включает анализ исторических показателей в отношении запасов, текущие операционные планы, особенности отрасли и специфические тренды в поведении покупателей.

В ходе аудита мы получили уверенность в отношении уместности допущений руководства, примененных при расчете текущей стоимости товарно-материальных запасов:

- Получили понимание внутренних процессов и процедур, применяемых Группой для отражения запасов;
- Проверили стоимость запасов на выборочной основе для подтверждения того, что они отражены по наименьшей из себестоимости и чистой цены реализации посредством сверки с первичными подтверждающими документами на закупку и ценами реализации;
- Проанализировали, пересчитали и критически оценили обоснованность резерва по запасам, учитывая показатели прошлых периодов, и проанализировали сумму резерва как процент от валовой стоимости запасов год к году;
- Оценили полноту и точность исторических данных, используемых руководством для построения своих допущений.

Почему мы считаем вопрос ключевым для аудита?

Что было сделано в ходе аудита?

УЧЕТ АРЕНДЫ

В процессе своей операционной деятельности Группа заключает большое количество договоров аренды магазинов и складов. Ввиду разнообразия и сложности условий договоров аренды Группы, существенные суждения необходимы для определения сроков аренды и ставок дисконтирования.

В 2020 году Группа провела переговоры по изменению условий ряда договоров аренды, что привело к необходимости отражения модификаций по договорам аренды и признания переоценки активов в форме права пользования и обязательств по аренде. Группа также применила практическое упрощение, предусмотренное МСФО 16 «Аренда», и отразила благоприятные изменения договоров аренды в период пандемии COVID-19, как если бы они не были модификациями.

Учитывая значительное количество договоров, по которым в отчетном периоде были изменены условия, и необходимость применения суждений при отражении модификаций и благоприятных изменений договоров аренды в период пандемии COVID-19, учет аренды был определен нами как ключевой вопрос аудита.

Информация об активах в форме права пользования и обязательствах по аренде раскрыта в Примечаниях 2 и 8 к консолидированной финансовой отчетности.

В ходе аудита мы:

- Получили понимание внутренних процессов и контролей в отношении учета аренды, и, в частности, в отношении учета модификаций и благоприятных изменений договоров аренды в период пандемии COVID-19;
- Критически проанализировали ключевые допущения и оценочные суждения, используемые руководством в процессе определения срока договора, включая вероятность использования опционов на продление и прекращение договоров аренды, а также ставки дисконтирования;
- На выборочной основе пересчитали суммы по ряду договоров аренды с изменившимися условиями для подтверждения того, что принципы учета были применены последовательно, переоценка активов в форме права пользования и обязательства по аренде была отражена в отчетности корректно и практическое упрощение в отношении благоприятных изменений договоров аренды в период пандемии COVID-19 было применено надлежащим образом; и
- Проанализировали полноту и точность раскрытий и их соответствие требованиям МСФО (IFRS) 16 «Аренда».

ТЕСТИРОВАНИЕ НА ОБЕСЦЕНЕНИЕ ВНЕОБОРОТНЫХ АКТИВОВ

Гудвил в сумме 48 975 млн рублей и нематериальные активы с неограниченным сроком использования, представленные торговыми знаками в сумме 9 130 млн рублей по состоянию на 31 декабря 2020 года, тестируются на обесценение ежегодно. Кроме этого, на конец каждого отчетного периода, Группа оценивает наличие индикаторов обесценения прочих внеоборотных активов в рамках единиц, генерирующих денежные потоки («ЕГДП»), и, в случае их наличия, оценивает возмещаемую стоимость этих активов.

Для оценки ценности использования как отдельных активов, так и ЕГДС требуется применение значительных суждений и допущений, включая оценку маржи будущих периодов, ставок дисконтирования и темпов роста. Также, учитывая существенную сумму гудвила и влияние последствий коронавируса на мировую и российскую экономику, мы определили, что тестирование внеоборотных активов на обесценение будет являться ключевым вопросом аудита.

Смотрите Примечания 6 и 34 к консолидированной финансовой отчетности.

В ходе аудита мы:

- Получили понимание ключевых контролей за оценкой индикаторов обесценения внеоборотных активов и тестирования гудвила на обесценение;
- Рассмотрели индикаторы, свидетельствующие о наличии возможного обесценения отдельных активов и ЕГДП;
- Сравнили данные, используемые руководством в моделях обесценения с данными утвержденных бюджетов и прогнозов;
- Оценили обоснованность допущений, используемых руководством при составлении прогнозов, основываясь на фактических результатах, данных и тенденциях рынка;
- Провели анализ чувствительности моделей обесценения к ключевым допущениям в пределах их возможных изменений;
- Проанализировали полноту и точность раскрытий и их соответствие требованиям МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов».

Прочие сведения

Аудит консолидированной финансовой отчетности Публичного акционерного общества «М.видео» и его дочерних организаций за 2019 год был проведен другим аудитором, который выразил немодифицированное мнение о данной отчетности 23 марта 2020 года.

Ответственность руководства и лиц, отвечающих за корпоративное управление, за финансовую отчетность

Руководство несет ответственность за подготовку и достоверное представление финансовой отчетности в соответствии с МСФО и за систему внутреннего контроля, которую руководство считает необходимой для подготовки финансовой отчетности, не содержащей существенных искажений вследствие недобросовестных действий или ошибок.

При подготовке финансовой отчетности руководство несет ответственность за оценку способности Компании продолжать непрерывно свою деятельность, за раскрытие в соответствующих случаях сведений, относящихся к непрерывности деятельности, и за составление отчетности на основе допущения о непрерывности деятельности, за исключением случаев, когда руководство намеревается ликвидировать Компанию, прекратить ее деятельность или когда у него отсутствует какая-либо иная реальная альтернатива, кроме ликвидации или прекращения деятельности.

Лица, отвечающие за корпоративное управление, несут ответственность за надзор за подготовкой финансовой отчетности Компании.

Ответственность аудитора за аудит финансовой отчетности

Наша цель состоит в получении разумной уверенности в том, что финансовая отчетность не содержит существенных искажений вследствие недобросовестных действий или ошибок, и в выпуске аудиторского заключения, содержащего наше мнение. Разумная уверенность представляет собой высокую степень уверенности, но не является гарантией того, что аудит, проведенный в соответствии с МСА, всегда выявляет существенные искажения при их наличии. Искажения могут быть результатом недобросовестных действий или ошибок и считаются существенными, если можно обоснованно предположить, что в отдельности или в совокупности они могут повлиять на экономические решения пользователей, принимаемые на основе этой финансовой отчетности.

В рамках аудита, проводимого в соответствии с МСА, мы применяем профессиональное суждение и сохраняем профессиональный скептицизм на протяжении всего аудита. Кроме того, мы выполняем следующее:

- выявляем и оцениваем риски существенного искажения финансовой отчетности вследствие недобросовестных действий или ошибок; разрабатываем и проводим аудиторские процедуры в ответ на эти риски; получаем аудиторские доказательства, являющиеся достаточными и надлежащими, чтобы служить основанием для выражения нашего мнения. Риск необнаружения существенного искажения в результате недобросовестных действий выше, чем риск необнаружения существенного искажения в результате ошибки, так как недобросовестные действия могут включать сговор, подлог, умышленный пропуск, искаженное представление информации или действия в обход системы внутреннего контроля;
- получаем понимание системы внутреннего контроля, имеющей значение для аудита, с целью разработки аудиторских процедур, соответствующих обстоятельствам, но не с целью выражения мнения об эффективности системы внутреннего контроля Компании;

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ

По состоянию на 31 декабря 2020 года

В МИЛЛИОНАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ

	Примечания	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Основные средства	7	17 025	19 777
Инвестиционная недвижимость		211	349
Нематериальные активы	9	21 870	20 063
Гудвил	6	48 975	48 975
Активы в форме права пользования	8	71 593	62 832
Инвестиции в ассоциированную организацию и совместное предприятие	10	1 244	1 982
Отложенные налоговые активы	18	5 714	3 302
Прочие внеоборотные активы	11	907	1 431
Итого внеоборотные активы		167 539	158 711
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Товарно-материальные запасы	12	146 994	129 115
Дебиторская задолженность	13	46 224	34 136
Авансы выданные	13	1 761	1 181
Дебиторская задолженность по налогу на прибыль		100	84
Дебиторская задолженность по прочим налогам	14	25 352	21 316
Прочие оборотные активы		60	44
Денежные средства и их эквиваленты	15	7 445	4 738
Активы, предназначенные для продажи	16	1 229	303
Итого оборотные активы		229 165	190 917
ИТОГО АКТИВЫ		396 704	349 628
КАПИТАЛ			
Уставный капитал	17	1 798	1 798
Добавочный капитал		4 576	4 576
Выкупленные собственные акции	17	(749)	(749)
Нераспределенная прибыль		28 014	26 502
Итого капитал		33 639	32 127

	Примечания	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Долгосрочные банковские кредиты	19	31 733	38 752
Прочие обязательства		454	373
Обязательства по аренде	8	70 702	57 927
Отложенные налоговые обязательства	18	175	270
Итого долгосрочные обязательства		103 064	97 322
КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Торговая кредиторская задолженность		207 862	176 065
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	20	14 346	12 975
Обязательства перед покупателями	22	6 604	8 112
Обязательства по аренде	8	10 051	10 532
Краткосрочные банковские кредиты	19	16 195	10 658
Кредиторская задолженность по налогу на прибыль		1 643	9
Кредиторская задолженность по прочим налогам	21	2 312	1 460
Резервы	23	988	368
Итого краткосрочные обязательства		260 001	220 179
Итого обязательства		363 065	317 501
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		396 704	349 628

Примечания являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности.

Подписано 3 марта 2021 года:

А. Изосимов
Генеральный директор



Е. Соколова
Финансовый директор



КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ ИЛИ УБЫТКАХ И ПРОЧЕМ СОВОКУПНОМ ДОХОДЕ

за год, закончившийся 31 декабря 2020 года

В МИЛЛИОНАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ, ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ПРИБЫЛИ НА АКЦИЮ

	Примечания	2020 год	2019 год
ВЫРУЧКА	24	417 857	365 216
СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ	25	(320 522)	(274 143)
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ		97 335	91 073
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	26	(78 818)	(72 546)
Прочие операционные доходы	27	4 987	6 408
Прочие операционные расходы	28	(577)	(821)
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ		22 927	24 114
Финансовые доходы	29	491	295
Финансовые расходы	29	(12 733)	(12 961)
Доля прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий	10	(2 468)	(1 955)
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ		8 217	9 493
Расходы по налогу на прибыль	18	(1 676)	(2 359)
ИТОГО ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ и ОБЩИЙ СОВОКУПНЫЙ ДОХОД за год		6 541	7 134
БАЗОВАЯ ПРИБЫЛЬ НА АКЦИЮ (в российских рублях)	30	36,79	40,13
РАЗВОДНЕННАЯ ПРИБЫЛЬ НА АКЦИЮ (в российских рублях)	30	36,74	40,13
ИТОГО ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ и ОБЩИЙ СОВОКУПНЫЙ ДОХОД за год с исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий*		9 009	9 089

* Информация представлена справочно для целей дополнительного анализа (Примечание 3).

Примечания являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности.

Подписано 3 марта 2021 года:

А. Изосимов
Генеральный директор



Е. Соколова
Финансовый директор



КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В КАПИТАЛЕ

за год, закончившийся 31 декабря 2020 года

В МИЛЛИОНАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ

	Примечания	Уставный капитал	Добавочный капитал	Выкупленные собственные акции	Нераспределенная прибыль	Итого
Остаток на 1 января 2019 года		1 798	4 576	(749)	25 309	30 934
Дивиденды	17	-	-	-	(5 941)	(5 941)
Итого совокупный доход за год		-	-	-	7 134	7 134
Остаток на 31 декабря 2019 года		1 798	4 576	(749)	26 502	32 127
Дивиденды	17	-	-	-	(5 341)	(5 341)
Вознаграждение, основанное на акциях	32	-	-	-	312	312
Итого совокупный доход за год		-	-	-	6 541	6 541
ОСТАТОК НА 31 ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА		1 798	4 576	(749)	28 014	33 639

Примечания являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности.

Подписано 3 марта 2021 года:

А. Изосимов
Генеральный директор



Е. Соколова
Финансовый директор



КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

за год, закончившийся 31 декабря 2020 года

В МИЛЛИОНАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ

	Примечания	2020 год	2019 год
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ			
Итого чистая прибыль за год		6 541	7 134
Корректировки:			
Расходы по налогу на прибыль	18	1 676	2 359
Амортизация основных средств, инвестиционной недвижимости, нематериальных активов и активов в форме права пользования	26	24 094	22 502
Изменение резерва под обесценение авансов выданных		167	(96)
Уценка и потери товарно-материальных запасов, за вычетом излишков		609	976
Процентные доходы	29	(491)	(295)
Процентные расходы	29	12 723	12 949
Доля (прибыли)/убытка ассоциированных и совместных предприятий		2 468	1 955
Изменение резервов		(46)	(600)
Прочие неденежные операции, нетто		(1 806)	(769)
Денежные средства, полученные от операционной деятельности, до изменений в оборотном капитале		45 935	46 115
Увеличение товарно-материальных запасов		(18 488)	(16 946)
Увеличение дебиторской задолженности и авансов выданных		(12 937)	(4 012)
Увеличение дебиторской задолженности по прочим налогам		(4 139)	(5 895)
Увеличение торговой кредиторской задолженности		31 128	20 707
Увеличение / (уменьшение) прочей кредиторской задолженности и начисленных расходов		1 957	(1 147)
Уменьшение обязательств перед покупателем		(1 508)	(3 329)
Увеличение / (уменьшение) прочих обязательств		707	(324)
Увеличение / (уменьшение) кредиторской задолженности по прочим налогам		1 003	(2 138)
Прочие изменения в оборотном капитале, нетто		507	694
Денежные средства, полученные от операционной деятельности		44 165	33 725

	Примечания	2020 год	2019 год
Уплаченный налог на прибыль		(2 613)	(3 253)
Уплаченные проценты		(10 538)	(12 325)
Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности		31 014	18 147
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ			
Приобретение основных средств		(3 186)	(4 763)
Поступления от выбытия основных средств		505	571
Приобретение нематериальных активов		(4 727)	(4 573)
Проценты полученные		491	295
Чистое выбытие денежных средств в связи с приобретением дочерней компании		-	(134)
Инвестиции в совместное предприятие		(3 460)	(2 380)
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности		(10 377)	(10 984)

ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Выплаченные дивиденды	17	(5 341)	(5 941)
Поступления от кредитов	19	42 461	25 000
Погашение кредитов	19	(43 885)	(35 050)
Выплаты обязательств по аренде	9, 19	(11 166)	(11 926)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности		(17 931)	(27 917)
ЧИСТОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ/(УМЕНЬШЕНИЕ) ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ИХ ЭКВИВАЛЕНТОВ		2 706	(20 754)
ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ на начало года		4 738	25 487
Влияние изменений курса иностранной валюты на остатки денежных средств в иностранной валюте		1	5

ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ НА КОНЕЦ ГОДА

7 445 **4 738**

Примечания являются неотъемлемой частью настоящей консолидированной финансовой отчетности.

Подписано 3 марта 2021 года:

А. Изосимов
Генеральный директор



Е. Соколова
Финансовый директор



ПРИМЕЧАНИЯ К КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

за год, закончившийся 31 декабря 2020 года

В МИЛЛИОНАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Консолидированная финансовая отчетность ПАО «М.видео» («Компания») и ее дочерних компаний (совместно именуемые «Группа») за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, была утверждена к выпуску руководством 3 марта 2021 года.

Компания зарегистрирована на территории Российской Федерации.

В ходе первичного публичного размещения акций в ноябре 2007 года акции Компании были допущены к торгам на бирже ММВБ (Московская биржа) в Российской Федерации.

Группе принадлежит сеть магазинов и интернет-магазинов бытовой техники и электроники в Российской Федерации. Группа специализируется на реализации телевизионной, аудио-, видео-, хай-фай, бытовой техники и цифрового оборудования, а также на предоставлении сопутствующих услуг. Группа включает в себя сеть собственных и арендованных магазинов.

Группа работает под двумя брендами: М.видео и Эльдорадо.

Настоящая консолидированная финансовая отчетность включает в себя активы, обязательства и результаты деятельности Компании и ее дочерних компаний, входящих в Группу по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов:

Название	Основная деятельность	Месторегистрации и деятельности	Процент владения / процент голосующих акций у Группы	
			31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ООО «МВМ»	Розничные операции	РФ	100	100
БОВЕСТО ЛИМИТЕД	Холдинговая компания	Республика Кипр	100	100
ООО «Инвест-Недвижимость»	Сдача объектов недвижимости в операционную аренду	РФ	100	100
ООО «Рентол»	Сдача объектов недвижимости в операционную аренду	РФ	100	100
ООО «Торговый комплекс «Пермский»	Сдача объектов недвижимости в операционную аренду	РФ	100	100
ООО «Эльдомаркет»	Розничные операции	РФ	-	100

Название	Основная деятельность	Месторегистрации и деятельности	Процент владения / процент голосующих акций у Группы	
			31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ООО «БТ ХОЛДИНГ»	Холдинговая компания	РФ	100	100
ЭМВЭЛ Инвестишн ГМБХ	Холдинговая компания	Германия	100	100
ООО «БТ торговые решения»	Розничные операции	РФ	-	100
ООО «МВ ФИНАНС»	Финансовая компания	РФ	100	-

В январе 2020 года ООО «БТ Торговые решения» и ООО «Эльдомаркет» были ликвидированы.

В декабре 2020 года была учреждена компания ООО «МВ ФИНАНС».

Группе принадлежит инвестиция в совместное предприятие ООО «МАРКЕТПЛЕЙС» с 80-процентной долей участия. Часть инвестиции была реклассифицирована в активы, предназначенные для продажи в декабре 2020 года (Примечания 10, 16).

Конечные собственники и акционеры

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов зарегистрированные акционеры ПАО «М.видео», а также их доли владения представлены следующим образом:

	2020 год	2019 год
ЭРИКАРИЯ ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД	63,5058%	73,5058%
Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ	15,0000%	-
ВЕРИДЖ ИНВЕСТМЕНТС ЛИМИТЕД	9,9999%	-
Выкупленные собственные акции	1,0993%	1,0993%
MS CE Retail GmbH	-	15,0000%
Различные акционеры	10,3950%	10,3949%
ИТОГО	100%	100%

По состоянию на 31 декабря 2020 года конечной контролирующей стороной Компании является Саид Михайлович Гучериев.

2. ПРИНЦИПЫ ПОДГОТОВКИ ОТЧЕТНОСТИ

Заявление о соответствии

Консолидированная финансовая отчетность была подготовлена в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности («МСФО»).

Основы составления отчетности

Консолидированная финансовая отчетность была подготовлена на основе принципа исторической стоимости, с учетом оценки финансовых инструментов в соответствии с Международным Стандартом Финансовой отчетности 9 «Финансовые инструменты» («МСФО 9») и Международным Стандартом Финансовой Отчетности 13 «Оценка справедливой стоимости» («МСФО 13») и оценки объектов основных средств по их справедливой стоимости, которая была принята в качестве фактической стоимости на дату перехода на МСФО 1 января 2006 года.

Бухгалтерский учет в предприятиях, входящих в Группу, ведется в соответствии с законодательством в отношении бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности тех стран, в которых они утверждены и зарегистрированы. Принципы бухгалтерского учета и стандарты подготовки финансовой отчетности в данных юрисдикциях могут отличаться от общепринятых принципов и стандартов, соответствующих МСФО. Соответственно, в финансовую отчетность отдельных предприятий Группы были внесены корректировки, необходимые для представления консолидированной финансовой отчетности в соответствии с МСФО.

Настоящая консолидированная финансовая отчетность представлена в миллионах рублей (далее млн рублей), кроме сумм в расчете на акцию, которые указаны в рублях, или в случаях, если указано иное.

Функциональная валюта и валюта представления отчетности

Данная консолидированная финансовая отчетность представлена в российских рублях («руб.»), являющихся функциональной валютой каждой компании Группы, ведущей операционную деятельность. Функциональная валюта каждой компании Группы определялась как валюта основной экономической среды, в которой осуществляет свою деятельность соответствующая компания.

Применение новых стандартов и интерпретаций

Учетная политика, применяемая при подготовке данной консолидированной финансовой отчетности, соответствует учетной политике, применявшейся при подготовке консолидированной финансовой отчетности Группы за год, закончившийся 31 декабря 2019 года, за исключением последствий от применения указанных ниже новых стандартов, изменений в стандартах и интерпретаций с 1 января 2020 года:

Стандарты и интерпретации	Дата вступления в силу
Поправки к МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: уступки по аренде, связанные с пандемией COVID-19	1 июня 2020 года
Поправки к МСФО (IFRS) 3 «Определение бизнеса»	1 января 2020 года
Поправки к МСФО (IFRS) 9, МСФО (IAS) 39 и МСФО (IFRS) 7 «Реформа базовой процентной ставки»	1 января 2020 года
Поправки к МСФО (IAS) 1 и МСФО (IAS) 8 «Определение существенности»	1 января 2020 года
Поправки к ссылкам на Концептуальные основы в стандартах МСФО выпущенные 29 марта 2018 года	1 января 2020 года

За исключением эффекта от применения поправки к МСФО (IFRS) 16 «Аренда» указанные выше стандарты и интерпретации не привели к изменениям учетной политики Группы и не оказали существенного влияния на консолидированное финансовое положение или консолидированные финансовые результаты Группы.

Поправки к МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: уступки по аренде, связанные с пандемией COVID-19

В данной консолидированной финансовой отчетности Группа досрочно (применительно к периоду, начавшемуся 1 апреля 2020 года, применила поправки к МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: уступки по аренде, связанные с пандемией COVID-19. В результате Группа отразила уступки по аренде, напрямую обусловленные пандемией COVID-19 и соответствующие всем перечисленным ниже критериям, как переменные арендные платежи, а не как модификации договоров аренды:

- (а) пересмотренная сумма возмещения за аренду осталась практически такой же или стала меньше суммы возмещения за аренду до предоставления уступки;
- (б) снижение арендных платежей касается только платежей, которые по первоначальному договору подлежали уплате не позднее 30 июня 2021 года;
- (в) отсутствуют другие существенные изменения условий аренды;

Группа применила практическое упрощение ко всем уступкам по аренде, которые соответствовали перечисленным критериям.

Уступки по аренде, полученные Группой в результате пандемии COVID-19 преимущественно представлены снижением уровня фиксированных арендных платежей или заменой фиксированных платежей переменными платежами на ограниченный период времени, который в среднем составлял 2-3 месяца.

В результате применения практического упрощения Группа:

- признала уменьшение арендных платежей как «отрицательные» переменные арендные платежи в составе прибылей или убытков в размере 1 989 (Примечание 26).
- прекратила признание обязательств по аренде в размере 1 989 в результате получения уступок (Примечание 8).

3. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

Принципы консолидации

Консолидированная финансовая отчетность включает финансовую отчетность Компании и контролируемых ею организаций (дочерних компаний). Организация считается контролируемой в случае, если Компания:

- имеет властные полномочия в отношении организации-объекта инвестиций;
- имеет права / несет риски по переменным результатам деятельности организации-объекта инвестиций; и
- может использовать властные полномочия в отношении организации-объекта инвестиций с целью воздействия на величину переменного результата.

Финансовая отчетность дочерних компаний составляется за тот же отчетный год с использованием тех же принципов учетной политики, что и финансовая отчетность материнской компании.

Дочерние компании полностью консолидируются, начиная с даты приобретения, т.е. даты, когда Группа приобретает контроль над ними, и исключаются из консолидации с даты прекращения контроля.

Внутригрупповые остатки по расчетам и операциям, доходы и расходы или прибыли и убытки от внутригрупповых операций исключаются при подготовке консолидированной финансовой отчетности.

Применимость допущения непрерывности деятельности

Настоящая консолидированная финансовая отчетность была подготовлена исходя из допущения о непрерывности деятельности. Влияние событий, вызванных пандемией коронавируса (COVID-19) на операционную деятельность Группы раскрыто в Примечании 34.

Операции в иностранной валюте

Отдельная финансовая отчетность каждой компании Группы составляется в валюте основной экономической среды, в которой она осуществляет свою деятельность (в функциональной валюте).

При подготовке финансовой отчетности отдельных компаний операции в валюте, отличающейся от функциональной (в иностранной валюте), отражаются по курсу на дату совершения операции. На каждую отчетную дату денежные статьи, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются по курсу, действующему на отчетную дату. Неденежные статьи, учитываемые по справедливой стоимости, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются по курсу, действующему на дату определения справедливой стоимости. Неденежные статьи, отраженные по первоначальной стоимости, выраженной в иностранной валюте, пересчитываются в функциональную валюту по курсу на дату совершения операции и в дальнейшем не пересчитываются.

Курсовые разницы отражаются в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе в том периоде, в котором они возникли. Курсовые разницы, возникающие по кредитам и займам, отражаются в составе финансовых расходов, в то время как курсовые разницы, относящиеся к операционной деятельности, отражаются в составе прочих операционных доходов или расходов.

Основные средства

Объекты основных средств отражаются по первоначальной стоимости за вычетом накопленной амортизации и накопленных убытков от обесценения. Первоначальная стоимость включает расходы, непосредственно связанные с приобретением объектов основных средств.

Существенные затраты на восстановление или модернизацию объектов основных средств капитализируются и амортизируются в течение срока полезного использования соответствующих активов. Все прочие расходы на ремонт и текущее обслуживание отражаются в отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе в периоде их возникновения.

Амортизация начисляется в целях списания стоимости или переоценки активов с использованием линейного метода в течение ожидаемого срока полезного использования следующим образом:

Здания	20-30 лет
Капитальные вложения в арендованные основные средства	7 лет
Торговое оборудование	3-5 лет
Охранное оборудование	3 года
Прочие основные средства	3-5 лет

Капитальные вложения в арендованные основные средства амортизируются в течение срока полезного использования или срока соответствующей аренды, если этот срок более короткий.

Торговое оборудование и неотделимые улучшения арендованных торговых площадей амортизируются в течение указанного выше оцененного срока полезного использования, кроме случаев, когда имеются планы по полному обновлению оборудования магазина до окончания предопределенного срока его использования. В таком случае остаточная стоимость торгового оборудования амортизируется в течение оставшегося оцененного срока полезного использования, который равняется периоду времени, оставшемуся до проведения запланированных работ по обновлению.

Остаточная стоимость и сроки полезного использования прочих активов анализируются и, при необходимости, корректируются на каждую отчетную дату.

В случае обнаружения признаков того, что балансовая стоимость единицы, генерирующей денежные потоки, превышает его оцененную возмещаемую стоимость, балансовая стоимость актива списывается до его возмещаемой стоимости.

Прибыль или убыток, возникший в результате выбытия актива, определяется как разница между выручкой от продажи и балансовой стоимостью актива, и отражается в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе.

Незавершенное строительство включает в себя стоимость оборудования, находящегося в процессе установки, и прочие расходы, напрямую связанные со строительством основных средств, включая соответствующие переменные накладные расходы, непосредственно относимые на стоимость строительства. Начисление амортизации по данным активам, так же, как и по прочим объектам недвижимости, начинается с момента готовности активов к запланированному использованию.

Нематериальные активы

Нематериальные активы, приобретенные в рамках отдельной сделки, учитываются по себестоимости за вычетом накопленной амортизации и накопленного убытка от обесценения. Амортизация начисляется линейным способом в течение срока полезного использования нематериальных активов. Ожидаемые сроки полезного использования и метод начисления амортизации анализируются на конец каждого отчетного года, при этом все изменения в оценках отражаются в учете и отчетности за последующие периоды.

Ожидаемый срок полезного использования по классам нематериальных активов представлен следующим образом:

Лицензии на программное обеспечение, разработки и веб сайт	1-10 лет
Торговые знаки	5-10 лет

Группа владеет торговым знаком «Эльдорадо», полученным в результате приобретения бизнеса и имеющим неопределенный срок полезного использования в связи с отсутствием предсказуемых ограничений периода, в течение которого данный актив будет приносить экономические выгоды Группе.

Внутренне созданные нематериальные активы

Внутренне созданный нематериальный актив, возникающий в результате разработок (или на этапе разработок внутреннего проекта) признается в качестве актива тогда и только тогда, когда все нижеследующие критерии могут быть продемонстрированы в полной мере:

- техническая осуществимость завершения работ по созданию нематериального актива, пригодного для использования или продажи;
- намерение завершить создание нематериального актива, а также использовать или продать его;
- возможность использовать или продать нематериальный актив;
- высокая вероятность поступления будущих экономических выгод от нематериального актива;
- наличие достаточных технических, финансовых и других ресурсов для завершения разработки, а также для использования либо продажи нематериального актива; и возможность надежно оценить затраты, относящиеся к нематериальному активу в ходе его разработки.

Затраты, возникающие на этапе исследований, признаются как расходы в момент их возникновения.

Первоначальная стоимость внутренне созданных нематериальных активов представляет собой сумму затрат, понесенных с момента выполнения всех перечисленных выше критериев признания. В случае, когда нематериальный актив не подлежит признанию, затраты по разработке подлежат отражению в составе расходов того отчетного периода, в котором затраты были понесены.

После первоначального признания внутренне созданные нематериальные активы учитываются по первоначальной стоимости за вычетом накопленной амортизации и накопленных убытков от обесценения, аналогично нематериальным активам, приобретенным в рамках отдельной сделки.

Обесценение внеоборотных активов

На каждую отчетную дату Группа осуществляет проверку балансовой стоимости своих внеоборотных активов с тем, чтобы определить, имеются ли признаки, свидетельствующие о наличии какого-либо убытка от обесценения этих активов. В случае обнаружения таких признаков Группа рассчитывает возмещаемую стоимость соответствующего актива с целью определения размера убытка от обесценения (если таковой имеется).

Возмещаемая стоимость актива или единицы, генерирующей денежные потоки («ЕГДП»), представляет собой наибольшее из двух значений: справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу или эксплуатационной ценности. Возмещаемая стоимость определяется для индивидуального актива, за исключением случаев, когда актив не генерирует денежные потоки, которые являются независимыми от денежных потоков, генерируемых другими активами или группой активов. При оценке эксплуатационной ценности предполагаемые будущие потоки денежных средств дисконтируются до текущей стоимости с использованием коэффициента дисконтирования до налогообложения, отражающего текущую рыночную оценку стоимости денег во времени и риски, специфичные для актива. При определении справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу Группа основывается на информации о последних рыночных транзакциях, если таковые имели место. Если таких транзакций не выявлено, Группа применяет наиболее подходящую модель оценки для расчета справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу. Такие расчеты подтверждаются соответствующими коэффициентами, рыночными котировками акций для дочерних компаний, которые котируются на биржах, а также прочими индикаторами справедливой стоимости.

Для проверки наличия обесценения внеоборотных активов Группа рассматривает в качестве ЕГДП группу магазинов, расположенных в одном городе. При наличии возможности определить обоснованный и последовательный метод распределения активов по ЕГДП, корпоративные активы также распределяются по этим единицам; если такой возможности нет, распределение производится по самым мелким группам ЕГДП, в отношении которых можно определить обоснованный и последовательный метод распределения.

Ежегодно Группа осуществляет проверку наличия обесценения гудвила и тех нематериальных активов, которые имеют неопределенный срок полезного использования, а также нематериальных активов, которые еще не готовы к использованию по состоянию на конец года, посредством сравнения их балансовой стоимости с возмещаемой стоимостью, рассчитанной как описано выше. Если балансовая стоимость таких активов не включает оттоки денежных средств, которые ожидаются до того момента, когда данные активы будут готовы к эксплуатации, в прогноз оттоков денежных средств включаются оттоки денежных средств, которые ожидаются до того момента, когда данные активы будут готовы к эксплуатации.

Налог на прибыль

Налог на прибыль за отчетный период включает суммы текущего и отложенного налога.

Текущий налог на прибыль

Сумма текущего налога на прибыль определяется исходя из размера налогооблагаемой прибыли за год. Налогооблагаемая прибыль отличается от чистой прибыли, отраженной в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе, поскольку не включает статьи доходов или расходов, подлежащих налогообложению или вычету для целей налогообложения в другие годы, а также исключает статьи, не облагаемые и не учитываемые в целях налогообложения. Начисление обязательств Группы по текущему налогу на прибыль осуществляется с использованием ставок налога, утвержденных законом или фактически установленных на отчетную дату.

Отложенный налог

Отложенный налог признается в отношении разниц между балансовой стоимостью активов и обязательств, отраженных в консолидированной финансовой отчетности, и соответствующими данными налогового учета, используемыми при расчете налогооблагаемой прибыли. Отложенные налоговые обязательства, как правило, отражаются с учетом всех временных разниц, увеличивающих налогооблагаемую прибыль, а отложенные налоговые активы отражаются с учетом вероятности наличия в будущем налогооблагаемой прибыли, достаточной для использования образовавшихся налоговых активов. Подобные налоговые активы и обязательства не отражаются в финансовой отчетности, если временные разницы связаны с гудвиллом или возникают вследствие первоначального признания (кроме случаев объединения компаний) других требований и обязательств в рамках операций, которые не влияют на размер налогооблагаемой или бухгалтерской прибыли.

Отложенные налоговые обязательства не отражаются в отношении налогооблагаемых временных разниц, касающихся инвестиций в дочерние компании, так как Группа имеет возможность контролировать сроки обратимости временной разницы и представляется вероятным, что данная разница не изменится в обозримом будущем. Отложенные налоговые активы, возникающие в результате образования вычитаемых временных разниц, связанных с такими инвестициями и соответствующими доходами, отражаются в той степени, в какой представляется вероятным, что в будущем будет получена налогооблагаемая прибыль, в отношении которой смогут быть использованы данные временные разницы, и что данные разницы не изменятся в обозримом будущем.

Балансовая стоимость отложенных налоговых активов пересматривается на каждую отчетную дату и уменьшается в случае снижения уровня вероятности получения значительной налогооблагаемой прибыли, достаточной для полного или частичного возмещения актива, до уровня ниже высокой.

Отложенные налоговые активы и обязательства по налогу на прибыль рассчитываются с использованием ставок налогообложения, которые, как предполагается, будут действовать в период реализации налогового актива или погашения обязательства, основываясь на налоговых ставках, которые были утверждены законом и введены или фактически введены на дату составления баланса. Оценка отложенных налоговых активов и обязательств отражает налоговые последствия, которые могут возникнуть в связи с тем, каким образом Группа намеревается возместить или погасить балансовую стоимость своих активов и обязательств на отчетную дату.

Отложенные налоговые активы и обязательства принимаются к зачету друг против друга, если существует законное право произвести взаимозачет текущих налоговых активов и обязательств, и они относятся к налогу на прибыль, взимаемому одним и тем же налоговым органом, и Группа намеревается произвести зачет своих текущих налоговых активов и обязательств на нетто основе. Отложенные налоговые активы и отложенные налоговые обязательства, образовавшиеся при учете арендных отношений в соответствии с МСФО 16, представлены в консолидированной финансовой отчетности на нетто основе.

Текущий и отложенный налог на прибыль за отчетный период

Текущие и отложенные налоги признаются в составе расходов или доходов в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе, кроме случаев, когда они относятся к статьям, напрямую относимым в состав капитала (в этом случае соответствующий налог также признается напрямую в составе капитала), или если они признаются в результате первоначального отражения в бухгалтерском учете приобретенной компании. Налоговый эффект от объединения компаний учитывается до расчета гудвилла или величины превышения доли приобретающей компании в чистой справедливой стоимости идентифицируемых активов, обязательств и условных обязательств приобретаемого предприятия над стоимостью приобретения.

Совместная деятельность

Группа осуществляет совместную деятельность в форме совместных предприятий.

Совместное предприятие предполагает наличие у сторон, обладающих совместным контролем над деятельностью, прав на чистые активы деятельности. Совместное предприятие подразумевает создание юридического лица, в котором Группа имеет долю участия наряду с другими участниками совместной деятельности. Доли участия в совместно контролируемых предприятиях учитываются по методу долевого участия в капитале.

Доля Группы в чистой прибыли или убытке и в прочем совокупном доходе совместно контролируемого предприятия признается в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе, соответственно, с даты начала совместного контроля до даты его прекращения.

Если доля в убытках превышает балансовую стоимость инвестиции в совместное предприятие, Группа после достижения нулевого значения данной балансовой стоимости приостанавливает дальнейшее признание доли в убытках. Если впоследствии совместное предприятие получает прибыль, то Группа возобновляет признание своей доли в этой прибыли только после того, как ее доля в прибыли сравняется с долей непризнанных убытков.

Балансовая стоимость инвестиции в совместное предприятие тестируется на предмет обесценения путем сопоставления ее возмещаемой суммы (наибольшего значения из ценности использования и справедливой стоимости за вычетом затрат на продажу) с ее балансовой стоимостью во всех случаях выявления признаков обесценения.

Сделки по приобретению бизнеса

Сделки по объединению бизнесов, в том числе сделки под общим контролем, учитываются по методу приобретения. Возмещение, уплачиваемое при объединении бизнеса, оценивается по справедливой стоимости, рассчитываемой как сумма справедливой стоимости на дату приобретения активов, переданных Группой, обязательств, принятых Группой перед бывшими владельцами приобретаемого бизнеса, а также долевых ценных бумаг, выпущенных Группой в обмен на получение контроля над бизнесом. Все связанные с этим расходы, как правило, отражаются в прибылях и убытках в момент возникновения.

Идентифицируемые приобретенные активы и принятые обязательства признаются по справедливой стоимости на дату приобретения, за следующими исключениями:

- отложенные налоговые обязательства и активы, а также активы (обязательства) по выплате вознаграждений работникам признаются и оцениваются в соответствии с МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль» и МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам», соответственно;
- активы (или группы выбывающих активов), классифицированные как предназначенные для продажи в соответствии с МСФО (IFRS) 5 «Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность», оцениваются в соответствии с МСФО (IFRS) 5.

Гудвил рассчитывается как превышение стоимости приобретения, стоимости неконтролирующих долей в приобретенном предприятии и справедливой стоимости ранее принадлежавшей покупателю доли (при наличии таковой) в капитале приобретенного предприятия над величиной его чистых идентифицируемых активов и обязательств на дату приобретения. Условное возмещение, переданное Группой в рамках сделки объединения бизнеса, оценивается по справедливой стоимости на дату приобретения и включается в общее возмещение, переданное по сделке объединения бизнеса.

Гудвил

Гудвил от приобретения бизнеса учитывается по стоимости приобретения, установленной на дату приобретения бизнеса, за вычетом накопленных убытков от обесценения.

Для оценки обесценения гудвил распределяется между группами единиц, генерирующих денежные потоки, которые предположительно получают выгоды синергии от объединения.

Активы, предназначенные для продажи

Активы и группы выбывающих активов классифицируются как предназначенные для продажи, если их балансовая стоимость будет возмещена в основном не в процессе использования в производственной деятельности, а при продаже. Данное условие считается выполненным, если актив (группа выбывающих активов) может быть продан в текущем состоянии в соответствии с обычно принятыми условиями продажи таких активов (группы), и вероятность продажи высока. Руководство должно завершить продажу актива в течение года с момента его классификации как предназначенного для продажи.

Активы (группы выбывающих активов), классифицированные как предназначенные для продажи, оцениваются по наименьшей из: а) остаточной стоимости на момент реклассификации, и б) справедливой стоимости за вычетом затрат на продажу, и представляются в отчетности Группы в составе оборотных активов.

Активы после классификации в качестве предназначенных для продажи не подлежат амортизации.

Активы, классифицированные в качестве предназначенных для продажи, представляются отдельно в качестве оборотных/краткосрочных статей в консолидированном отчете о финансовом положении.

Инвестиционная недвижимость

Инвестиционная недвижимость представляет собой объекты, используемые с целью получения арендной платы или прироста стоимости капитала, или того и другого (в том числе такие объекты, находящиеся на стадии строительства).

Объекты инвестиционной недвижимости учитываются по стоимости приобретения, включая затраты на приобретение.

Амортизация начисляется для списания фактической или оценочной стоимости инвестиционной недвижимости за вычетом ликвидационной стоимости равномерно в течение ожидаемого срока полезного использования. В соответствии с учетной политикой срок полезного использования инвестиционной недвижимости составляет 20 лет.

Объект инвестиционной недвижимости списывается с баланса при выбытии или окончательном выводе из эксплуатации, когда более не предполагается получение связанных с ним экономических выгод. Любой доход или убыток от выбытия объекта (разница между чистыми поступлениями от выбытия и балансовой стоимостью актива) включается в прибыль или убыток периода, в котором происходит выбытие объекта.

Государственные субсидии

Государственные субсидии отражаются в финансовой отчетности Группы только при наличии обоснованной уверенности в том, что все условия, необходимые для их получения, выполняются, и субсидии будут предоставлены.

Субсидии связаны с получением кредитов по льготной процентной ставке.

Доход по субсидиям (как разница между рыночной процентной ставкой и процентной ставкой уплачиваемой банку) по кредитам, полученным на выплату заработной платы и на финансирование текущей деятельности оценивается на весь период действия кредита и признается в составе статьи «прочие операционные доходы» на протяжении периодов, в которых понесены соответствующие расходы, компенсируемые субсидиями.

Справедливая стоимость финансовых инструментов

Справедливая стоимость финансовых инструментов, которые торгуются на активных рынках, определяется на каждую отчетную дату на основе рыночных котировок дилера за вычетом затрат по сделке. Для финансовых инструментов, не обращающихся на активном рынке, справедливая стоимость определяется с использованием подходящих методик оценки, которые включают в себя использование данных о рыночных сделках; данные о текущей справедливой стоимости других аналогичных инструментов; анализа дисконтированных денежных потоков, и другие модели оценки.

Группа использует следующую иерархию для определения и раскрытия методов оценки справедливой стоимости финансовых инструментов:

- Уровень 1: цены на аналогичные активы или обязательства, определяемые активными рынками (некорректированные).
- Уровень 2: методы, где все используемые исходные данные, оказывающие существенное влияние на справедливую стоимость, являются наблюдаемыми, прямо или косвенно.
- Уровень 3: методы, использующие исходные данные, оказывающие существенное влияние на справедливую стоимость, не основанные на наблюдаемых рыночных данных.

Финансовые активы

Группа классифицирует свои финансовые активы по двум следующим категориям оценки:

- оценивается по справедливой стоимости (отражает через прочий совокупный доход либо через прибыли и убытки);
- оцениваемые по амортизированной стоимости.

Классификация зависит от бизнес-модели Группы, нацеленной на управление финансовыми активами, и от предусмотренных договором денежных потоков.

Финансовый актив должен оцениваться по амортизированной стоимости, если выполняются оба следующих условия:

- (а) финансовый актив удерживается в рамках бизнес-модели, целью которой является удержание финансовых активов для получения предусмотренных договором денежных потоков; и
- (а) договорные условия финансового актива обуславливают получение в указанные даты денежных потоков, являющихся исключительно платежами в счет основной суммы долга и процентов на непогашенную часть основной суммы долга.

Все стандартные сделки по покупке и продаже финансовых активов признаются на дату совершения сделки. Стандартные сделки по покупке или продаже представляют собой покупку или продажу финансовых активов, требующих поставки активов в сроки, установленные нормативными актами или рыночной практикой.

Метод эффективной процентной ставки

Метод эффективной процентной ставки используется для расчета амортизированной стоимости финансового актива и распределения процентных доходов в течение соответствующего периода. Эффективная процентная ставка представляет собой ставку, обеспечивающую дисконтирование ожидаемых будущих денежных поступлений в течение ожидаемого срока действия финансового актива или более короткого срока, если это применимо.

Доходы, относящиеся к долговым инструментам, отражаются по методу эффективной процентной ставки, за исключением финансовых активов ОССЧПУ.

Ставка дисконтирования отражает минимально допустимую отдачу на вложенный капитал, при которой инвестор не предпочтет участие в альтернативном проекте по вложению тех же средств с сопоставимой степенью риска.

Оценка

Финансовые активы первоначально оцениваются Группой по справедливой стоимости, а также, в случае финансовых активов, отражаемых не по справедливой стоимости через прибыли и убытки, с учетом транзакционных издержек, напрямую связанных с приобретением финансовых активов.

Транзакционные издержки финансовых активов, отражаемые по справедливой стоимости через прибыли и убытки, относятся непосредственно на прибыль или убыток. Финансовые активы со встроенными производственными инструментами оцениваются целиком при определении того, являются ли их денежные потоки исключительно выплатой основной суммы и процентов.

Долговые инструменты

Последующая оценка долговых инструментов зависит от бизнес-модели Группы по управлению активами и характеристик денежных потоков актива. Большая часть долговых инструментов Группы представлена счетами торговой дебиторской задолженности и дебиторской задолженности по займам и оценивается по амортизируемой стоимости с использованием эффективной процентной ставки, поскольку данные инструменты удерживаются в рамках бизнес-модели, нацеленной на получение предусмотренных договором денежных потоков, являющихся исключительно погашением основной суммы долга и процентов на непогашенную часть основной суммы. Процентный доход от данных финансовых активов включается в состав финансового дохода, используя метод эффективной процентной ставки. Любая прибыль или убыток, возникающие при прекращении признания, признается непосредственно в составе прибыли или убытка и отражается в прочих прибылях/убытках вместе с прибылями и убытками от курсовых разниц. Убытки от обесценения представлены в отдельной строке в отчете о прибылях и убытках.

Обесценение финансовых активов

Финансовые активы, за исключением финансовых активов ОССЧПУ, на каждую отчетную дату оцениваются на предмет наличия признаков обесценения.

Группа всегда признает ожидаемые кредитные убытки за весь срок жизни для торговой и прочей дебиторской задолженности. Ожидаемые кредитные убытки по этим финансовым активам оцениваются исходя из обоснованной и подтверждаемой информации о прошлых событиях, текущих и прогнозируемых будущей экономической условиях, а также исходя из временной стоимости денег, где применимо.

Для всех других финансовых инструментов Группа признает ожидаемые кредитные убытки при наличии существенного увеличения кредитного риска с момента первоначального признания. В случае, если кредитный риск по финансовому инструменту не увеличился значительно с момента первоначального признания, Группа оценивает резерв по убыткам по данному финансовому инструменту в размере, равном 12-месячным ожидаемым кредитным убыткам.

Ожидаемые кредитные убытки за весь срок жизни инструмента представляют собой ожидаемые кредитные убытки, возникающие вследствие всех возможных случаев дефолта на протяжении срока действия финансового инструмента. 12-месячные ожидаемые кредитные убытки представляют собой часть ожидаемых кредитных убытков, которые возникнут вследствие дефолтов по финансовому инструменту в течение 12 месяцев после отчетной даты.

При оценке изменения кредитного риска по финансовому инструменту с момента первоначального признания Группа сравнивает риск дефолта по финансовому инструменту на отчетную дату с риском дефолта по финансовому инструменту на дату первоначального признания. При проведении такой оценки Группа анализирует изменение риска наступления дефолта на протяжении ожидаемого срока действия финансового инструмента, учитывая обоснованную и подтверждаемую информацию, доступную без чрезмерных затрат или усилий, которая указывает на значительное увеличение кредитного риска с момента первоначального признания соответствующего инструмента (в том числе использует прогнозную информацию).

Группа предполагает, что кредитный риск по финансовому инструменту не увеличился значительно с момента первоначального признания, если было определено, что финансовый инструмент имеет низкий кредитный риск по состоянию на отчетную дату. Финансовый инструмент имеет низкий кредитный риск, если:

- риск дефолта по финансовому инструменту является низким;
- должник в ближайшей перспективе обладает стабильной способностью выполнить предусмотренные договором денежные обязанности; и неблагоприятные изменения экономических и коммерческих условий в более отдаленной перспективе могут, но не обязательно снизят способность должника выполнить предусмотренные договором денежные обязательства.

На регулярной основе Группа анализирует эффективность критериев, использованных для оценки того, имело ли место существенное увеличение кредитного риска, и при необходимости пересматривает их в целях своевременного выявления значительного увеличения кредитного риска до того, как сумма станет просроченной.

Убыток от обесценения напрямую уменьшает балансовую стоимость всех финансовых активов, за исключением торговой и прочей дебиторской задолженности, снижение балансовой стоимости которой осуществляется за счет созданного резерва. В случае если торговая и прочая дебиторская задолженность является безнадежной, она списывается за счет соответствующего резерва. Полученные впоследствии возмещения ранее списанных сумм отражаются по кредиту счета резерва. Изменения в балансовой стоимости счета резерва отражаются в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе.

Если в последующем периоде размер убытка от обесценения уменьшается, и такое уменьшение может быть объективно привязано к событию, имевшему место после признания обесценения, ранее отраженный убыток от обесценения восстанавливается путем корректировки в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе. При этом балансовая стоимость финансовых вложений на дату восстановления обесценения не может превышать амортизированную стоимость, которая была бы отражена в случае, если бы обесценение не признавалось.

Списание финансовых активов

Группа списывает финансовый актив только в случае прекращения прав на денежные потоки по соответствующему договору или в случае передачи финансового актива и соответствующих рисков и выгод другой организации. Если Группа не передает и не сохраняет все основные риски и выгоды от владения активом, и продолжает контролировать переданный актив, то она отражает свою долю в данном активе и связанном с ним обязательстве в размере возможной оплаты соответствующих сумм.

Если Группа сохраняет все основные риски и выгоды от владения переданным финансовым активом, она продолжает учитывать данный финансовый актив, а также отражает обеспеченный заем по полученным поступлениям.

Финансовые обязательства и долевыми инструментами, выпущенные Группой

Учет в составе обязательств или капитала

Долговые и долевыми финансовые инструменты классифицируются как обязательства или собственные средства исходя из сути договорных обязательств, на основании которых они возникли.

Долевыми инструментами

Долевой инструмент – это любой договор, подтверждающий право на долю активов компании, оставшихся после вычета всех ее обязательств. Выпущенные Группой долевыми инструментами отражаются в размере поступлений по ним за вычетом прямых затрат на их выпуск.

Финансовые обязательства

Все финансовые обязательства впоследствии оцениваются по справедливой стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки либо по справедливой стоимости через прибыли и убытки. Финансовые обязательства классифицируются как оцениваемые по справедливой стоимости через прибыли и убытки, когда финансовое обязательство является (i) условным вознаграждением покупателя при приобретении бизнесов, (ii) предназначенным для торговли или (iii) оно отнесено в категорию оцениваемых по справедливой стоимости через прибыли и убытки. В противном случае финансовые обязательства впоследствии оцениваются по амортизированной стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки.

Относительно оценки финансовых обязательств, отнесенных в категорию оцениваемых по справедливой стоимости через прибыли и убытки, МСФО (IFRS) 9 требует, чтобы сумма изменения справедливой стоимости финансового обязательства, связанная с изменениями кредитного риска по данному обязательству, была представлена в прочем совокупном доходе, если только признание таких изменений в прочем совокупном доходе не приведет к возникновению или увеличению несоответствия в составе прибыли или убытка. Изменения справедливой стоимости, связанные с изменениями кредитного риска финансового обязательства, впоследствии не реклассифицируются в состав прибыли или убытка.

Прекращение признания финансовых обязательств

Группа прекращает признание финансовых обязательств только в случае их погашения, аннулирования или истечения срока действия. Разница между балансовой стоимостью финансового обязательства, признание которого прекращается, и уплаченным или причитающимся к уплате вознаграждением признается в прибыли или убытке.

Налог на добавленную стоимость

Налог на добавленную стоимость («НДС») по реализованным товарам подлежит уплате в государственный бюджет либо (а) в момент получения аванса от покупателей, либо (б) в момент поставки товаров или оказания услуг покупателям, в зависимости от того, что происходит раньше. НДС по приобретенным товарам и услугам в большинстве случаев подлежит возмещению путем зачета против НДС, начисленного с выручки от реализации, по факту поступления соответствующих счетов-фактур. Входящий НДС по незавершенному строительству может быть возмещен по получении счетов-фактур по отдельным этапам проведенных работ, либо, если проект незавершенного строительства не может быть разделен на этапы, при получении счетов-фактур по завершении подрядных работ в целом.

Как правило, налоговые органы разрешают производить зачет НДС. НДС в отношении операций купли-продажи, расчет по которым не был завершен на отчетную дату, отражается в консолидированном отчете о финансовом положении развернуто отдельными суммами как активы и обязательства. При создании резерва под обесценение дебиторской задолженности убыток от обесценения отражается в размере полной суммы задолженности, включая НДС.

На каждую отчетную дату Группа оценивает возмещаемость остатка входящего НДС и создает резерв под обесценение в отношении сумм, сомнительных к возмещению, в случае необходимости.

Товарно-материальные запасы

Товарно-материальные запасы отражаются по наименьшей из двух величин: средней себестоимости или чистой цене возможной продажи. Расходы по транспортировке товаров от поставщиков до центрального распределительного склада Группы включаются в состав чистой себестоимости товарно-материальных запасов. Предоставленные поставщиками скидки и бонусы, которые не являются возмещением прямых, дополнительных и идентифицируемых издержек по продвижению товаров поставщиков, также включаются в себестоимость товарно-материальных запасов. Прочие затраты, связанные со складированием, хранением и доставкой товарных запасов от центральных распределительных складов Группы до точек розничной торговли, относятся на расходы по мере возникновения и включаются в «Себестоимость реализации» (затраты на доставку товарных запасов от центральных распределительных складов Группы до торговых точек) или в состав «Коммерческих, общехозяйственных и административных расходов» (все остальные затраты).

Чистая цена возможной продажи – это предполагаемая цена реализации за вычетом всех предполагаемых расходов на реализацию.

Денежные средства и их эквиваленты

Денежные средства и их эквиваленты включают денежные средства в банках, в пути, в т.ч. платежи по эквайрингу, и в кассах магазинов, краткосрочные депозиты с первоначальным сроком погашения не более трех месяцев.

Движения денежных средств, связанных с получением и выплатой кредитов и займов за период, меньший чем три месяца представлены в отчете о движении денежных средств на валовой основе.

Затраты по кредитам и займам

Затраты по кредитам и займам капитализируются Группой в состав актива, если они напрямую относятся к приобретению или строительству квалифицируемого актива. Затраты по кредитам и займам, капитализируются при условии, что этих затрат можно было бы избежать, если бы Компания не проводила капитальных вложений.

Группа включает в состав квалифицируемых активов капитальные вложения в арендованные средства и прочие активы, приобретенные в связи с открытием новых магазинов, для которых подготовка к использованию занимает три и более месяцев. Прочие затраты по займам признаются в составе расходов в период их возникновения.

Резервы

Резервы признаются, когда у Группы в настоящем периоде имеется обязательство, возникшее в результате прошлых событий, существует вероятность того, что от Группы потребуется погашение данного обязательства, и при этом может быть сделана надежная оценка суммы обязательства.

Сумма, признанная в качестве резерва, представляет собой наилучшую оценку затрат, необходимых для погашения текущего обязательства на отчетную дату, принимая во внимание риски и неопределенность, связанные с обязательством.

Когда все или некоторые экономические выгоды, необходимые для покрытия резерва, предполагается получить от третьей стороны, дебиторская задолженность признается в качестве актива в случае, если имеется почти полная уверенность в том, что возмещение будет получено и сумма дебиторской задолженности может быть надежно определена.

Признание выручки

Выручка признается Группой по мере передачи обещанных товаров или услуг покупателям в сумме, соответствующей ожидаемому вознаграждению, на которое Группа имеет право в обмен на товары и услуги. Из суммы выручки вычитается предполагаемая стоимость возвратов товаров покупателями, суммы скидок и НДС. Выручка от реализации товаров компаниям внутри Группы не учитывается для целей консолидированной финансовой отчетности.

МСФО (IFRS) 15 вводит пятиэтапную модель признания выручки:

- этап 1: определить договор (договоры) с покупателями;
- этап 2: определить обязанности к исполнению договора;
- этап 3: определить сумму сделки;
- этап 4: распределить сумму сделки между обязанностями к исполнению по договору;
- этап 5: признать выручку, когда / по мере того как организация выполнит обязанности к исполнению договора.

Группа признает выручку тогда или по мере того, как выполняется обязательство исполнителя, т.е. когда контроль над товарами или услугами, составляющими обязательство исполнителя, переходит к покупателю: в момент продажи товаров покупателям в розничных магазинах (выручка от розничной торговли) или в момент доставки товаров клиентам, включая самовывоз из магазинов (выручка от торговли через Интернет-магазин).

Программы лояльности

В Группе действуют программы лояльности клиентов «М. Club» и «Эльдорадо», которые позволяют покупателям накапливать баллы при покупке товаров в магазинах Группы. Группа пришла к заключению, что согласно МСФО (IFRS) 15 программы лояльности приводят к возникновению отдельного обязательства к исполнению, поскольку оно предоставляет покупателю существенное право, и распределила часть цены сделки на бонусные баллы, предоставленные покупателям, основываясь на относительной цене их обособленной продажи.

Договоры на продажу программ дополнительного обслуживания

До 15 мая 2019 года Группа реализовывала программы дополнительного обслуживания («ПДО»), по которым у Группы возникли обязательства перед покупателями по обслуживанию ПДО в течение всего периода действия договора. Выручка от продажи ПДО переносится на следующие периоды и признается равномерно в течение всего срока действия договора. Выручка по сертификатам, проданным Группой в предыдущие периоды, будет признаваться до июля 2024 года. Соответствующие расходы, такие как стоимость услуг по обслуживанию сертификатов, общехозяйственные и административные расходы и расходы на рекламу, признаются в отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе по мере их возникновения.

Агентская комиссия

Поступления от продажи товаров или услуг Группой как посредником отражаются в составе выручки в нетто-сумме (т.е. в сумме комиссии, причитающейся Группе). Соответствующее вознаграждение Группа получает за продажу товаров, контрактов на предоставление услуг телефонной связи и телевидения, страховых полисов и других услуг.

Подарочные карты

Группа реализует подарочные карты покупателям через магазины розничной торговли и через свой сайт в Интернете. Подарочные карты имеют ограниченный срок действия и должны быть использованы до указанной на них даты. Группа признает доход от продажи подарочных карт на более раннюю из дат, когда: (i) подарочная карта использована покупателем; или (ii) срок действия подарочной карты истек.

Процентные доходы

Процентные доходы от финансового актива признаются, когда существует вероятность получения Группой экономических выгод и сумма дохода может быть надежно определена. Процентные доходы отражаются по мере начисления с использованием метода эффективной процентной ставки и стоимости финансового актива. Процентный доход включается в состав финансовых доходов консолидированного отчета о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе.

Себестоимость реализации

Себестоимость реализации включает стоимость товаров и услуг, приобретенных у поставщиков, стоимость доставки товаров до распределительных центров, расходы, связанные с транспортировкой товаров из распределительных центров в магазины, списание избыточных или устаревших товарно-материальных запасов, резерв под недостачи и бонусы, получаемые от поставщиков товаров.

Бонусы поставщиков

Группа получает бонусы от поставщиков. Данные бонусы поступают в форме денежных платежей или других вознаграждений, предоставляемых за достижение Группой определенного объема закупок, а также с целью компенсации расходов на рекламу и иных расходов, поддержания рентабельности продаж в период проведения маркетинговых акций и т.д. Группа имеет соглашения с каждым поставщиком в отношении особых условий для каждого вида соглашений и выплат. В зависимости от условий соглашений с поставщиками Группа признает такие вознаграждения в качестве уменьшения расходов текущего периода или же распределяет такие платежи на весь срок, в течение которого продаются соответствующие товарно-материальные запасы.

Если выплата представляет собой возмещение прямых, дополнительных и идентифицируемых издержек, понесенных с целью продвижения продукции поставщика, то она учитывается как уменьшение соответствующих расходов. В иных случаях, бонусы поставщиков учитываются в виде снижения себестоимости товаров, к которым они относятся.

Бонусы поставщиков, предоставляемые за достижение Группой определенного объема закупок, отражаются в учете, когда существует разумная уверенность в том, что Группа достигнет объемов закупок, предусмотренных соглашениями с поставщиками. Такие платежи учитываются в качестве уменьшения стоимости приобретенных товаров и признаются в консолидированном отчете о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе, когда соответствующие товарные запасы проданы.

Суммы компенсации снижения торговой наценки проданных товаров, поддержки проводимых акций по продвижению товаров и аналогичные платежи согласовываются с поставщиками и документируются командой департамента закупок Группы и относятся на уменьшение себестоимости проданных товаров в том периоде, в котором Группой выполняются условия их получения.

Затраты, предшествующие открытию магазинов

Затраты, предшествующие открытию новых магазинов, которые не соответствуют критериям капитализации, предусмотренным МСФО (IAS) 16 «Основные средства», относятся на расходы по мере возникновения. В состав таких затрат входят расходы на аренду, оплату коммунальных услуг и прочие операционные расходы.

Вознаграждения, основанные на акциях

Выплаты, основанные на акциях, с расчетами денежными средствами

Обязательства Группы в отношении выплат, основанных на акциях, с расчетами денежными средствами отражаются как «Выплаты, основанные на акциях, с расчетами денежными средствами» и первоначально оцениваются по справедливой стоимости данных обязательств. Переоценка справедливой стоимости обязательства производится в конце каждого отчетного периода вплоть до момента погашения обязательства, а также на дату погашения, а изменения справедливой стоимости отражаются в составе прибыли и убытков за период.

Выплаты, основанные на акциях, с расчетами акциями

Вознаграждения сотрудникам, основанные на рыночной стоимости акций и выплачиваемые в виде акций, учитываются по справедливой стоимости долевых инструментов на дату предоставления вознаграждения. Справедливая стоимость вознаграждения, основанного на акциях, расчеты по которым производятся долевыми инструментами, определенная на дату предоставления прав на вознаграждение, относится на расходы равномерно в течение периода закрепления прав.

Вознаграждения работникам

Заработная плата сотрудников за осуществленную трудовую деятельность признается в качестве расхода, соответствующего отчетного периода. Группа осуществляет взносы в государственный пенсионный фонд, фонды медицинского и социального страхования за всех своих сотрудников (пенсионный план с установленными взносами группы работодателей) посредством социальных отчислений. Единственным обязательством Группы является своевременное перечисление взносов в фонды. Таким образом, Группа не имеет обязательств по выплатам и не гарантирует каких-либо будущих выплат своим российским сотрудникам. Все расходы признаются в составе консолидированного отчета о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе в том периоде, в котором наступает срок их выплаты. Величина взносов в отношении каждого работника варьируется от 15,1% до 30% от суммы его дохода в зависимости от ее размера. Группа не имеет пенсионных планов, спонсируемых работодателем.

Дивиденды

Дивиденды признаются в качестве обязательств в том периоде, в котором они объявлены решением общего собрания акционеров, и подлежат выплате в соответствии с законодательством. Информация о дивидендах раскрывается в отчетности, если они были предложены до отчетной даты, а также предложены или объявлены после отчетной даты, но до даты утверждения к выпуску финансовой отчетности.

Выкупленные собственные акции

В случае если Группа выкупает собственные акции, то данные собственные акции («выкупленные собственные акции») отражаются как уменьшение капитала по стоимости затрат на их приобретение. Прибыль и убытки не признаются в отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе при покупке, продаже, выпуске или аннулировании собственных акций. Такие собственные выкупленные акции могут быть приобретены и принадлежать Компании или дочерним компаниям.

Аренда

Активы в форме права пользования

Группа признает активы в форме права пользования на дату начала аренды (т.е. дату, на которую базовый актив становится доступным для использования). Активы в форме права пользования оцениваются по первоначальной стоимости, за вычетом накопленной амортизации и накопленных убытков от обесценения, с корректировкой на переоценку обязательств по аренде. Первоначальная стоимость актива в форме права пользования включает величину признанных обязательств по аренде, понесенные первоначальные прямые затраты и арендные платежи, произведенные на дату начала аренды или до такой даты за вычетом полученных стимулирующих платежей по аренде. Если у Группы отсутствует достаточная уверенность в том, что она получит право собственности на арендованный актив в конце срока аренды, признанный актив в форме права пользования амортизируется линейным методом на протяжении более короткого из следующих периодов: предполагаемый срок полезного использования актива или срок аренды. Активы в форме права пользования проверяются на предмет обесценения.

Обязательства по аренде

На дату начала аренды Группа признает обязательства по аренде, оцениваемые по приведенной стоимости арендных платежей, которые будут осуществлены в течение срока аренды. Арендные платежи включают фиксированные платежи (в том числе по существу фиксированные платежи) за вычетом любых стимулирующих платежей по аренде к получению, переменные арендные платежи, которые зависят от индекса или ставки,

и суммы, которые, как ожидается, будут уплачены по гарантиям ликвидационной стоимости. Арендные платежи также включают цену исполнения опциона на покупку, если имеется достаточная уверенность в том, что Группа исполнит этот опцион, и выплаты штрафов за прекращение аренды, если срок аренды отражает потенциальное исполнение Группой опциона на прекращение аренды. Переменные арендные платежи, которые не зависят от индекса или ставки, признаются в качестве расходов в том периоде, в котором наступает событие или условие, приводящее к осуществлению таких платежей.

Для расчета приведенной стоимости арендных платежей Группа использует ставку привлечения дополнительных заемных средств на дату начала аренды, если процентная ставка, заложенная в договоре аренды, не может быть легко определена. После даты начала аренды величина обязательств по аренде увеличивается для отражения начисления процентов и уменьшается для отражения осуществленных арендных платежей. Кроме того, в случае модификации, изменения срока аренды, изменения по существу фиксированных арендных платежей или изменения оценки опциона на покупку базового актива производится переоценка балансовой стоимости обязательства по аренде.

Определение срока аренды по договорам, где Группа выступает в качестве арендатора

Группа определяет срок аренды как не подлежащий досрочному прекращению период аренды вместе с периодами, в отношении которых предусмотрен опцион на продление аренды, если имеется достаточная уверенность в том, что он будет исполнен, или периодами, в отношении которых предусмотрен опцион на прекращение аренды, если имеется достаточная уверенность в том, что он не будет исполнен. Определенный Группой срок аренды может отличаться от срока действия договора аренды. Срок аренды в целом по Группе составляет до 10 лет.

Альтернативные показатели эффективности («АПЭ»)

В финансовой отчетности руководство использовало различные АПЭ. Данные показатели не предусмотрены Международными стандартами финансовой отчетности и могут не иметь сравнительных аналогов у других компаний, занимающихся аналогичной сферой деятельности.

АПЭ должны рассматриваться как дополнительные показатели и не считаются заменой для показателей МСФО. Показатели МСФО имеют приоритет над использованными показателями АПЭ.

Руководство полагает, что АПЭ позволяют получить дополнительную информацию относительно трендов развития, результатов деятельности и финансового состояния Группы. АПЭ используются также для сопоставимости показателей в разных отчетных периодах и позволяют отразить полезную информацию об основной розничной деятельности Группы исключая факторы, которые находятся не под контролем Группы, но влияют на показатели МСФО, что помогает пользователям отчетности оценить результаты деятельности Группы.

Таким образом, АПЭ используются Советом директоров и руководством для анализа результатов деятельности, планирования, отчетности и установки коэффициентов эффективности деятельности.

Ниже указаны АПЭ используемые Группой:

АПЭ	Ближайший эквивалент показателя МСФО	Корректировка для приведения к показателю МСФО	Определение и цель
Показатель прибыли			
Чистая прибыль и общий совокупный доход за год с исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий	Чистая прибыль и общий совокупный доход за год	Исключение доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий	Это ключевой показатель результатов деятельности и оценки руководством. Показатель исключает долю прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий. Данный показатель используется, чтобы исключить результаты деятельности компаний, которые не входят в Группу, чей финансовый результат Группа не может контролировать

Сверка АПЭ, описанного выше, с ближайшим эквивалентным показателем МСФО:

	2020 год	2019 год
Чистая прибыль и общий совокупный доход за год	6 541	7 134
Добавление: доля (прибыли) убытка ассоциированных и совместных предприятий	2 468	1 955
Чистая прибыль и общий совокупный доход за год с исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий	9 009	9 089

4. НОВЫЕ И ПЕРЕСМОТРЕННЫЕ МСФО, ВЫПУЩЕННЫЕ, НО ЕЩЕ НЕ ВСТУПИВШИЕ В СИЛУ

На момент утверждения настоящей консолидированной финансовой отчетности были опубликованы следующие стандарты и интерпретации, которые являются обязательными для отчетных периодов Группы, начинающихся не ранее 1 января 2021 года или после этой даты, и которые Группа не применила досрочно:

Стандарты и интерпретации	Применимы к годовым отчетным периодам, начинающимся не ранее
МСФО (IFRS) 17 «Договоры страхования»	1 января 2023 года
Поправки к МСФО (IFRS) 10 и МСФО (IAS) 28 «Продажа или передача активов между инвестором и его ассоциированной организацией или совместным предприятием»	Дата будет определена СМСФО
Поправки к МСФО (IAS) 1 «Классификация обязательств в качестве краткосрочных или долгосрочных»	1 января 2022 года
Поправки к МСФО (IFRS) 3 «Ссылки на «Концептуальные основы»	1 января 2022 года
Поправки к МСФО (IAS) 16 «Основные средства – Поступления от продажи продукции, произведенной до использования основных средств в соответствии с намерениями руководства»	1 января 2022 года
Поправки к МСФО (IAS) 37 «Обременительные договоры – Затраты на исполнение договора»	1 января 2022 года
«Ежегодные улучшения МСФО, период 2018-2020 годов»	1 января 2022 года

Поправки к МСФО (IFRS) 10 и МСФО (IAS) 28 «Продажа или взнос активов в сделках между инвестором и его ассоциированной организацией или совместным предприятием»

Поправки к МСФО (IFRS) 10 и МСФО (IAS) 28 применяются к случаям продажи или вноса активов между инвестором и его ассоциированной организацией или совместным предприятием. В частности, поправки разъясняют, что прибыли или убытки от потери контроля над дочерней организацией, которая не является бизнесом, в сделке с ассоциированной организацией или совместным предприятием, которые учитываются методом долевого участия, признаются в составе прибыли или убытков материнской компании только в доле других несвязанных инвесторов в этой ассоциированной организации или совместном предприятии. Аналогично, прибыли или убытки от переоценки до справедливой стоимости оставшейся доли в прежней дочерней организации (которая классифицируется как инвестиция в ассоциированную организацию или совместное предприятие и учитывается методом долевого участия) признаются бывшей материнской компанией только в доле несвязанных инвесторов в новую ассоциированную организацию или совместное предприятие.

Поправки к МСФО (IAS) 1 «Классификация обязательств в качестве краткосрочных или долгосрочных» (в рамках проекта по формированию Ежегодных улучшений МСФО циклов 2010-2012 годов)

Поправки призваны облегчить понимание, что обязательство классифицируется как долгосрочное, если организация ожидает, и имеет полномочия рефинансировать обязательство или перенести сроки его погашения по меньшей мере на 12 месяцев после отчетного периода в рамках действующей кредитной линии с прежним заемщиком, на равносильных или схожих условиях.

Поправки вносят изменение только в части представления обязательств в отчете о финансовом положении, т.е. не в части суммы, момента признания или раскрытия информации.

Поправки разъясняют, что классификация должна быть основана на существовании на конец отчетного периода права отложить погашение обязательства по меньшей мере на 12 месяцев. Таким образом, поправки в явной форме указывают, что только те права, которые имеют место «на конец отчетного период», должны оказывать влияние на классификацию обязательства. При этом классификация не зависит от ожиданий относительно того, воспользуется ли организация правом отложить погашение обязательства, под которым подразумевается перечисление контрагенту денежных средств, долевого инструментов, или других активов или услуг. Поправки вступают в силу в отношении периодов, начинающихся 1 января 2022 года или после этой даты, и применяются ретроспективно. Досрочное применение является допустимым.

Поправки к МСФО (IFRS) 3 – «Ссылки на «Концептуальные основы»

Поправки вносят обновления в МСФО (IFRS) 3, вследствие чего он ссылается на «Концептуальные основы» 2018 года, а не «Концептуальные основы» 1989 года. Они также вносят в МСФО (IFRS) 3 требование, чтобы в сфере действия МСФО (IAS) 37 приобретатель применял МСФО (IAS) 37, чтобы определить, имеется ли на дату приобретения существующая обязанность, возникшая в результате прошлых событий. В отношении обязательных платежей, которые попадают в сферу действия КРМФО (IFRIC) 21 «Обязательные платежи» приобретатель применяет КРМФО (IFRIC) 21, чтобы определить, возникло ли обязывающее событие, которое приводит к возникновению обязательства по уплате обязательных платежей, к дате приобретения.

Помимо этого, поправки добавляют однозначное утверждение, в отношении того, что приобретатель не должен признавать условные активы, приобретенные при объединении бизнеса.

Данные поправки действуют в отношении сделок по объединению бизнесов, дата приобретения по которым совпадает или наступает после начала первого годового периода, начинающегося 1 января 2022 года или после этой даты. Разрешается досрочное применение, если организация также начала ранее или одновременно начинать применять все другие обновленные ссылки (опубликованные вместе с обновленными «Концептуальными основами»).

Поправки к МСФО (IAS) 37 «Обременительные договоры – Затраты на исполнение договора»

В данных поправках указано, что «дополнительными затратами на исполнение договора» являются «затраты, непосредственно связанные с договором». Затраты, непосредственно связанные с договором, включают в себя как дополнительные затраты на исполнение договора (например, прямые трудозатраты или материалы), так и распределение других затрат, которые также непосредственно связаны с исполнением договора (например, распределение амортизационных затрат на объект основных средств, используемый при исполнении договора).

Данные поправки применяются к договорам, обязательства по которым организация еще не исполнила на начало годового периода, когда организация впервые применяет данные поправки. Пересчет сравнительных показателей не производится. Вместо этого организация должна признавать совокупный эффект от первоначального применения поправок как корректировку вступительной нераспределенной прибыли или иной компонент капитала, если уместно, на дату первоначального применения.

Поправки действуют в отношении годовых периодов, начинающихся 1 января 2022 года или после этой даты с возможностью досрочного применения.

«Ежегодные улучшения МСФО за 2018-2020 годы»

МСФО (IFRS) 1 «Первое применение Международных стандартов финансовой отчетности»

Данная поправка предоставляет дополнительное упрощенное положение в отношении учета совокупных курсовых разниц для дочерних организаций, которые впервые применяют стандарты позже, чем их материнские организации. В результате данной поправки дочерняя организация, которая использует исключение в МСФО (IFRS) 1:16D(a), теперь также может оценивать курсовые разницы по всем иностранным подразделениям по балансовой стоимости, которая была бы включена в консолидированную отчетность материнской организации, с использованием даты перехода материнской организации на стандарты МСФО, как если не было сделано никаких корректировок при консолидации и в отношении эффекта от объединения бизнесов, в результате которого материнская организация приобрела дочернюю. Аналогичный выбор может сделать ассоциированная организация или совместное предприятие, которое применяет исключение в соответствии с МСФО (IFRS) 1:16D(a).

Поправка действует в отношении годовых периодов, начинающихся 1 января 2022 года или после этой даты с возможностью досрочного применения.

МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты»

В данных поправках разъясняется, что в целях так называемого «теста 10%», который определяет, следует ли прекращать признание финансового обязательства, организация должна принимать во внимание только те комиссионные вознаграждения, которые были выплачены или получены между организацией (заемщиком) и кредитором, включая вознаграждение, выплаченное или полученное заемщиком или кредитором от имени другой стороны.

Организация должна применять данную поправку в отношении финансовых обязательств, которые были модифицированы или заменены на дату начала годового отчетного периода, в котором организация впервые применяет данную поправку.

Поправка действует в отношении годовых периодов, начинающихся 1 января 2022 года или после этой даты с возможностью досрочного применения.

Руководство Группы не ожидает, что принятие этих поправок, а также всех других поправок и стандартов окажет влияние на консолидированную финансовую отчетность Группы.

5. ОСНОВНЫЕ БУХГАЛТЕРСКИЕ ОЦЕНКИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В УЧЕТЕ, И ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В ОЦЕНКЕ

Применение учетной политики Группы, изложенной в Примечании 3, требует от руководства формирования суждений, оценок и допущений в отношении балансовой стоимости активов и обязательств, которую невозможно определить на основании других источников. Оценочные значения и лежащие в их основе допущения формируются исходя из прошлого опыта и прочих факторов, которые считаются обоснованными в конкретных обстоятельствах, и среди прочего включают толкования в отношении неопределенности и противоречивости российской правовой и налоговой систем и трудности получения основанных на договорах прав согласно определениям, содержащимся в договорах. Фактические результаты могут отличаться от этих оценок.

Оценки и связанные с ними допущения постоянно пересматриваются. Последствия того или иного изменения в бухгалтерской оценке отражаются в том периоде, в котором оценка была пересмотрена, если изменение затрагивает только этот период, либо в том периоде, в котором оценка была пересмотрена и в будущих периодах, если изменение затрагивает как отчетный, так и будущие периоды.

Существенные оценки и допущения

Оценка стоимости товарно-материальных запасов

Руководство на периодической основе проводит проверку товарных остатков для выявления возможности реализации запасов по цене, превышающей или равной их балансовой стоимости плюс расходы на продажу. Такая проверка включает выявление неходовых и устаревших товарно-материальных запасов, а также частично или полностью поврежденных товарно-материальных запасов. Процесс выявления подразумевает оценку исторических данных и анализ продаж товаров по цене ниже себестоимости. В отношении поврежденных товарно-материальных запасов начисляется резерв либо производится списание в зависимости от степени повреждений. Руководство начисляет резерв по любым объектам товарно-материальных запасов, признаваемым устаревшими. Резерв начисляется в размере разницы между себестоимостью товарно-материальных запасов и их оцененной возможной стоимостью чистой реализации.

Резерв возможной стоимости чистой реализации рассчитывался с использованием следующей методологии:

- запасы, предназначенные для перепродажи – сопоставление ожидаемой цены реализации с балансовой стоимостью по каждой единице учета запасов;
- поврежденные товары – анализ данных прошлых лет по скидкам, предоставляемым на поврежденные товары, и сравнение с учетной стоимостью по состоянию на отчетную дату, а также анализ исторических данных о компенсациях, полученных от поставщиков в отношении поврежденных товаров;
- запасы, находящиеся в сервисных центрах – создается резерв, рассчитанный на основе оценок руководства в отношении балансовой стоимости запасов и на основе исторических данных по продажам соответствующих товаров и компенсаций, полученных от поставщиков в отношении товаров, находящихся в сервисных центрах;
- дополнительные суммы резерва начисляются, если существует фактическое свидетельство снижения цен продажи по истечении отчетного периода в такой степени, что такое снижение подтверждает условия, существующие по состоянию на конец периода.

Если фактические результаты будут отличаться от оценок руководства в отношении реализации запасов по цене, равной или меньшей их балансовой стоимости, от руководства потребуется корректировка балансовой стоимости товарно-материальных запасов.

Налоговые и таможенные резервы и условные обязательства

Группа уплачивает различные налоги, взимаемые в Российской Федерации. Большая часть товаров Группы импортируется на территорию Российской Федерации, а значит, подпадает под действие российского таможенного законодательства. Определение суммы резерва по налогу на прибыль и прочим налогам в значительной мере является предметом субъективного суждения. Группа признает обязательства по предполагаемым налоговым спорам на основе оценки потенциально возможных дополнительных налоговых обязательств. В случае если итоговый результат по этим налоговым обязательствам будет отличаться от изначально отраженных сумм, данная разница окажет влияние на сумму налога и резерва по налогу в том периоде, в котором она выявляется.

Аренда – оценка ставки привлечения дополнительных заемных средств

Группа не может легко определить процентную ставку, заложенную в договоре аренды, поэтому для оценки обязательств по аренде используются процентные ставки, по которым Группа в аналогичных экономических условиях могла бы привлечь на сопоставимый срок и при сопоставимом обеспечении заемные средства, необходимые для получения актива со стоимостью, аналогичной стоимости актива в форме права пользования. Используемые в расчетах процентные ставки привлечения заемных средств требуют использования расчетных оценок. Группа определяет процентные ставки привлечения заемных средств с использованием наблюдаемых исходных данных (таких как рыночные процентные ставки) и использует определенные расчетные оценки, характерные для организации.

Выручка, относящаяся к бонусам, выпущенным в рамках программ лояльности

Группа ведет учет бонусных баллов как отдельных компонентов транзакций по реализации товара, в результате которых они были выданы клиентам, вследствие чего часть справедливой стоимости компенсации, получаемой от клиентов за товар, в отношении бонусных баллов признается в консолидированном отчете о финансовом положении в качестве отложенной выручки. Бонусные баллы признаются в качестве выручки в течение периода, когда они используются либо аннулируются согласно условиям программы лояльности. Таким образом, руководству необходимо делать оценку предполагаемого использования баллов, которая может быть основана на накопленной статистике за прошлые периоды. Данная оценка осуществляется в условиях высокой неопределенности, которая существует на каждую отчетную дату, поскольку бонусные баллы аннулируются по истечении установленного времени.

Существенные суждения по применению учетной политики Группы

Определение срока аренды по договорам с опционами на продление и прекращение – Группа – арендатор

Группа определяет срок аренды как период аренды, не подлежащий досрочному прекращению, включая любой период продления аренды, предоставляемый опционом, при условии высокой вероятности исполнения данного опциона, или любые другие периоды прекращения аренды, предоставляемые опционом, при условии высокой вероятности неисполнения опциона.

У Группы имеется ряд договоров аренды, в которые включены опционы на прекращение аренды. Группа применяет суждение в оценке вероятности неисполнения опциона на прекращение аренды. При этом учитываются все факторы, относящиеся к экономическому стимулу по прекращению или продолжению срока аренды. После начала аренды Группа пересматривает срок договора, если происходит существенное событие или изменение условий, которое подконтрольно Группе и влияет на ее способность исполнить или отказаться от опциона на продление (например, возведение неотделимых улучшений арендованного имущества или существенная перестройка арендованного актива). Периоды, в отношении которых есть высокая вероятность, что будет исполнен опцион на прекращение, не включаются в срок аренды.

Классификация договоров о финансировании поставок

Как указано в Примечании 35, для управления ликвидностью Группа использует различные инструменты управления оборотным капиталом и получения необходимой отсрочки платежа у поставщиков, в том числе договоры факторинга, коммерческий кредит и векселя. Руководство анализирует каждый инструмент на предмет его классификации в качестве торговой кредиторской задолженности или финансовых обязательств. При анализе Группа рассматривает такие факторы, как коммерческий смысл инструмента, его влияние на оборотный капитал, соответствие получаемой отсрочки платежа рыночным условиям, наличие или отсутствие дополнительного обеспечения и т.д.

Бонусы поставщиков

Руководство делает оценку суммы и надлежащего времени признания дохода, получаемого от поставщиков за достижение Группой определенного объема закупок, а также с целью компенсации снижения торговой наценки, расходов на рекламу и поддержания рентабельности продаж. Для определения суммы зависящих от объема товаров бонусов, признаваемых в каком-либо периоде, руководство оценивает вероятность достижения согласованных с поставщиков целевых показателей, основываясь на исторических и прогнозных данных. В отношении признания величины бонусов, связанных с продвижением отдельных видов товаров и с прочими активностями, как правило, существует меньшая неопределенность.

Руководство оценивает исполнение Группой обязательств перед поставщиками, от которых зависит получение дохода, и признает доход по мере исполнения таких обязательств или по факту их полного удовлетворения в зависимости от конкретных соглашений с поставщиками. Доход от получения бонусов признается в уменьшение себестоимости реализации, за исключением компенсаций прямых, дополнительных и идентифицируемых издержек, которые учитываются против соответствующих расходов. В том случае, если доходы относятся к товарам, которые еще не были распроданы, они уменьшают стоимость товарных запасов, учтенных на конец отчетного

периода.

6. ГУДВИЛ

По состоянию на 31 декабря 2020 года Группа осуществила тест на обесценение гудвила, образовавшегося при приобретении бизнеса Эльдорадо и Медиа Маркт, и торгового знака «Эльдорадо».

Для целей тестирования гудвила на обесценение, ЕГДП, представленные группой магазинов, расположенных в одном городе, были сгруппированы на уровне единственного операционного сегмента Группы. Возмещаемая стоимость ЕГДП определялась как стоимость использования.

Потоки денежных средств прогнозировались исходя из утвержденных Группой бюджетов. Использовался прогнозный период равный 5 годам, так как этот срок определен руководством Группы в качестве приемлемого горизонта планирования.

Денежные потоки за пределами 5 лет экстраполируются, используя темпы роста сопоставимые с прогнозными темпами роста индекса потребительских цен.

Допущениями, используемыми для расчета стоимости от использования, к которым возмещаемая стоимость наиболее чувствительна, являются: рост EBITDA в размере в среднем 5% в год, ставка дисконтирования до налогообложения, применяемая к прогнозируемым денежным потокам, в размере 11,69%, темпы роста в постпрогнозный период в размере 3%.

Руководство проанализировало влияние изменений в ключевых допущениях на возмещаемую сумму. Изменения в ключевых допущениях, которые могут привести к возможному обесценению гудвила, не являются вероятными с учетом текущих рыночных оценок.

7. ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА

Основные средства по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлены следующим образом:

	Земля и здания	Капитальные вложения в арендованные основные средства	Незавершенное строительство и оборудование к установке	Торговое оборудование	Охранное оборудование	Компьютерное и телекоммуникационное оборудование	Прочие основные средства	Итого
ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ								
На 1 января 2019 года	10 958	7 126	3 391	8 411	2 245	4 829	2 116	39 076
Приобретения	-	-	4 392	-	-	-	-	4 392
Перемещения	77	1 088	(5 536)	2 240	546	1 077	508	-
Выбытия	(79)	(197)	-	(135)	(17)	(140)	(174)	(742)
Реклассификация в активы, предназначенные для продажи	(351)	-	-	-	-	-	-	(351)
На 31 декабря 2019 года	10 605	8 017	2 247	10 516	2 774	5 766	2 450	42 375
Приобретения	-	-	2 378	-	-	-	-	2 378
Перемещения	45	1 321	(4 005)	1 404	411	598	226	-
Выбытия	(128)	(147)	-	(260)	(45)	(111)	(83)	(774)
Реклассификация в активы, предназначенные для продажи	(6)	-	-	-	-	-	-	(6)
На 31 декабря 2020 года	10 516	9 191	620	11 660	3 140	6 253	2 593	43 973
НАКОПЛЕННАЯ АМОРТИЗАЦИЯ								
На 1 января 2019 года	3 115	4 688	-	5 442	1 477	2 861	1 210	18 793
Начислено за период	775	622	-	1 122	399	1 045	459	4 422
Выбытия	(12)	(150)	-	(122)	(13)	(113)	(159)	(569)
Реклассификация в активы, предназначенные для продажи	(48)	-	-	-	-	-	-	(48)
На 31 декабря 2019 года	3 830	5 160	-	6 442	1 863	3 793	1 510	22 598
Начислено за период	784	778	-	1 358	561	1 012	484	4 977
Выбытия	(87)	(93)	-	(229)	(38)	(104)	(76)	(627)
На 31 декабря 2020 года	4 527	5 845	-	7 571	2 386	4 701	1 918	26 948
ОСТАТОЧНАЯ СТОИМОСТЬ								
НА 31 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА	6 775	2 857	2 247	4 074	911	1 973	940	19 777
НА 31 ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА	5 989	3 346	620	4 089	754	1 552	675	17 025

Амортизационные отчисления отражены в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (Примечание 26).

Активы балансовой стоимостью 147, в основном относящиеся к магазинам, закрытым Группой, выбыли в течение 2020 года (2019 год: 173). Убыток от выбытия в размере 23 (2019 год: 116) был отражен в составе прочих операционных расходов (Примечание 28).

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов Группа не передавала основные средства в залог.

8. АКТИВЫ В ФОРМЕ ПРАВА ПОЛЬЗОВАНИЯ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПО АРЕНДЕ

Ниже представлена балансовая стоимость активов в форме права пользования, имеющих у Группы, и ее изменения в течение периода:

	Земельные участки	Торговые точки	Склады	Транспортные средства	Прочие права аренды	Итого
ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ						
На 1 января 2019 года	455	66 103	3 204	199	1 680	71 641
Заключение новых договоров аренды	15	7 160	22	48	1	7 246
Модификация договоров аренды	3	5 824	3 360	4	(293)	8 898
Выбытия	-	(735)	(157)	(10)	(252)	(1 154)
Пересмотр опционов на досрочное расторжение договоров аренды	-	(8 253)	-	-	-	(8 253)
На 31 декабря 2019 года	473	70 099	6 429	241	1 136	78 378
Заклучение новых договоров аренды	2	5 945	6	3	42	5 998
Модификация договоров аренды	20	19 335	1 936	-	(198)	21 093
Выбытия	(109)	(2 557)	(22)	(10)	(45)	(2 743)
Пересмотр опционов на досрочное расторжение договоров аренды	-	(213)	-	-	-	(213)
На 31 декабря 2020 года	386	92 609	8 349	234	935	102 513
НАКОПЛЕННАЯ АМОРТИЗАЦИЯ И УБЫТОК ОТ ОБЕСЦЕНЕНИЯ						
На 1 января 2019 года	-	114	-	72	-	186
Начислено за период	18	14 127	1 147	61	200	15 553
Выбытия	-	(131)	(44)	(9)	(9)	(193)
На 31 декабря 2019 года	18	14 110	1 103	124	191	15 546
Начислено за период	18	14 861	1 300	60	184	16 423
Выбытия	(5)	(987)	(22)	(9)	(26)	(1 049)
На 31 декабря 2020 года	31	27 984	2 381	175	349	30 920
ОСТАТОЧНАЯ СТОИМОСТЬ						
НА 31 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА	455	55 989	5 326	117	945	62 832
НА 31 ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА	355	64 625	5 968	59	586	71 593

Ниже представлено балансовая стоимость обязательств по аренде, имеющих у Группы, и их изменение в течение периода:

	2020	2019
На 1 января	68 459	74 182
Заключение новых договоров аренды	5 943	6 980
Модификация договоров аренды	21 367	8 654
Выбытие договоров аренды	(2 279)	(1 253)
Процентные расходы по обязательствам по аренде	6 493	7 243
Арендные платежи за период	(17 021)	(19 094)
Прекращение признания обязательств по аренде в связи с уступкой	(1 989)	-
Пересмотр опционов на досрочное расторжение договоров аренды	(220)	(8 253)
На 31 декабря	80 753	68 459
Краткосрочная часть обязательств по аренде	10 051	10 532
Долгосрочная часть обязательств по аренде	70 702	57 927

У Группы имеются договоры аренды торговых помещений, офисных зданий, складов, земельных участков, транспортных средств и прочего оборудования.

В течение 2020 года, Группа признала расходы, относящиеся к переменной аренде, в размере 1 235 (2019 год: 1 443).

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов недисконтированные обязательства по аренде были представлены следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
МИНИМАЛЬНЫЕ АРЕНДНЫЕ ПЛАТЕЖИ, ВКЛЮЧАЯ:		
Текущая часть (менее 1 года)	20 474	19 783
От 1 до 5 лет	54 018	48 948
Более 5 лет	26 936	21 502
ИТОГО МИНИМАЛЬНЫЕ АРЕНДНЫЕ ПЛАТЕЖИ	101 428	90 233

У Группы имеются договора аренды, которые включают опционы на прекращение аренды. Руководство включает такие опционы в договоры, чтобы иметь возможность гибкого управления портфелем арендованных активов. Руководство применяет значительное суждение при определении того, имеется ли достаточная уверенность в том, что опционы на прекращение аренды будут (или не будут) исполнены.

Ниже представлены недисконтированные денежные потоки по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов, связанные с опционами на прекращение аренды, которые не были учтены при определении срока аренды:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
Опционы на прекращение, которые, как ожидается, будут исполнены:		
В течение 5 лет	3 375	5 409
Более 5 лет	12 065	14 394
ИТОГО	15 440	19 803

9. НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов нематериальные активы представлены следующим образом:

	Лицензии на программное обеспечение, разработки и веб сайт	Права аренды	Торговые знаки	Итого
ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ				
На 31 декабря 2018 года	12 976	707	9 155	22 838
Приобретения	4 616	-	10	4 626
Выбытия	(1 026)	-	-	(1 026)
Реклассификация в активы в форме права пользования	-	(707)	-	(707)
На 31 декабря 2019 года	16 566	-	9 165	25 731
Приобретения	4 793	-	2	4 795
Выбытия	(2 127)	-	(2)	(2 129)
На 31 декабря 2020 года	19 232	-	9 165	28 397
НАКОПЛЕННАЯ АМОРТИЗАЦИЯ				
На 31 декабря 2018 года	4 096	103	15	4 214
Начислено за период	2 573	-	7	2 580
Выбытия	(1 023)	-	-	(1 023)
Реклассификация в активы в форме права пользования	-	(103)	-	(103)
На 31 декабря 2019 года	5 646	-	22	5 668
Начислено за период	2 983	-	5	2 988
Выбытия	(2 127)	-	(2)	(2 129)
На 31 декабря 2020 года	6 502	-	25	6 527
ОСТАТОЧНАЯ СТОИМОСТЬ				
НА 31 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА	10 920	-	9 143	20 063
НА 31 ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА	12 730	-	9 140	21 870

В 2020 году Группа понесла капитальные затраты в сумме 4 795, которые в большей части относились к разработке новой «фронт-офис / бэк-офис» системы и внедрению новой платформы для веб-сайта.

Амортизационные отчисления были отражены в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (Примечание 26).

Торговые знаки Группы балансовой стоимостью 9 132 по состоянию на 31 декабря 2020 года (31 декабря 2019 года: 9 133) были заложены в рамках кредитного договора (Примечание 19).

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов у Группы имелись контрактные обязательства по приобретению лицензий на программное обеспечение (Примечание 34).

10. ИНВЕСТИЦИИ В АССОЦИИРОВАННУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ И СОВМЕСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

Инвестиции в ассоциированную организацию и совместное предприятие включают:

Название	Основная деятельность	Место регистрации и деятельности	Процент владения		31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
			31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года		
СОВМЕСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ						
ООО «МАРКЕТПЛЕЙС»	Интернет торговля	РФ	80	80	1 229	1 967
АССОЦИИРОВАННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ						
ОАО «Весна 23»	Управление эксплуатацией нежилых помещений	РФ	33	33	15	15
ИТОГО					1 244	1 982

Обобщенная финансовая информация о совместном предприятии ООО «МАРКЕТПЛЕЙС» по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлена следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ОТЧЕТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ		
Внеоборотные активы	2 776	1 947
Денежные средства и их эквиваленты	619	168
Прочие оборотные активы	466	1 252
Долгосрочные обязательства	(60)	(38)
Торговая и прочая кредиторская задолженность	(728)	(871)
Чистые активы	3 073	2 459
Доля Группы, %	80%	80%
Капитал, приходящийся на долю Группы	2 458	1 967
Минус: активы, предназначенные для продажи (Примечание 16)	(1 229)	–
БАЛАНСОВАЯ СТОИМОСТЬ ИНВЕСТИЦИИ ГРУППЫ	1 229	1 967

	2020 год	2019 год
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ ИЛИ УБЫТКАХ И ПРОЧЕМ СОВОКУПНОМ ДОХОДЕ		
Выручка	868	315
Операционные и прочие расходы	(4 301)	(3 065)
Амортизация	(412)	(316)
Финансовые доходы и расходы	11	22
Убыток до налога на прибыль	(3 834)	(3 044)
Расход по налогу на прибыль	749	600
Убыток за год	(3 085)	(2 444)
Доля Группы, %	80%	80%
ДОЛЯ ГРУППЫ В УБЫТКЕ СОВМЕСТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	(2 468)	(1 955)

В конце декабря 2020 года, Группа приняла решение реализовать часть своей доли в ООО «МАРКЕТПЛЕЙС» внешнему инвестору. Ожидается, что сделка будет закрыта в течение первого полугодия 2021 года. Вследствие этого, Группа реклассифицировала соответствующую долю в ООО «МАРКЕТПЛЕЙС» в активы, предназначенные для продажи, по состоянию на 31 декабря 2020 года.

11. ПРОЧИЕ ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ

Прочие внеоборотные активы по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлены следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ		
Долгосрочные займы и векселя к получению	85	45
Итого финансовые активы	85	45
Нефинансовые активы		
Авансы по приобретению внеоборотных активов	612	1 285
Авансы, выданные связанным сторонам (Примечание 33)	126	19
Долгосрочная часть авансов, выданных по договорам аренды	101	82
Резерв под обесценение авансов выданных	(17)	-
Итого нефинансовые активы	822	1 386
ИТОГО	907	1 431

12. ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫЕ ЗАПАСЫ

Товарно-материальные запасы по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлены следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
Товары для перепродажи (по наименьшей из себестоимости и чистой возможной цены продажи)	144 574	127 101
Активы в отношении права на возврат товаров покупателем (по наименьшей из себестоимости и чистой возможной цены продажи)	2 158	1 846
Прочие товарно-материальные запасы (по наименьшей из себестоимости и чистой возможной цены продажи)	262	168
ИТОГО	146 994	129 115

Себестоимость товарно-материальных запасов, включенная в расходы в сумме 314 469 и 268 335, и товарные потери за вычетом излишков в сумме 703 и 770 за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов соответственно, были отражены в составе себестоимости реализации в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе.

В течение 2020 года 94 были признаны в качестве доходов (2019 год: 206 в качестве расходов) в отношении запасов, отраженных по чистой возможной цене продажи. Данная сумма отражена по статье себестоимости реализации в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе.

13. ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ И РАСХОДЫ БУДУЩИХ ПЕРИОДОВ

Дебиторская задолженность и расходы будущих периодов по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлены следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ		
Задолженность поставщиков по бонусам	33 960	25 921
Прочая дебиторская задолженность	10 759	7 375
Дебиторская задолженность связанных сторон (Примечание 33)	1 659	840
Ожидаемые кредитные убытки по дебиторской задолженности	(154)	-
Итого дебиторская задолженность	46 224	34 136
АВАНСЫ ВЫДАННЫЕ		
Авансы, выданные поставщикам, и расходы будущих периодов	1 388	1 549
Авансы, выданные связанным сторонам (Примечание 33)	851	192
Резерв под обесценение авансов выданных	(478)	(560)
Итого авансы выданные	1 761	1 181
ИТОГО	47 985	35 317

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов Группа не имела просроченной, но не обесцененной дебиторской задолженности.

Изменения в резерве под обесценение дебиторской задолженности и авансов выданных представлены следующим образом:

	2020 год	2019 год
Остаток на начало года	560	705
Создание резерва под обесценение авансов выданных	154	21
Суммы, списанные как невозможные для взыскания	(34)	(162)
Суммы, возмещенные в течение года	(31)	(4)
ОСТАТОК НА КОНЕЦ ГОДА	649	560

При определении возмещаемости дебиторской задолженности Группа учитывает любые изменения кредитоспособности дебитора за период с даты возникновения задолженности и до отчетной даты. Более подробно вопросы концентрации кредитного риска и направленных на управление данным риском действий руководства представлены в Примечании 35.

14. ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ПО ПРОЧИМ НАЛОГАМ

Дебиторская задолженность по прочим налогам по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлена следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
НДС к возмещению	25 342	21 300
Дебиторская задолженность по прочим налогам	10	16
ИТОГО	25 352	21 316

15. ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ

Денежные средства и их эквиваленты по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлены следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
Денежные средства в пути	3 434	2 874
Денежные средства в банках	2 810	1 303
Краткосрочные банковские депозиты	650	-
Денежные средства в кассах компаний Группы и кассах магазинов	551	561
ИТОГО	7 445	4 738

Денежные средства в пути представляют собой эквайринг и денежную наличность, инкассированную в магазинах Группы, но еще не внесенную на банковские счета по состоянию на конец года.

Денежные средства номинированы рублями за исключением 0 в долларах США на 31 декабря 2020 года и 1 на 31 декабря 2019 года.

16. АКТИВЫ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫЕ ДЛЯ ПРОДАЖИ

По состоянию на 31 декабря 2020 года активы, предназначенные для продажи, в основном, представлены частью инвестиции в совместное предприятие (Примечание 10).

По состоянию на 31 декабря 2019 года активы, предназначенные для продажи, включали находящиеся в ее собственности земельные участки, здания и помещения, более не используемые Группой. Стоимость данного имущества отражала цену предполагаемой продажи без НДС, так как такая цена была согласована Группой с потенциальными покупателями этого имущества.

17. КАПИТАЛ

Уставный капитал

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов Компания имела объявленные и выпущенные обыкновенные акции, а также обыкновенные акции в обращении в следующем количестве:

	Обыкновенные акции в обращении	Выпущенные обыкновенные акции	Объявленные обыкновенные акции
Остаток на 31 декабря 2020 и 2019 года	177 792 057	179 768 227	209 768 227

Номинальная стоимость каждой акции составляет 10 руб. за акцию. В течение 2020 года количество объявленных и выпущенных обыкновенных акций, а также акций в обращении, Компании не изменялось.

Все выпущенные акции были полностью оплачены.

Добавочный капитал

Добавочный капитал состоит из премии, представляющей собой превышение поступлений от продажи дополнительных 30 000 000 акций 1 ноября 2007 года над их номинальной стоимостью, за вычетом затрат на размещение выпуска акций, с учетом суммы соответствующих текущего и отложенного налога на прибыль.

Выкупленные собственные акции

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов у Группы в собственности находились 1 976 170 выкупленных собственных акций, покупная стоимость которых на момент приобретения Группой составляла 749.

Объявленные дивиденды

В 2020 году общее собрание акционеров Компании приняло решение о выплате дивидендов по итогам 2019 года в сумме 30,00 рублей на одну акцию. Дивиденды, приходящиеся на выкупленные собственные акции, были полностью исключены при подготовке данной консолидированной финансовой отчетности. После принятия данных решений дивиденды, подлежащие выплате держателям обыкновенных акций Компании, находящихся в обращении, в общей сумме 5 341 были признаны как уменьшение капитала в настоящей консолидированной финансовой отчетности.

В 2019 году общее собрание акционеров Компании приняло решение о выплате дивидендов по итогам 9 месяцев 2019 года в сумме 33,37 рубля на одну акцию. Дивиденды, приходящиеся на выкупленные собственные акции, были полностью исключены при подготовке данной консолидированной финансовой отчетности. После принятия данных решений дивиденды, подлежащие выплате держателям обыкновенных акций Компании, находящихся в обращении, в общей сумме 5 941 были признаны как уменьшение капитала в настоящей консолидированной финансовой отчетности.

В течение 2020 года Группа начислила и выплатила дивиденды в счет связанных сторон Группы, в размере 4 783 (2019 год: 5 312).

18. НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ

Налог на прибыль Группы за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлен следующим образом:

	2020 год	2019 год
ТЕКУЩИЙ НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ		
Текущий налог на прибыль в отношении текущего года	(4 058)	(1 989)
Изменение резерва по налогу на прибыль	(125)	322
	(4 183)	(1 667)
ОТЛОЖЕННЫЙ НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ		
Доходы по отложенному налогу на прибыль, признанные в текущем году	1 446	(692)
Временные разницы, не признанные в предшествующие периоды	1 061	-
	2 507	(692)
ИТОГО РАСХОДЫ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ ЗА ГОД	(1 676)	(2 359)

Налоговый эффект от основных временных разниц, по которым возникают отложенные налоговые активы и обязательства по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлен ниже:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ОТЛОЖЕННЫЕ НАЛОГОВЫЕ АКТИВЫ		
Активы в форме права пользования и обязательства по аренде, нетто	2 083	1 499
Начисленные расходы	1 263	583
Начисления по оплате труда	1 041	588
Отложенная выручка и предоплата за товар	592	481
Активы, предназначенные для продажи	581	-
Резерв на устаревшие и неходовые товарно-материальные запасы	320	338
Разница в остаточной стоимости основных средств	373	100
Бонусы поставщиков, относящиеся к товарно-материальным запасам	-	541
Прочие разницы	374	44
Итого	6 627	4 174
Зачет налога	(913)	(872)
Чистые налоговые активы	5 714	3 302
ОТЛОЖЕННЫЕ НАЛОГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Разница в амортизируемой стоимости нематериальных активов	(609)	(830)
Бонусы поставщиков, относящиеся к товарно-материальным запасам	(300)	-
Разница в остаточной стоимости основных средств	(179)	(312)
Итого	(1 088)	(1 142)
Зачет налога	913	872
ЧИСТЫЕ НАЛОГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	(175)	(270)
ОТЛОЖЕННЫЕ НАЛОГОВЫЕ АКТИВЫ/(ОБЯЗАТЕЛЬСТВА), НЕТТО	5 539	3 032

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов Группа определяла отложенные налоговые активы и отложенные налоговые обязательства исходя из ставки 20%, которая, как предполагается, будет применяться при реализации актива или погашении обязательства.

Сумма налоговых отчислений за год отличается от суммы, которая была бы получена при применении официальной ставки по налогу на прибыль к сумме прибыли до налогообложения. Ниже представлена сверка суммы теоретического налога на прибыль, рассчитанного с применением установленной ставки налога на прибыль 20%, применимой для 2020 и 2019 годов, и суммы фактических расходов по уплате налогов, отраженной Группой в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе:

	2020 год	2019 год
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	8 217	9 493
УСЛОВНЫЙ РАСХОД ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ ПО СТАВКЕ 20%	(1 643)	(1 899)
Временные разницы, не признанные в предшествующие периоды	1 061	-
Расходы, не учитываемые при определении налогооблагаемой базы:		
Убытки от совместного предприятия	(494)	(391)
Изменение резерва по налогу на прибыль	(125)	322
Товарные потери	(277)	(210)
Расходы на заработную плату, не учитываемые при определении налоговой базы	(17)	(14)
Прочие расходы, не учитываемые при определении налогооблагаемой базы, нетто	(181)	(167)
РАСХОД ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ	(1 676)	(2 359)

19. БАНКОВСКИЕ КРЕДИТЫ

В данном примечании представлена информация об условиях долгосрочных и краткосрочных соглашений по процентным кредитам Группы, оцениваемым по амортизированной стоимости. Кредиты, представленные ниже, номинированы в рублях.

	Срок погашения	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
ДОЛГОСРОЧНЫЕ КРЕДИТЫ			
ОБЕСПЕЧЕННЫЕ КРЕДИТЫ			
Банк ВТБ (ПАО)	апрель 2025 года	31 733	38 752
Итого долгосрочные кредиты		31 733	38 752
Краткосрочные кредиты и кредитные линии			
Обеспеченные кредиты			
Банк ВТБ (ПАО)	апрель-октябрь 2021 года	10 957	7 654
		10 957	7 654
НЕОБЕСПЕЧЕННЫЕ КРЕДИТЫ И КРЕДИТНЫЕ ЛИНИИ			
Банк ВТБ (ПАО)	апрель-июнь 2021 года	4 836	-
АО «АЛЬФА-БАНК»	апрель 2021 года	402	3 004
		5 238	3 004
Итого краткосрочные кредиты и кредитные линии		16 195	10 658
ИТОГО КРЕДИТЫ И КРЕДИТНЫЕ ЛИНИИ		47 928	49 410

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов ковенанты по кредитным соглашениям были соблюдены.

По состоянию на 31 декабря 2020 года неиспользованная сумма кредитных линий, по которым, однако, у банков нет твердых обязательств по их предоставлению, составляла 47 290 (31 декабря 2019 года: 44 290).

Банковские кредиты по состоянию на 31 декабря 2020 года обеспечены торговыми знаками балансовой стоимостью 9 132 (31 декабря 2019 года: 9 133) (Примечание 9).

По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов в рамках кредитных договоров заложены 100% доли в Уставном капитале ООО «МВМ», ООО «БТ ХОЛДИНГ», а также 100% акций Бовесто Лимитед.

Движение обязательств, обусловленных финансовой деятельностью

В таблице ниже представлены изменения обязательств в результате финансовой деятельности, включая как изменения, обусловленные денежными потоками, так и изменения, не связанные с денежными потоками. Обязательства, обусловленные финансовой деятельностью, это те обязательства, денежные потоки от которых в консолидированном отчете о движении денежных средств были или будущие денежные потоки будут классифицированы как денежные потоки от финансовой деятельности.

	31 декабря 2019 года	Денежные потоки от финансовой деятельности	Уплаченные проценты	Новые договоры аренды и модификации	Проценты начисленные	Прочие изменения*	31 декабря 2020 года
Банковские кредиты	49 410	(1 424)	(4 683)	–	4 781	(156)	47 928
Дивиденды	–	(5 341)	–	–	–	5 341	–
Обязательства по аренде	68 459	(11 166)	(5 855)	24 811	6 493	(1 989)	80 753
	117 869	(17 931)	(10 538)	24 811	11 274	3 196	128 681

	31 декабря 2018 года	Эффект от ретроспек- тивного применения МСФО (IFRS) 16 «Аренда»	1 января 2019 года	Денежные потоки от финансовой деятельности	Уплаченные проценты	Новые договоры аренды и модификации	Проценты начисленные	Прочие изменения*	31 декабря 2019 года
Банковские кредиты	59 509	–	59 509	(10 050)	(5 157)	–	5 077	31	49 410
Дивиденды	–	–	–	(5 941)	–	–	–	5 941	–
Обязательства по аренде	331	73 851	74 182	(11 926)	(7 167)	6 128	7 244	(2)	68 459
	59 840	73 851	133 691	(27 917)	(12 324)	6 128	12 321	5 970	117 869

* Прочие изменения включают в себя начисленные дивиденды к уплате, начисленные расходы в отношении комиссий банка, уменьшенные на сумму дохода по субсидиям по банковским кредитам, и прекращение признания обязательств по аренде в связи с уступками по договорам аренды.

20. ПРОЧАЯ КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ И НАЧИСЛЕННЫЕ РАСХОДЫ

Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлены следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
Заработная плата и премии	4 320	3 120
Задолженность по приобретению основных средств и нематериальных активов	2 689	3 911
Задолженность по переменной арендной плате и коммунальным платежам	1 972	1 498
Обязательства по выплате денежных средств за возврат товаров	1 832	1 561
Прочие текущие обязательства перед связанными сторонами (Примечание 33)	745	542
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	2 788	2 343
ИТОГО	14 346	12 975

21. КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ПО ПРОЧИМ НАЛОГАМ

Кредиторская задолженность по прочим налогам по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлена следующим образом:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
Налоги на заработную плату	1 120	852
Кредиторская задолженность по НДС	1 048	367
Кредиторская задолженность по прочим налогам	144	241
ИТОГО	2 312	1 460

22. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПЕРЕД ПОКУПАТЕЛЯМИ

Обязательства перед покупателями по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов представлены следующим образом

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
Отложенная выручка	3 334	4 195
Предоплата за товар	2 939	2 524
Прочие авансы полученные	331	1 393
ИТОГО	6 604	8 112

Отложенная выручка за 2020 и 2019 годы представлена следующим образом:

	За 2020 год					За 2019 год				
	Програм- мы лояль- ности клиентов	Пода- рочные сертифи- каты	Прочие программы	Дополни- тельное обслужи- вание	Итого	Програм- мы лояль- ности клиентов	Пода- рочные сертифи- каты	Прочие программы	Дополни- тельное обслужи- вание	Итого
По состоянию на 1 января	2 030	263	101	1 801	4 195	2 877	736	856	3 207	7 676
Выручка, отло- женная в течение года	15 178	2 390	1 962	-	19 530	12 973	4 030	1 702	439	19 144
Выручка, признан- ная в консолиди- рованном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе	(14 712)	(2 408)	(2 063)	(1 208)	(20 391)	(13 820)	(4 503)	(2 457)	(1 845)	(22 625)
ПО СОСТОЯНИЮ НА 31 ДЕКАБРЯ	2 496	245	-	593	3 334	2 030	263	101	1 801	4 195

Прочие программы представляют собой прочие скидки, предоставляемые покупателям Группы, в основном купоны.

В состав выручки, признанной в консолидированном отчете о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе в течение года, закончившегося 31 декабря 2020 года, включена сумма обязательств по договору с покупателями на начало года в размере 7 494 (2019 год: 10 013).

23. РЕЗЕРВЫ

Изменение резервов за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлено следующим образом:

	31 декабря 2019 года	Создание резерва	Использование резерва	Списание резерва	31 декабря 2020 года
Резерв под судебные разбирательства и штрафы	360	96	(98)	(44)	314
Резерв по налоговым рискам*	-	666	-	-	666
Резерв под гарантийное обслуживание	8	-	-	-	8
ИТОГО	368	762	(98)	(44)	988

	31 декабря 2018 года	Создание резерва	Использование резерва	Списание резерва	31 декабря 2019 года
Резерв под судебные разбирательства и штрафы	960	75	(56)	(619)	360
Резерв по налоговым рискам	249	-	-	(249)	-
Резерв под гарантийное обслуживание	29	8	-	(29)	8
ИТОГО	1 238	83	(56)	(897)	368

*Резерв начислен по результатам выездной проверки ООО «ЭЛЬДОРАДО» за 2015-2017 гг., то есть, за период до вхождения ООО «ЭЛЬДОРАДО» в Группу, и отражен в составе «Коммерческих, общезаявственных и административных расходов». Группой также начислена неопределенная налоговая позиция по налогу на прибыль в размере 249 и отражена в составе расходов по налогу на прибыль. Ожидаемая к получению компенсация со стороны предыдущих владельцев ООО «ЭЛЬДОРАДО» в размере 50% от потенциальных налоговых доначислений по результатам проверки (или 458) отражена в составе дебиторской задолженности в корреспонденции с соответствующими счетами отчета о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе (Примечание 33).

24. ВЫРУЧКА

Выручка за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлена следующим образом:

	2020 год	2019 год
Розничная выручка	415 099	361 470
Выручка от продаж сертификатов дополнительного обслуживания	1 204	1 845
Арендный доход	302	387
Выручка от прочих услуг	1 252	1 514
ИТОГО	417 857	365 216

Розничная выручка включает продажи в магазинах, продажи через интернет, выручку по доставке товаров, комиссии.

Выручка от прочих услуг за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, состоит из доходов по установке, утилизации и услугам цифрового помощника.

Выручка за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, признаваемая в момент времени, составила 416 653 (2019: 363 371), а выручка, признаваемая в течение времени, составила 1 204 (2019: 1 845).

25. СЕБЕСТОИМОСТЬ

Себестоимость за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлена следующим образом:

	2020 год	2019 год
Себестоимость товаров для перепродажи		
- Себестоимость товаров	314 377	268 541
- Транспортные расходы	3 752	3 216
- Товарные потери, за вычетом излишков и соответствующих компенсаций от поставщиков	575	700
Себестоимость услуг дополнительного обслуживания	56	98
Себестоимость прочих услуг	1 762	1 588
ИТОГО	320 522	274 143

26. КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлены следующим образом:

	2020 год	2019 год
Заработная плата и соответствующие налоги*	26 261	23 438
Амортизация основных средств, нематериальных активов, инвестиционной недвижимости и активов в форме права пользования	24 094	22 502
Расходы на рекламу и продвижение товаров, нетто	5 688	5 914
Банковские услуги	4 346	3 141
Коммунальные услуги	2 400	2 584
Складские расходы	2 347	1 847
Расходы на услуги кредитного брокера	2 322	2 781
Безопасность	2 008	2 135
Ремонт и техническое обслуживание	2 006	2 342
Консультационные услуги	1 978	1 894
Переменные расходы на аренду	1 254	1 561
Налоги, за исключением налога на прибыль	755	269
Офисные расходы**	752	447
Связь	381	309
Расходы сервисного центра	305	302
Расходы на упаковку	226	257
Прочие расходы на персонал	156	175
Эксплуатационные расходы	115	81
Командировочные расходы	67	234
Прочие расходы	1 357	333
ИТОГО	78 818	72 546

* Заработная плата и соответствующие налоги за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, включают единовременную сумму в размере 1 300, уплаченную топ-менеджером (А. Тыжовану и П. Брееву) за реализацию проекта антикризисного управления, связанного с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору на основании решения Совета директоров.

** Офисные расходы за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, включают единовременные расходы в сумме 298, относящиеся к приобретению средств защиты и дезинфицирующих средств для персонала и покупателей.

Заработная плата и соответствующие налоги включают взносы в размере 3 580, уплаченные в государственный пенсионный фонд (в 2019 году: 3 691) и взносы в фонды социального и медицинского страхования в размере 1 355 (в 2019 году: 1 398).

В течение 2020 года Группа получила 1 420 от поставщиков в качестве компенсации расходов по рекламе (в 2019 году: 1 429).

Переменные расходы на аренду за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, отражены за вычетом «отрицательных» переменных расходов в размере 1 989 (2019: ноль), признанных в результате применения Поправок к МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: уступки по аренде, связанные с пандемией COVID-19», а также доходов от субаренды в размере 11 (2019: 14).

Налоги, за исключением налога на прибыль, включают расходы по начислению резерва по результатам выездной проверки ООО «ЭЛЬДОРАДО» за 2015 – 2017 гг. в размере 333, за вычетом ожидаемой к получению компенсации от предыдущих владельцев ООО «ЭЛЬДОРАДО» в размере 333 (Примечания 23, 33 и 34).

27. ПРОЧИЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ДОХОДЫ

Прочие операционные доходы за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, включают комиссии, полученные от банков за предоставление кредитов покупателям, прочие маркетинговые доходы, доходы от государственных субсидий (Примечание 34) и прочие статьи.

28. ПРОЧИЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ

Прочие операционные расходы за 2020 год включают в себя убыток от выбытий основных средств в размере 23 (2019 год: 116), расходы на корпоративные мероприятия в размере 20 (2019 год: 48), расходы на благотворительность в размере 22 (за 2019 год 55), и прочие незначительные по отдельности статьи.

29. ФИНАНСОВЫЕ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ

Финансовые доходы/(расходы) за годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлены следующим образом:

	2020 год	2019 год
Процентный доход	491	295
Курсовые разницы от переоценки инвестиций	(10)	(12)
Процентный расход по аренде, за вычетом процентного дохода	(6 492)	(7 240)
Процентный расход по банковским кредитам, кредитным линиям и др.	(6 231)	(5 709)
ИТОГО	(12 242)	(12 666)

30. ПРИБЫЛЬ НА АКЦИЮ

Базовая прибыль на акцию рассчитывается путем деления чистой прибыли за год, остающейся в распоряжении акционеров Компании, на средневзвешенное количество акций в обращении за отчетный год, без учета собственных выкупленных акций.

Разводненная прибыль на акцию рассчитана путем деления чистой прибыли, причитающейся собственникам Группы, на средневзвешенное количество обыкновенных акций в обращении в течение периода, плюс средневзвешенное количество всех обыкновенных акций с разводняющим эффектом, которые будут выпущены в случае выплаты вознаграждения ключевому управленческому персоналу в форме обыкновенных акций.

Ниже приводятся данные о прибыли и количестве акций, которые были использованы при расчете базовой и разводненной прибыли на акцию:

	2020 год	2019 год
Чистая прибыль, остающаяся в распоряжении акционеров Компании	6 541	7 134
Средневзвешенное количество акций в обращении (в миллионах штук)	177,79	177,79
БАЗОВАЯ ПРИБЫЛЬ НА АКЦИЮ (В РОССИЙСКИХ РУБЛЯХ)	36,79	40,13
Чистая прибыль, остающаяся в распоряжении акционеров Компании, скорректированная с учетом эффекта разводнения	6 541	7 134
Средневзвешенное количество обыкновенных акций для расчета разводненной прибыли на акцию (в миллионах штук)*	178,02	177,79
РАЗВОДНЕННАЯ ПРИБЫЛЬ НА АКЦИЮ (В РОССИЙСКИХ РУБЛЯХ)	36,74	40,13

* Средневзвешенное количество обыкновенных акций в обращении для расчета разводненной прибыли на акцию не включает 225 471 акцию по ДПВ 1 (Примечание 32) из-за их антиразводняющего эффекта.

31. ИНФОРМАЦИЯ ПО СЕГМЕНТАМ

Продукты и услуги операционных сегментов

Деятельность Группы осуществляется на территории Российской Федерации и заключается преимущественно в розничной торговле бытовой техникой и электроникой. Несмотря на то, что Группа осуществляет деятельность через различные типы магазинов и в различных регионах Российской Федерации, руководство Группы, принимающее операционные решения, анализирует операции Группы и распределяет ресурсы в разрезе отдельных магазинов.

Группа оценила экономические характеристики отдельных магазинов, включая магазины «М.видео» и «Эльдорадо», интернет-магазины и прочие, и определила, что магазины имеют схожую маржу, схожие товары, покупателей и методы продажи таких товаров. Таким образом, Группа считает, что у нее есть только один операционный сегмент в соответствии с МСФО (IFRS) 8 «Операционные сегменты». Оценка эффективности деятельности сегмента основана на размере чистой прибыли и общего совокупного дохода за год с исключением доли прибыли (убытка) ассоциированных и совместных предприятий.

32. ВЫПЛАТЫ, ОСНОВАННЫЕ НА АКЦИЯХ

Долгосрочная программа вознаграждения 1

В марте 2020 года Совет Директоров Группы утвердил долгосрочную программу вознаграждения 1 (далее «ДПВ 1») ключевого управленческого персонала Группы, рассчитанную на три года. Программа действует с 1 апреля 2020 года до 31 декабря 2023 года. Согласно программе, участники ДПВ 1 получают вознаграждение в случае достижения Группой установленного целевого бюджетного показателя EBITDA, рассчитанного на основе принципов МСФО (IAS) 17 («Бюджетная цель») за соответствующий календарный год (нерыночное условие) или наступления условного события (далее – «Условное событие») в срок до 31 декабря 2022 года (нерыночное условие). Для получения вознаграждения участникам программы необходимо проработать как минимум 70% времени в течение соответствующего годового периода и оставаться сотрудниками Группы по состоянию на дату выплаты.

В случае наступления Условного события, сотрудникам выплачивается вознаграждение в форме обыкновенных акций Компании. В случае не наступления Условного события, но достижения Группой Бюджетной цели за соответствующий календарный год, сотрудник имеет право выбора на получение вознаграждения в форме обыкновенных акций Компании или в форме денежной выплаты, основанной на рыночной стоимости акции Компании. В случае выбора выплаты в денежной форме величина вознаграждения будет на 10% меньше величины вознаграждения в форме акций. Программа была классифицирована Группой как состоящая из двух элементов: вознаграждение на основе акций с денежными выплатами и вознаграждение на основе акций с выплатой в форме акций.

Каждый транш вознаграждения за соответствующий календарный год для целей учета был признан отдельной выплатой в форме акций. Величина вознаграждения, подлежащая выплате в случае выполнения целевого бюджетного показателя за соответствующий год, рассчитывается как средневзвешенная цена акции Компании за три календарных месяца (с декабря отчетного года по февраль года, следующего за отчетным), с учетом эквивалента акций, закрепленным за каждым сотрудником. Вознаграждение выплачивается до 30 апреля каждого года, следующего за отчетным.

Индивидуальные условия первого транша ДПВ 1 за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, были согласованы Группой с участниками, суммарное вознаграждение которых может составить 225 471 акций. На дату начала действия программы и на 31 декабря 2020 года Группа рассматривала единственный вероятный сценарий, заключающийся в том, что будет достигнута Бюджетная Цель за год, закончившийся 31 декабря 2020 года. Выполнение второго условия (наступление Условного события) не считалось достаточно вероятным на дату утверждения программы, и не произошло к 31 декабря 2020 года.

Справедливая стоимость вознаграждения была основана на допущении, что все сотрудники, участвующие в программе, будут продолжать работать в компаниях Группы до момента перехода прав. На дату начала действия программы общая справедливая стоимость 225 471 акций равнялась 100 (или 460 российским рублям за одну акцию), а по состоянию на 31 декабря 2020 года общая справедливая стоимость 225 471 акций была равна 160 (или 712 российским рублям за одну акцию). Справедливая стоимость акций на дату начала действия программы и 31 декабря 2020 года была рассчитана исходя из рыночной стоимости обыкновенных акций Компании на соответствующую дату.

Долгосрочная программа вознаграждения 2

В сентябре 2020 года Совет Директоров Группы утвердил долгосрочную программу вознаграждения 2 (далее «ДПВ 2») ключевого управленческого персонала, рассчитанную на три года. Программа действует с 30 сентября 2020 года до 31 декабря 2022 года. Согласно программе, участники ДПВ 2 получат вознаграждение в случае достижения обыкновенной акции Компании определенного значения (рыночное условие) и наступления Условного события (нерыночное условие) в срок до 31 декабря 2022 года. Для получения вознаграждения участникам программы необходимо проработать определенное количество времени в течение соответствующего годового периода и оставаться сотрудниками Группы по состоянию на дату выплаты.

В случае наступления Условного события и, если цена обыкновенной акции достигает значения целевой рыночной стоимости, сотрудникам выплачивается вознаграждение в форме обыкновенных акций Компании. Поэтому программа была классифицирована Группой как вознаграждение на основе акций с выплатой в форме акций.

Индивидуальные условия программы на 2020 календарный год были согласованы Группой с участниками, суммарное вознаграждение которых может составить 900 000 акций.

Справедливая стоимость вознаграждения по состоянию на дату начала программы была рассчитана исходя из допущения, что все сотрудники, участвующие в программе, будут продолжать работать в Группе до момента перехода прав. На дату утверждения программы общая справедливая стоимость 900 000 акций равнялась 611 (или 679 российским рублям за одну акцию) и была рассчитана на основе рыночной стоимости обыкновенных акций Группы.

Ниже представлена информация о выплатах, основанных на акциях, по состоянию на 31 декабря 2020 года:

Программа	Период исполнения обязательств перед участниками плана	Количество эквивалентов акций, закрепленных за участниками плана	Ожидаемое количество эквивалентов акций на дату исполнения обязательств (i)	Справедливая стоимость на 31 декабря 2020 года	Средне-взвешенная цена исполнения обязательств, руб.	Период до погашения, лет
ДПВ 1	Апрель 2021 года	225 471	225 471	107	–	0.3
ДПВ 2	До конца 2021 года	900 000	900 000	305	–	0.3

(i) Данный показатель был рассчитан с учетом оценки руководства в отношении текучести кадров, основанной на исторических данных.

Акции, причитающиеся участникам программ вознаграждения, будут выделены из имеющихся выкупленных собственных акций, либо будут выкуплены Группой на рынке при необходимости.

Суммы, признанные в качестве расходов

В течении 2020 года, Группой был признан расход по выплатам, основанным на акциях (без учета связанных с ними социальных отчислений) в размере 412 (2019 год: 0), в составе «Коммерческих, общехозяйственных и административных расходов» по статье «Заработная плата и соответствующие налоги» (Примечание 26). Краткосрочная часть обязательств в размере 100 (на 31 декабря 2019 года: 0) отражена в составе «Прочей кредиторской задолженности и начисленных расходов» в части программы, классифицированной как вознаграждение, основанное на акциях, с выплатой денежными средствами. В капитале в статье «Вознаграждение, основанное на акциях» отражено 312 (31 декабря 2019 года: 0) в части программы, классифицированной как вознаграждение, основанное на акциях, с выплатой в форме акций.

33. ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОПЕРАЦИЯХ СО СВЯЗАННЫМИ СТОРОНАМИ

Связанные стороны включают акционеров, ключевой управленческий персонал, предприятия, имеющие общих собственников и находящиеся под общим контролем, предприятия, находящиеся под контролем ключевого управленческого персонала, а также компании, в отношении которых у Группы имеется существенное влияние.

В следующей таблице представлены общие суммы операций, проведенных со связанными сторонами в соответствующем финансовом году, и задолженности по связанным сторонам по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов соответственно:

	2020 год		31 декабря 2020 года		2019 год		31 декабря 2019 года	
	Продажи связанным сторонам	Закупки у связанных сторон	Задолженность связанным сторонам	Задолженность перед связанными сторонами	Продажи связанным сторонам	Закупки у связанных сторон	Задолженность связанным сторонам	Задолженность перед связанными сторонами
Совместные предприятия (i)	104	59	12	27	549	17	5	507
Предприятия под общим контролем (ii)	-	61	578	5	-	106	373	3
Предприятия под существенным влиянием контролирующего акционера (iii)	2 820	2 157	2 047	2 281	1 798	1 974	673	862
Предприятия под контролем лица, оказывающего существенное влияние (iv)	-	-	-	-	1	128	-	-
Предприятия под контролем ключевого управленческого персонала (v)	-	134	-	-	7	301	1	35
	2 924	2 411	2 637	2 313	2 355	2 526	1 052	1 407

Операции со связанными сторонами носят следующий характер:

- (i) Совместные предприятия - агентское вознаграждение за реализацию товаров через ООО «МАРКЕТПЛЕЙС», вознаграждение за участие в программе лояльности;
- (ii) Предприятия под общим контролем - приобретение и продажа товаров Группы, услуг по аренде складов и торговых помещений, благотворительность, возмещение налоговых штрафов и др.;
- (iii) Предприятия под существенным влиянием контролирующего акционера - агентские услуги по продаже логисов, услуги по аренде складов и торговых помещений, приобретение основных средств, услуги кредитного брокера;
- (iv) Предприятия под контролем лица, оказывающего существенное влияние - услуги по аренде складов и торговых помещений, приобретение основных средств;
- (v) Предприятия под контролем ключевого управленческого персонала - предоставление услуг по охране магазинов и головного офиса, услуг аренды и логистики, послепродажное и прочее обслуживание товаров Группы, предоставление услуг по ремонту помещений и инженерных систем центрального офиса и московских магазинов.

В следующей таблице представлены общие суммы финансовых операций, проведенных со связанными сторонами в соответствующем финансовом году, и задолженности по связанным сторонам по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов соответственно:

	2020 год		31 декабря 2020 года		2019 год		31 декабря 2019 года	
	Финансовый доход от операций со связанными сторонами	Финансовый расход от операций со связанными сторонами	Задолженность связанным сторонам	Задолженность перед связанными сторонами	Финансовый доход от операций со связанными сторонами	Финансовый расход от операций со связанными сторонами	Задолженность связанным сторонам	Задолженность перед связанными сторонами
Предприятия под общим контролем (i)	-	325	-	5 143	-	334	-	4 962
Предприятия под контролем лица, оказывающего существенное влияние (ii)	-	-	-	-	-	11	-	-
Предприятия под контролем ключевого управленческого персонала (iii)	-	31	-	-	-	43	-	385
ИТОГО	-	356	-	5 143	-	388	-	5 347

- (i) Предприятия под общим контролем - финансовые расходы и обязательства по договорам аренды;
- (ii) Предприятия под контролем лица, оказывающего существенное влияние - финансовые расходы и обязательства по договорам аренды;
- (iii) Предприятия под контролем ключевого управленческого персонала - финансовые расходы и обязательства по договорам аренды.

Условия сделок со связанными сторонами

Связанные стороны могут вступать в сделки, которые не проводились бы между несвязанными сторонами, и сделки между связанными сторонами могут осуществляться не на тех же условиях и суммах, что и сделки между несвязанными сторонами. Остатки в расчетах со связанными сторонами по состоянию на конец года были необеспеченными; расчеты по ним осуществляются денежными средствами. Гарантий по дебиторской и кредиторской задолженности связанных сторон получено и предоставлено не было. По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов у Группы был резерв по сомнительной дебиторской задолженности от связанных сторон в размере 9. Группа выполняет анализ ожидаемых кредитных убытков в отношении связанных сторон, как описано в Примечании 3.

Вознаграждение, выплаченное ключевому руководящему персоналу Группы

Вознаграждение директоров и других ключевых руководителей, выплаченное в течение годов, закончившихся 31 декабря 2020 и 2019 годов, представлено следующим образом:

	2020 год	2019 год
Краткосрочные выплаты*	2 238	1 984
Выплаты, основанные на акциях (Примечание 32)	475	–
ИТОГО	2 713	1 984

* Краткосрочные выплаты включают заработную плату, премии, отпускные и расходы по медицинскому страхованию, а за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, также единовременную сумму в размере 1 300, уплаченную топ-менеджерам (А. Тынковану и П. Бреву) за реализацию проекта антикризисного управления, связанного с COVID-19, и эффективную передачу управления новому генеральному директору на основании решения Совета директоров

По состоянию на 31 декабря 2020 года задолженность Группы перед ключевым руководящим персоналом составила 1 384 (31 декабря 2019 года: 345).

Количество позиций ключевого руководящего состава равнялось 27 в 2020 году (2019 год: 27).

В течение отчетного периода Группа не принимала на себя существенных обязательств по пенсионным выплатам или иных обязательств перед ключевым управленческим персоналом, кроме обязательств, раскрытых в Примечании 32, а также обязательств по уплате взносов в государственный пенсионный фонд и фонды социального страхования в составе социальных взносов по заработной плате и премиям. Социальные взносы, уплаченные с суммы вознаграждения ключевого управленческого персонала за год, закончившийся 31 декабря 2020 года, составили 187 (за год, закончившийся 31 декабря 2019 года: 273). Эти выплаты включены в приведенные выше данные.

34. УСЛОВНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

Операционная среда

Группа продает товары, спрос на которые чувствителен к изменениям экономических условий, влияющих на потребительские расходы. Будущие экономические условия и другие факторы, включая, уверенность покупателей, уровень занятости, процентные ставки, задолженность по потребительскому кредитованию и доступность потребительского кредитования могут снизить потребительские расходы или изменить потребительские предпочтения. Глобальное снижение темпов роста российской и мировой экономик или неопределенные экономические перспективы могут отрицательно сказаться на потребительских предпочтениях и операционных результатах Группы.

Рынки развивающихся стран, включая Россию, подвержены экономическим, политическим, социальным, судебным и законодательным рискам, отличным от рисков более развитых рынков. Законы и нормативные акты, регулирующие ведение бизнеса в России, могут быстро изменяться, существует возможность их вариативной интерпретации. Будущее направление развития России в большой степени зависит от налоговой и кредитно-денежной политики государства, принимаемых законов и нормативных актов, а также изменений политической ситуации в стране. Экономика России так же особенно чувствительна к изменениям мировых цен на нефть и газ.

Начиная с 2014 года, США и Евросоюз ввели несколько пакетов санкций в отношении ряда российских чиновников, бизнесменов и организаций. Эти события затруднили доступ российского бизнеса к международным рынкам капитала.

Влияние изменений в экономической ситуации на будущие результаты деятельности и финансовое положение Группы на данный момент сложно определить.

Влияние COVID-19

В начале 2020 года в мире стал быстро распространяться новый коронавирус (COVID-19), что привело к тому, что Всемирная Организация Здравоохранения (ВОЗ) в марте 2020 года объявила начало пандемии. В первом полугодии 2020 года вспышка COVID-19 вызвала значительные потрясения на мировом рынке: привела к существенным операционным трудностям для многих компаний, изменению повседневных привычек людей в разных странах способствовала снижению цен на нефть, падению индексов фондового рынка, волатильности национальной валюты.

В ответ на потенциально серьезную угрозу, которую представляет для здоровья населения эпидемия COVID-19, органы государственной власти разных стран ввели ограничительные меры. В частности, российское правительство объявило нерабочими дни в период с конца марта по середину июня 2020 года, во многих регионах Российской Федерации, включая Москву, Санкт-Петербург, был введен режим повышенной готовности и принят ряд мер по борьбе с коронавирусной инфекцией, обязательных для всех граждан, в том числе, режим самоизоляции.

В период нерабочих дней Группа продолжала работу в форматах, разрешенных законодательством и локальными нормативными актами, как онлайн-ритейлер, магазины работали как пункты выдачи интернет заказов, мини-склады (dark stores) для пешей курьерской доставки или были закрыты. После окончания нерабочих дней магазины постепенно в течение июня-июля 2020 года восстановили свою работу в штатном режиме. Большинство сотрудников центрального офиса были переведены на удаленную работу, начиная с марта 2020 года и по текущую дату.

Кроме того, в рамках господдержки Группа по состоянию на 31 декабря 2020 года получила кредиты по льготным процентным ставкам от Банк ВТБ (ПАО) в размере 4 876. По данным кредитам за 2020 год Группа признала доход по субсидии в размере 186 в составе прочих операционных доходов.

Банк ВТБ (ПАО) также предоставил отсрочку по оплате долга по кредитам, полученным для целей приобретения бизнесов Эльдорадо и Медиа-Маркт.

Дополнительно Группа оптимизировала затраты и оборотный капитал, и, как результат применения мер по улучшению ликвидности во время пандемии, Группа увеличила сумму денежных средств и эквивалентов с 4 738 по состоянию на 31 декабря 2019 года до 7 445 по состоянию на 31 декабря 2020 года.

Группа также перезаключила ряд договоров аренды и перешла от фиксированной арендной платы на процент от оборота на период ограничений (преимущественно апрель и май 2020 года) (Примечания 8 и 26).

Группа идентифицировала пандемию COVID-19 в качестве индикатора возможного обесценения внеоборотных активов и, следовательно, по состоянию на 30 июня 2020 года провела тестирование активов в форме права пользования и основных средств на обесценение. По результатам проведенного Группой тестирования обесценение выявлено не было. Также Группа провела ежегодное тестирование обесценения гудвила и торговых знаков на 31 декабря 2020 года (Примечание 6).

Поскольку события, вызванные пандемией нового коронавируса, развиваются быстро и не поддаются надежному прогнозированию, влияние изменений в операционной среде на будущие результаты деятельности и финансовое положение Группы на данный момент сложно определить.

Управление налоговым риском

Российское законодательство, регулирующее ведение бизнеса, продолжает быстро меняться. Интерпретация руководством такого законодательства применительно к деятельности Группы может быть оспорена соответствующими региональными и федеральными органами, и налоговые органы могут занять более жесткую позицию при интерпретации законодательства. В результате, ранее не оспариваемые подходы к расчету налогов могут быть оспорены в ходе будущих налоговых проверок. Как правило, три года, предшествующие отчетному, открыты для проверки налоговыми органами. При определенных обстоятельствах проверки могут охватывать и более длительные периоды. Руководство Группы, основываясь на рыночных практиках и многолетней экспертизе в трактовке налогового законодательства, полагает, что все применимые налоги были начислены. Тем не менее, налоговые органы могут по-иному трактовать положения действующего налогового законодательства, и различия в трактовке могут оказывать влияние на финансовую отчетность.

Налоговые органы РФ провели выездную проверку ООО «ЭЛЬДОРАДО» за 2015 – 2017 гг., то есть, за период до вхождения ООО «ЭЛЬДОРАДО» в Группу. Компенсация потенциальных налоговых доначислений со стороны предыдущих владельцев ООО «ЭЛЬДОРАДО», выявленных в ходе проведения налоговой проверки, предусмотрена условиями сделки по приобретению ООО «ЭЛЬДОРАДО». В соответствии с действующими рыночными практиками и международными стандартами финансовой отчетности, Группа по состоянию на 31 декабря 2020 года отразила налоговый резерв и начисления по налогу на прибыль на оценочную величину доначислений, и признала ожидаемую по результатам проведенных с предыдущими владельцами переговоров компенсацию 50% соответствующим

щих расходов (или 458) в качестве актива (Примечания 13, 23 и 33).

Таможенные аспекты

В течение периодов, закончившихся 31 декабря 2020 и 2019 годов, часть произведенных за рубежом товаров Группа приобретала на территории Российской Федерации у российских юридических лиц, включая оптовые компании и посредников, которые импортировали товары на территорию России напрямую или через посредников. Так как Группа не участвовала в процессе таможенного оформления приобретенных товаров при их ввозе в Россию, руководство не может иметь полной уверенности в том, что предприятия, импортировавшие товары в Россию, полностью соблюдали применимые положения российского Таможенного кодекса.

Как описано выше в разделе «Налоговое законодательство и условия регулирования в Российской Федерации», соответствующие государственные органы могут занять более жесткие позиции в толковании применимого законодательства.

В соответствии с российским законодательством, компания, владеющая товарами, ввоз в страну которых сопровождался доказанными нарушениями таможенного законодательства, может быть подвергнута серьезным административным и гражданским санкциям и/или конфискации товаров, если она участвовала, знала или должна была знать об имевшем место нарушении таможенного кодекса. На настоящий момент Группа не получала никаких уведомлений об имевших место нарушениях таможенного кодекса.

Руководство считает, что компании Группы действовали в соответствии со всеми применимыми налоговыми и правовыми требованиями в отношении импортированной продукции, и что Группа не участвовала, не знала и не могла знать о каких-либо существенных нарушениях применимого таможенного кодекса российскими оптовыми или посредническими компаниями. Соответственно, в настоящей консолидированной финансовой отчетности руководство не начисляло резервов в отношении таких условных обязательств. Руководство считает, что с учетом существующих ограничений на доступ к документам таможенного оформления оценить вероятный потенциальный финансовый эффект (если таковой присутствует) таких условных обязательств не представляется практически возможным.

Лицензионные соглашения

По состоянию на 31 декабря 2020 года минимальные платежи без НДС по будущим контрактным обязательствам Группы составляют 1 567 (31 декабря 2019 года: 1 566). Данные обязательства возникают в отношении услуг по технической поддержке существующих лицензий SAP на программное обеспечение до 2025 года.

Группа использует программное обеспечение SAP для функций управления финансами, поставками и персоналом.

Судебные разбирательства

В ходе ведения деятельности Группа подвергается различным искам и претензиям. Хотя в отношении таких разбирательств действуют прочие факторы неопределенности, и их исход невозможно предсказать с достаточной степенью уверенности, руководство Группы считает, что финансовое влияние данных вопросов не превысит суммы, признанной в качестве резерва под судебные разбирательства и штрафы, раскрытой в Примечании 23.

Охрана окружающей среды

Законодательство об охране окружающей среды в Российской Федерации находится в стадии развития, и позиция государственных органов в этом отношении претерпевает изменения. Группа периодически пересматривает свои обязательства в области защиты окружающей среды. В существующих условиях правоприменения и с учетом действующего законодательства у Группы, по мнению руководства, отсутствуют какие-либо значительные обязательства по охране окружающей среды.

Гарантии

В процессе своей обычной операционной деятельности Группа время от времени заключает с банками договоры о получении финансовых гарантий. В соответствии с данными договорами, банки предоставляют гарантии в пользу поставщиков Группы, и обязательства могут быть истребованы с Группы по данным договорам исключительно в случае нарушения контрактных сроков оплаты задолженности поставщикам. По состоянию на 31 декабря 2020 года сумма гарантий, предоставленных Группе, составила 10 849 (по состоянию на 31 декабря 2019 года: 9 179). По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов во исполнение требования обеспечения гарантий активы Группы не были заложены.

35. ЦЕЛИ И ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ

Как правило, финансовые обязательства Группы включают в себя банковские кредиты, обязательства по аренде и торговую и прочую кредиторскую задолженность. Основная цель данных финансовых инструментов заключается в финансировании операций Группы. Группа также имеет торговую и прочую дебиторские задолженности, денежные средства и краткосрочные депозиты, возникающие непосредственно в ходе деятельности.

Основными рисками, возникающими в результате использования Группой финансовых инструментов, являются валютный риск, кредитный риск и риск ликвидности.

Руководство Группы контролирует управление данными рисками. Руководство Группы оказывает содействие Совету Директоров Группы в части управления операциями, связанными с финансовыми рисками, в соответствии с надлежущими правилами и процедурами, а также обеспечивает идентификацию, оценку и управление финансовыми рисками в соответствии с политикой Группы. Совет Директоров проводит анализ и утверждение политики управления каждым из этих рисков, краткое описание которых приведено ниже.

Категории финансовых инструментов

Балансовая стоимость финансовых активов и обязательств, сгруппированных по категориям финансовых инструментов, по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов приведена ниже:

	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
Финансовые активы		
Активы, учитываемые по амортизированной стоимости	53 754	38 919
Финансовые обязательства		
Обязательства, учитываемые по амортизированной стоимости	270 136	238 450

Справедливая стоимость финансовых инструментов

	31 декабря 2020 года		31 декабря 2019 года	
	Балансовая стоимость	Справедливая стоимость	Балансовая стоимость	Справедливая стоимость
ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ				
Долгосрочные займы и векселя к получению	85	85	45	45
Денежные средства и их эквиваленты	7 445	7 445	4 738	4 738
Дебиторская задолженность	46 224	46 224	34 136	34 136
ИТОГО	53 754	53 754	38 919	38 919
ФИНАНСОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Кредиты с фиксированной процентной ставкой	47 928	48 284	49 410	50 982
Торговая кредиторская задолженность	207 862	207 862	176 065	176 065
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	14 346	14 346	12 975	12 975
ИТОГО	270 136	270 492	238 450	240 022

Справедливая стоимость таких активов и обязательств как долгосрочные займы выданные, денежные средства и их эквиваленты, дебиторская задолженность, торговая кредиторская задолженность и прочая кредиторская задолженность соответствует текущей стоимости, по которой они отражены в учете, ввиду непродолжительных сроков погашения данных инструментов.

Для расчета справедливой стоимости кредитов, полученных в рублях по фиксированной ставке в 2020 и 2019 годах, была применена рыночная стоимость заемного капитала в размере 6,5-7,5%. Оценка справедливой стоимости происходила по третьему уровню иерархии.

Управление валютным риском

Валютный риск представляет собой риск того, что финансовые результаты Группы будут изменяться в результате изменения курса иностранных валют. Группа подвержена валютному риску, возникающему, в основном, из-за договоров аренды, привязанных к валютам, отличным от функциональной. По состоянию на 31 декабря 2020 года приблизительно 0,5% (на 31 декабря 2019 года: 0,5%) соглашений по договорам аренды магазинов и складов были привязаны к доллару США или Евро. Где это возможно, Группа минимизирует возможные риски, связанные с договорами аренды в иностранной валюте, путем согласования с арендодателем фиксированного валютного курса или максимального предела валютного курса.

В течение 2020 и 2019 годов Группа не использовала форвардные валютные контракты в целях уменьшения валютного риска.

Балансовая стоимость на отчетную дату номинированных в иностранной валюте активов и обязательств Группы представлена ниже:

	Доллар США		Евро	
	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года	31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
АКТИВЫ				
Авансы выданные	3	–	2	–
Денежные средства и их эквиваленты	–	–	–	1
Итого активы	3	–	2	1
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Обязательства по аренде	(2 331)	(1 596)	–	(147)
Итого обязательства	(2 331)	(1 596)	–	(147)
ИТОГО ЧИСТАЯ ПОЗИЦИЯ	(2 328)	(1 596)	2	(146)

Анализ чувствительности к валютному риску

Как указано выше, Группа, в основном, подвержена валютному риску из-за изменения курсов доллара США и Евро. По состоянию на 31 декабря 2020 года уровень чувствительности 10% (по состоянию на 31 декабря 2019 года: 10%) представляет собой оценку руководства возможного изменения обменных курсов иностранных валют. Анализ чувствительности отражает только активы и обязательства в иностранной валюте на конец года и корректирует изменение их стоимости в зависимости от колебаний валютных курсов. Указанные ниже положительные суммы отражают увеличение прибыли и собственного капитала, где российский рубль растет по отношению к соответствующей валюте. При обесценении российского рубля по отношению к соответствующей валюте влияние на прибыль и капитал будет эквивалентно и противоположно.

	Доллар США		Евро	
	Изменения в валютном курсе, %	Эффект на прибыль до налога на прибыль и капитал	Изменения в валютном курсе, %	Эффект на прибыль до налога на прибыль и капитал
2020 год	10%	(233)	10%	–
	(10%)	233	(10%)	–

	Доллар США		Евро	
	Изменения в валютном курсе, %	Эффект на прибыль до налога на прибыль и капитал	Изменения в валютном курсе, %	Эффект на прибыль до налога на прибыль и капитал
2019 год	10%	(160)	10%	(15)
	(10%)	160	(10%)	15

Управление риском изменения процентных ставок

Риск, связанный с изменением процентных ставок, является незначительным, так как компании Группы привлекают заемные средства только с фиксированной процентной ставкой. У Группы есть риск изменения справедливой стоимости финансовых обязательств Группы в связи с изменением рыночной ставки по кредитам.

Процентные риски по финансовым активам и финансовым обязательствам Группы подробнее рассмотрены в параграфе «Управление риском ликвидности».

Приведенный ниже анализ изменения справедливой стоимости проводился по непроизводным финансовым инструментам на отчетную дату. При подготовке управленческой отчетности по процентному риску для ключевых руководителей Группы используется допущение об изменении процентной ставки на 100 базисных пунктов, что соответствует ожиданиям руководства в отношении разумно возможного колебания процентных ставок.

Если бы рыночная процентная ставка выросла/(упала) на 100 базисных пунктов при сохранении всех прочих переменных, то справедливая стоимость обязательств по банковским кредитам Группы уменьшилась/(увеличилась) бы на 228/(226) (2019: 1 571/(1 037)).

Управление кредитным риском

Кредитный риск представляет собой риск того, что контрагент может не исполнить свои договорные обязательства в срок, что приведет к возникновению у Группы финансового убытка. Финансовые активы, которые потенциально могут вызвать возникновение кредитного риска у Группы, в основном состоят из бонусов к получению от поставщиков, прочей дебиторской задолженности, краткосрочных инвестиций, а также из денежных средств на текущих и депозитных счетах в банках или прочих финансовых институтах.

Бонусы к получению либо погашаются путем взаимозачета с соответствующей кредиторской задолженностью, либо выплачиваются поставщиком денежными средствами. По состоянию на 31 декабря 2020 года бонусы к получению по четырем основным поставщикам составляли 32% от величины консолидированной дебиторской задолженности и расходов будущих периодов Группы (по состоянию на 31 декабря 2019 года: 29%). Группа полагает, что уровень кредитного риска, связанного с вышеуказанной дебиторской задолженностью, не является существенным, поскольку все дебиторы являются основными поставщиками Группы.

Кредитный риск по ликвидным средствам (см. таблицу ниже) управляется казначейством в Группе. Руководство уверено, что кредитный риск по финансовым вложениям, возникшим в результате избытка наличных средств, является ограниченным, так как контрагентами Группы являются банки с высокими кредитными рейтингами, присвоенными международными рейтинговыми агентствами.

В следующей таблице представлены остатки по операциям с 4 крупнейшими контрагентами на 31 декабря 2020 и 2019 годов:

	Валюты	Рейтинг	Балансовая стоимость	
			31 декабря 2020 года	31 декабря 2019 года
АО «АЛЬФА-БАНК»	руб.	Ba1	1 636	173
Банк ВТБ (ПАО)	руб.	Baa3	1 453	981
ПАО Сбербанк	руб.	Baa3	269	67
Прочие	руб.		102	82
ИТОГО			3 460	1 303

Балансовая стоимость финансовых активов, отраженных в консолидированном отчете о финансовом положении, показана за вычетом убытков от обесценения и представляет собой максимальную величину кредитного риска Группы. По состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов у Группы не было прочей концентрации кредитного риска.

Управление риском ликвидности

Казначейство Группы контролирует риск возможной нехватки средств, используя модель постоянного планирования ликвидности. Данный инструмент анализирует сроки погашения финансовых вложений и финансовых активов Группы (например, дебиторской задолженности, прочих финансовых активов) и прогнозы в отношении денежных потоков от операционной деятельности.

Целью Группы является обеспечение непрерывного финансирования и гибкости при использовании финансовых ресурсов путем использования овердрафтов по банковским счетам и банковских кредитов. Группа ежегодно проводит анализ своих потребностей

в денежных средствах и ожидаемых денежных потоков с целью определения своих обязательств по финансированию. В основе проводимой оценки лежит сезонный характер деятельности Группы, программа увеличения количества магазинов и прогнозируемые потребности Группы в оборотном капитале. Для покрытия значительной доли своих базовых потребностей в наличных денежных средствах Группа использует долгосрочные инструменты (займы и кредиты). Для удовлетворения сезонной потребности в ликвидности Группа использует краткосрочные кредиты и банковские овердрафты. Группа ежеквартально пересматривает прогнозы в отношении необходимой ликвидности и организует доступ к заемным средствам в нескольких банках, чтобы быть уверенной в том, что у нее имеется достаточное количество подтвержденных, но еще неиспользованных кредитов.

Кроме того, для управления ликвидностью Группа использует подход по управлению оборотным капиталом с уравниванием сроков оборачиваемости товарных запасов и кредиторской задолженности, в связи с чем к поставщикам предъявляются определенные требования по предоставлению отсрочки платежа. Для предоставления необходимой отсрочки платежа используются различные механизмы, в т.ч. договоры факторинга, коммерческий кредит и векселя. Поскольку в результате использования данных механизмов Группа не получает существенных выгод дополнительного финансирования и не предоставляет дополнительного обеспечения, соответствующие обязательства отражаются в составе торговой кредиторской задолженности, процентные расходы – в составе финансовых расходов, а денежные потоки – в составе движения денежных средств от операционной деятельности.

По состоянию на 31 декабря 2020 года торговая кредиторская задолженность, в отношении которой Группой использовались механизмы получения дополнительной отсрочки платежа с привлечением финансовых институтов, составила 18 632 (31 декабря 2019 года: 7 134) соответствующие процентные расходы за 2020 год – 822 (2019: 530). Также, по состоянию на 31 декабря 2020 года у Группы имелась торговая кредиторская задолженность перед поставщиками в размере 701 (31 декабря 2019 года: 4 197), в отношении которой предоставлялась возмездная отсрочка платежа. Финансовые расходы, понесенные Группой в связи с предоставлением поставщикам такой отсрочки, составили 596 в 2020 году и 158 в 2019 году.

В таблице ниже представлены данные о сроках погашения финансовых обязательств Группы по состоянию на 31 декабря 2020 и 2019 годов на основе недисконтированных платежей по договорам:

	Менее 3 месяцев	От 3 месяцев до года	От 1 года до 5 лет	Свыше 5 лет	Итого
По состоянию на 31 декабря 2020 года					
Торговая кредиторская задолженность	205 328	2 534	–	–	207 862
Кредиты	923	48 951	27	–	49 901
Обязательства по аренде	6 729	13 745	54 018	26 936	101 428
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	14 272	73	1	–	14 346
ИТОГО	227 252	65 303	54 046	26 936	373 538

	Менее 3 месяцев	От 3 месяцев до года	От 1 года до 5 лет	Свыше 5 лет	Итого
По состоянию на 31 декабря 2019 года					
Торговая кредиторская задолженность	175 666	399	–	–	176 065
Кредиты	3 978	9 792	36 297	12 509	62 576
Обязательства по аренде	5 193	14 589	48 948	21 502	90 232
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	12 804	73	98	–	12 975
ИТОГО	197 641	24 853	85 343	34 011	341 848

Управление риском недостаточности капитала

Группа осуществляет управление своим капиталом для обеспечения продолжения деятельности всех компаний Группы в обозримом будущем и одновременной максимизации прибыли для акционеров за счет оптимизации соотношения заемных и собственных средств.

За годы, закончившиеся 31 декабря 2020 и 2019 годов, не было изменений в целях, политиках и процессах.

В состав капитала Группы входят выпущенные акции, за вычетом выкупленных собственных акций, добавочный капитал и нераспределенная прибыль.

Главной целью программы управления капиталом Группы является максимизация акционерной стоимости и минимизация рисков кредитного портфеля. Сегмент бытовой электронной техники является циклическим бизнесом и, соответственно, требует краткосрочных колебаний размера капитала, используемого для приобретения товаров с целью насыщения сезонного спроса. Для покрытия сезонной потребности в капитале Группа сочетает такие виды заимствований, как краткосрочные кредиты, а также задолженность перед поставщиками. Программа наращивания количества магазинов усиливает потребность в капитале, так как затраты, необходимые для открытия новых магазинов, увеличивают финансовую нагрузку Группы. Хотя в Группе не существует какой-либо формальной политики касательно оптимального соотношения заемных и собственных средств, Группа периодически проводит анализ своих потребностей в капитале для определения необходимых мер по поддержанию сбалансированной структуры капитала посредством привлечения вкладов акционеров в уставный капитал, выпуска новых акций, возврата капитала акционерам, выпуска новых или погашения существующих долговых обязательств.

36. СОБЫТИЯ ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ

Событий после отчетной даты, требующих раскрытия в отчетности, не произошло.

П Р И Л О Ж Е Н И Я

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1

к Годовому отчету ПАО «М.видео» за 2020 год

Отчет о совершенных ПАО «М.видео» (далее – Общество) в 2020 году сделках, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имелась заинтересованность и крупными сделками

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и ее существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки <small>*Данная информация приведена по состоянию на дату заключения сделки.</small>	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
---	------------------------	--	--

1. КРУПНЫЕ СДЕЛКИ

В отчетном году Общество не совершало сделки, признаваемые в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» крупными сделками, а также иными сделками, на совершение которых в соответствии с Уставом Общества распространяется порядок одобрения крупных сделок.

2. СДЕЛКИ, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЛАСЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ

1.	30.01.2020	<p>Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ».</p> <p>Стороны и выгодоприобретатели по сделке:</p> <p>Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН 5067746789248, ИНН 7707602010).</p> <p>Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): ООО «Славянка» (ОГРН 1127746288636, ИНН 7730663821).</p> <p>Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН 1057746840095, ИНН 7707548740).</p> <p>Предмет гарантии: обеспечение исполнения Принципалом обязательств по договору аренды нежилых помещений №06-ДДА/СБ от 20 декабря 2018 года, заключенному между ООО «МВМ» и ООО «Славянка», (далее по тексту настоящего пункта – Договор), а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> по уплате Арендной платы и иных платежей по Договору; по уплате признанных Принципалом штрафных санкций за нарушение Договора и признанных Принципалом сумм причиненного им Бенефициару ущерба; по уплате штрафных санкций, применяемых только при досрочном расторжении Договора за нарушение Принципалом договорных обязательств, независимо от их признания или непризнания Принципалом. 	Совет директоров
----	------------	---	------------------

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и ее существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки <small>*Данная информация приведена по состоянию на дату заключения сделки.</small>	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
1.	30.01.2020	<p>Сумма гарантии: не более 17 987 814,40 (семнадцать миллионов девятьсот восемьдесят семь тысяч восемьсот четырнадцать целых и 40/100) российских рублей (указанный размер определен исходя из пересчета 281 059,60 (двести восемьдесят одна тысяча пятьдесят девять, 66/100) долларов США по курсу 64 рубля за 1 доллар США).</p> <p>Сумма гарантии составляла менее двух процентов балансовой стоимости активов Общества.</p> <p>Срок гарантии – с 31.01.2020г. по 30.01.2021г.</p> <p>Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки:</p> <p>1) Полное фирменное наименование: ДАВЛАРИА ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД / DAWLARIA HOLDINGS LIMITED</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (выгодоприобретатель в сделке). <p>2) Полное фирменное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Сафмар Ритейл»</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (выгодоприобретатель в сделке). <p>3) Полное фирменное наименование: ЭРИКАРИЯ ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД/ Ericaria Holdings Limited</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (выгодоприобретатель в сделке). <p>4) Информация не раскрывается*</p> <p>5) Информация не раскрывается*</p> <p>6) Информация не раскрывается*</p> <p>7) Информация не раскрывается*</p>	Совет директоров

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и ее существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки	№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и ее существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
2.	03.08.2020	<p>Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ».</p> <p>Стороны и выгодоприобретатели по сделке:</p> <p>Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН 5067746789248, ИНН 7707602010).</p> <p>Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): ООО «Строительная компания Бриз» (ОГРН 1037828056221, ИНН 7813188168).</p> <p>Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН 1057746840095, ИНН 7707548740).</p> <p>Предмет гарантии: обеспечение исполнения Принципалом обязательств по оплате всех обязательств по договору аренды помещения №ЛТЛ2012/02-MSU7С.1 от 28.11.2012г., заключенному между ООО «МВМ» и ООО «Строительная компания Бриз», (далее по тексту настоящего пункта – Договор) в отношении помещения С, включая, но не ограничиваясь: обязательств по оплате арендной платы; предусмотренных Договором неустоек за неуплату (несвоевременную) уплату арендной платы (всех ее частей); штрафы за неисполнение/ ненадлежащее исполнение Договора; а также денежных обязательств по компенсации документально подтвержденного ущерба.</p> <p>Сумма гарантии: не более 215 434,89 (Двести пятнадцать тысяч четыреста тридцать четыре целых) долларов США 89 центов.</p> <p>Уплата суммы Гарантии осуществляется в российских рублях по следующему курсу: по официальному курсу обмена доллара США к рублю, установленному Банком России на Дату Платежа, увеличенному на коэффициент 1,005 – в случае, если такой официальный курс обмена больше или равен 24 (двадцать четыре) рубля за 1 (один) доллар США; или 24 (двадцать четыре) рубля за 1 (один) доллар США, увеличенный на коэффициент 1,005 – в случае, если официальный курс обмена доллара США к рублю, установленный Банком России на соответствующую дату, составит менее 24 (двадцати четырех) рублей за 1 (один) доллар США.</p> <p>Сумма гарантии составляла менее двух процентов балансовой стоимости активов Общества.</p> <p>Срок гарантии – с 01.09.2020г. по 24.11.2020г.</p>	<p>Совет директоров Общества не рассматривал вопрос о согласии на совершение или последующем одобрении данной сделки. На дату окончания 2020 года обязательства, обеспечиваемые данной гарантией, исполнены в полном объеме, обязательства Общества как Гаранта прекращены в связи с окончанием срока на который выдана гарантия.</p>	2.	03.08.2020	<p>5) Информация не раскрывается*</p> <p>6) Информация не раскрывается*</p>	<p>Совет директоров Общества не рассматривал вопрос о согласии на совершение или последующем одобрении данной сделки. На дату окончания 2020 года обязательства, обеспечиваемые данной гарантией, исполнены в полном объеме, обязательства Общества как Гаранта прекращены в связи с окончанием срока на который выдана гарантия.</p>
3.	25.12.2020	<p>Дополнительное соглашение к Договору займа № 01-0030/01-2014 от 14.01.2014, заключенному между ПАО «М.видео» в качестве займодавца и ООО «МВМ» в качестве заемщика</p> <p>Стороны и выгодоприобретатели по сделке:</p> <p>Займодавец: ПАО «М.видео» (ОГРН 5067746789248; ИНН 7707602010);</p> <p>Заемщик: ООО «МВМ» (ОГРН 1057746840095; ИНН 7707548740);</p> <p>Выгодоприобретатель: отсутствует.</p> <p>Предмет и иные существенные условия сделки: внесение изменений в Договор займа № 01-0030/01-2014 от 14.01.2014г., заключенный между ПАО «М.видео» (далее - Займодавец) в качестве займодавца и ООО «МВМ» (далее - Заемщик) в качестве заемщика, (далее – Договор) в части изменения суммы денежных средств, предоставляемых Займодавцем Заемщику (Сумма займа) и срока возврата Заемщиком займодавцу Суммы займа.</p> <p>Сумма займа с учетом изменений составляет 995 000 000 (Девятьсот девяносто пять миллионов) рублей.</p> <p>Срок возврата Суммы займа с учетом изменений: до 31 декабря 2023 года (включительно).</p> <p>Размер (цена) сделки в денежном выражении: 1 293 500 000 (Один миллиард двести девяносто три миллиона пятьсот тысяч) рублей.</p> <p>Размер сделки в процентах от балансовой стоимости активов Общества: 8,63%</p> <p>Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки:</p> <p>1) Полное фирменное наименование: ДАВЛАРИА ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД / DAWLARIA HOLDINGS LIMITED</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (выгодоприобретатель в сделке). <p>2) Полное фирменное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Сафмар Ритейл»</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (выгодоприобретатель в сделке). <p>3) Полное фирменное наименование: ЭРИКАРИЯ ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД/ Ericaria Holdings Limited</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (выгодоприобретатель в сделке). <p>4) Информация не раскрывается*</p>	Совет директоров			<p>Совет директоров</p>	

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и ее существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки <small>*Данная информация приведена по состоянию на дату заключения сделки.</small>	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
3.	25.12.2020	<p>2) Полное фирменное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Сафмар Ритейл»</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (сторона в сделке); доля участия заинтересованного лица в уставном (складочном) капитале (доля принадлежащих заинтересованному лицу акций) Общества: 0%; доля участия заинтересованного лица в уставном (складочном) капитале юридического лица, являющегося стороной в сделке: 0%. <p>3) Полное фирменное наименование: ЭРИКАРИЯ ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД/ Ericaria Holdings Limited</p> <ul style="list-style-type: none"> основание (основания), по которому (по которым) такое лицо признано заинтересованным в совершении сделки: является контролирующим лицом Общества и является контролирующим лицом ООО «МВМ» (сторона в сделке); доля участия заинтересованного лица в уставном (складочном) капитале (доля принадлежащих заинтересованному лицу акций) Общества: 63,5058%; доля участия заинтересованного лица в уставном (складочном) капитале юридического лица, являющегося стороной в сделке: 0%. <p>4) Информация не раскрывается*</p> <p>5) Информация не раскрывается*</p>	Совет директоров

ПРИЛОЖЕНИЕ № 2

к Годовому отчету ПАО «М.видео» за 2020 год

Отчет о соблюдении Обществом принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
1.1.	Общество должно обеспечивать равное и справедливое отношение ко всем акционерам при реализации ими права на участие в управлении обществом.			
1.1.1.	Общество создает для акционеров максимально благоприятные условия для участия в общем собрании, условия для выработки обоснованной позиции по вопросам повестки дня общего собрания, координации своих действий, а также возможность высказать свое мнение по рассматриваемым вопросам.	<ol style="list-style-type: none"> В открытом доступе находится внутренний документ общества, утвержденный общим собранием акционеров и регламентирующий процедуры проведения общего собрания. Общество предоставляет доступный способ коммуникации с обществом, такой как «горячая линия», электронная почта или форум в интернете, позволяющий акционерам высказать свое мнение и направить вопросы в отношении повестки дня в процессе подготовки к проведению общего собрания. Указанные действия предпринимались обществом накануне каждого общего собрания, прошедшего в отчетный период. 	соблюдается	
1.1.2.	Порядок сообщения о проведении общего собрания и предоставления материалов к общему собранию дает акционерам возможность надлежащим образом подготовиться к участию в нем.	<ol style="list-style-type: none"> Сообщение о проведении общего собрания акционеров опубликовано на сайте в сети Интернет не менее, чем за 30 дней до даты проведения общего собрания. В сообщении о проведении собрания указано место проведения собрания и документы, необходимые для допуска в помещение. Акционерам был обеспечен доступ к информации о том, кем предложены вопросы повестки дня и кем выдвинуты кандидатуры в Совет директоров и Ревизионную комиссию Общества. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки.</p> <p>В материалах к годовому Общему собранию акционеров, состоявшемуся 22 июня 2020 года, акционерам не была предоставлена информация о том, кем выдвинуты кандидатуры в Совет директоров Общества так как предложения о выдвижении кандидатов в Совет директоров от акционеров в Общество не поступали.</p>

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
1.1.3.	В ходе подготовки и проведения общего собрания акционеры имели возможность беспрепятственно и своевременно получать информацию о собрании и материалы к нему, задавать вопросы исполнительным органам и членам совета директоров общества, общаться друг с другом.	<ol style="list-style-type: none"> 1. В отчетном периоде, акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам совета директоров общества накануне и в ходе проведения годового общего собрания. 2. Позиция совета директоров (включая внесенные в протокол особые мнения), по каждому вопросу повестки дня общих собраний, проведенных в отчетных период, была включена в состав материалов к общему собранию акционеров. 3. Общество предоставляло акционерам, имеющим на это право, доступ к списку лиц, имеющих право на участие в общем собрании, начиная с даты получения его обществом, во всех случаях проведения общих собраний в отчетном периоде. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки.</p> <p>В отчетном периоде в целях соблюдения мер по предотвращению распространения COVID-19 Общие собрания акционеров проводились в заочной форме.</p> <p>Акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам Совета директоров Общества накануне проведения годового Общего собрания акционеров Общества в режиме обращения акционеров к Корпоративному секретарю и к Руководителю управления по взаимодействию с инвесторами, контактные данные которых (номер телефона, адрес электронной почты) размещены на сайте Общества. С целью обеспечения наиболее полного информирования акционеров по вопросам повестки дня Общих собраний акционеров контакты Корпоративного секретаря (номер телефона, адрес электронной почты) указывались также в сообщениях о проведении Общих собраний акционеров.</p>	1.1.6.	Установленный порядком ведения общего собрания обеспечивает равную возможность всем лицам, присутствующим на собрании, высказать свое мнение и задать интересующие их вопросы.	<ol style="list-style-type: none"> 1. При проведении в отчетном периоде общих собраний акционеров в форме собрания (совместного присутствия акционеров) предусматривалось достаточное время для докладов по вопросам повестки дня и время для обсуждения этих вопросов. 2. Кандидаты в органы управления и контроля общества были доступны для ответов на вопросы акционеров на собрании, на котором их кандидатуры были поставлены на голосование. 3. Советом директоров при принятии решений, связанных с подготовкой и проведением общих собраний акционеров, рассматривался вопрос об использовании телекоммуникационных средств для предоставления акционером удаленного доступа для участия в общих собраниях в отчетном периоде. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 и 2 критериев оценки.</p> <p>В отчетном периоде в целях соблюдения мер по предотвращению распространения COVID-19 Общие собрания акционеров проводились в заочной форме.</p> <p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки.</p> <p>В отчетном периоде Советом директоров при принятии решений, связанных с подготовкой и проведением Общих собраний акционеров, не рассматривался вопрос об использовании телекоммуникационных средств для предоставления акционером удаленного доступа для участия в Общих собраниях так как такая возможность не была предусмотрена Уставом и внутренними документами Общества. В отчетном периоде Общество утвердило новые редакции вышеуказанных документов, которые предполагают возможность использования телекоммуникационных средств для предоставления акционером удаленного доступа для участия в Общих собраниях. В 2021 году Общество планирует начать использование телекоммуникационных средств для предоставления акционером удаленного доступа для участия в Общих собраниях.</p>
1.1.4.	Реализация права акционера требовать созыва общего собрания, выдвигать кандидатов в органы управления и вносить предложения для включения в повестку дня общего собрания не была сопряжена с неоправданными сложностями.	<ol style="list-style-type: none"> 1. В отчетном периоде, акционеры имели возможность в течение не менее 60 дней после окончания соответствующего календарного года, вносить предложения для включения в повестку дня годового общего собрания. 2. В отчетном периоде общество не отказывало в принятии предложений в повестку дня или кандидатур в органы общества по причине опечаток и иных несущественных недостатков в предложении акционера. 	соблюдается		1.2.	Акционерам предоставлена равная и справедливая возможность участвовать в прибыли общества посредством получения дивидендов.		соблюдается	
1.1.5.	Каждый акционер имел возможность беспрепятственно реализовать право голоса самым простым и удобным для него способом.	Внутренний документ (внутренняя политика) общества содержит положения, в соответствии с которыми каждый участник общего собрания может до завершения соответствующего собрания потребовать копию заполненного им бюллетеня, заверенного счетной комиссией.	соблюдается		1.2.1.	Общество разработало и внедрило прозрачный и понятный механизм определения размера дивидендов и их выплаты.	<ol style="list-style-type: none"> 1. В обществе разработана, утверждена Советом директоров и раскрыта дивидендная политика. 2. Если дивидендная политика общества использует показатели отчетности общества для определения размера дивидендов, то соответствующие положения дивидендной политики учитывают консолидированные показатели финансовой отчетности. 	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
1.2.2.	Общество не принимает решение о выплате дивидендов, если такое решение, формально не нарушая ограничений, установленных законодательством, является экономически необоснованным и может привести к формированию ложных представлений о деятельности общества.	Дивидендная политика общества содержит четкие указания на финансовые/экономические обстоятельства, при которых обществу не следует выплачивать дивиденды.	соблюдается	
1.2.3.	Общество не допускает ухудшения дивидендных прав существующих акционеров.	В отчетном периоде общество не предпринимало действий, ведущих к ухудшению дивидендных прав существующих акционеров.	соблюдается	
1.2.4.	Общество стремится к исключению использования акционерами иных способов получения прибыли (дохода) за счет общества, помимо дивидендов и ликвидационной стоимости	В целях исключения акционерами иных способов получения прибыли (дохода) за счет общества, помимо дивидендов и ликвидационной стоимости, во внутренних документах общества установлены механизмы контроля, которые обеспечивают своевременное выявление и процедуру одобрения сделок с лицами, аффилированными (связанными) с существенными акционерами (лицами, имеющими право распоряжаться голосами, приходящимися на голосующие акции), в тех случаях, когда закон формально не признает такие сделки в качестве сделок с заинтересованностью.	соблюдается	
1.3.	Система и практика корпоративного управления обеспечивают равенство условий для всех акционеров - владельцев акций одной категории (типа), включая миноритарных (мелких) акционеров и иностранных акционеров, и равное отношение к ним со стороны общества.			
1.3.1.	Общество создало условия для справедливого отношения к каждому акционеру со стороны органов управления и контролирующих лиц общества, в том числе условия, обеспечивающие недопустимость злоупотреблений со стороны крупных акционеров по отношению к миноритарным акционерам.	В течение отчетного периода процедуры управления потенциальными конфликтами интересов у существенных акционеров являются эффективными, а конфликтам между акционерами, если таковые были, совет директоров уделит надлежащее внимание.	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
1.3.2.	Общество не предпринимает действий, которые приводят или могут привести к искусственному перераспределению корпоративного контроля.	Квазиказначейские акции отсутствуют или не участвовали в голосовании в течение отчетного периода.	не соблюдается	В течение отчетного периода квазиказначейские акции (1,0993%) единожды участвовали в голосовании, что не привело и не могло привести к искусственному перераспределению корпоративного контроля. В дальнейшем Общество планирует полное соблюдение данного принципа Кодекса корпоративного управления.
2.1.	Совет директоров осуществляет стратегическое управление обществом, определяет основные принципы и подходы к организации в обществе системы управления рисками и внутреннего контроля, контролирует деятельность исполнительных органов общества, а также реализует иные ключевые функции.			
2.1.1.	Совет директоров отвечает за принятие решений, связанных с назначением и освобождением от занимаемых должностей исполнительных органов, в том числе в связи с ненадлежащим исполнением ими своих обязанностей. Совет директоров также осуществляет контроль за тем, чтобы исполнительные органы общества действовали в соответствии с утвержденными стратегией развития и основными направлениями деятельности общества.	<ol style="list-style-type: none"> Совет директоров имеет закрепленные в уставе полномочия по назначению, освобождению от занимаемой должности и определению условий договоров в отношении членов исполнительных органов. Советом директоров рассмотрен отчет (отчеты) единоличного исполнительного органа и членов коллегиального исполнительного органа о выполнении стратегии общества. 	соблюдается	
2.1.2.	Совет директоров устанавливает основные ориентиры деятельности общества на долгосрочную перспективу, оценивает и утверждает ключевые показатели деятельности и основные бизнес-цели общества, оценивает и одобряет стратегию и бизнес-планы по основным видам деятельности общества.	В течение отчетного периода на заседаниях совета директоров были рассмотрены вопросы, связанные с ходом исполнения и актуализации стратегии, утверждением финансово-хозяйственного плана (бюджета) общества, а также рассмотрению критериев и показателей (в том числе промежуточных) реализации стратегии и бизнес-планов общества.	соблюдается	
2.1.3.	Совет директоров определяет принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе.	<ol style="list-style-type: none"> Совет директоров определил принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе. Совет директоров провел оценку системы управления рисками и внутреннего контроля общества в течение отчетного периода. 	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.1.4.	Совет директоров определяет политику общества по вознаграждению и (или) возмещению расходов (компенсаций) членам совета директоров, исполнительным органам общества и иным ключевым руководящим работникам общества.	<ol style="list-style-type: none"> В обществе разработана и внедрена одобренная советом директоров политика (политики) по вознаграждению и возмещению расходов (компенсаций) членов совета директоров, исполнительных органов общества и иных ключевых руководящих работников общества. В течение отчетного периода на заседаниях совета директоров были рассмотрены вопросы, связанные с указанной политикой (политиками). 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки.</p> <p>В Обществе внедрена одобренная политика по вознаграждению и возмещению расходов (компенсаций) членов Совета директоров Общества</p> <p>В Обществе отсутствует политика (политики) по вознаграждению исполнительных органов Общества и иных ключевых руководящих работников Общества. Вознаграждения таких лиц рассматриваются и пересматриваются на периодической основе Советом директоров. Для указанных лиц устанавливаются показатели, достижение/не достижение которых в среднесрочной или долгосрочной перспективе учитывается при определении размера вознаграждений. Такая сложившаяся практика, по мнению Общества, является эффективной и отсутствует необходимость разработки и внедрения внутреннего документа, определяющего политику (политики) по вознаграждению исполнительных органов Общества и ключевых руководящих работников.</p> <p>Возмещение (компенсация) расходов, понесенных членами исполнительных органов Общества и ключевыми руководящими работниками общества, осуществляется в соответствии с внутренними документами Общества, применимыми ко всем сотрудникам Общества.</p> <p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки.</p> <p>В течение отчетного года вопросы, связанные с указанными политиками, Советом директоров не рассматривались.</p> <p>Общество планирует в 2021 году рассмотреть на заседании Совета директоров вопросы, связанные с актуализацией политики (политик) по вознаграждению и возмещению расходов (компенсаций) членов Совета директоров.</p>	2.1.6.	Совет директоров играет ключевую роль в обеспечении прозрачности общества, своевременности и полноты раскрытия обществом информации, необременительного доступа акционеров к документам общества.	<ol style="list-style-type: none"> Совет директоров утвердил положение об информационной политике. В обществе определены лица, ответственные за реализацию информационной политики. 	соблюдается	
					2.1.7.	Совет директоров осуществляет контроль за практикой корпоративного управления в обществе и играет ключевую роль в существенных корпоративных событиях общества.	В течение отчетного периода совет директоров рассмотрел вопрос о практике корпоративного управления в обществе.	соблюдается	
					2.2. Совет директоров подотчетен акционерам общества.				
					2.2.1.	Информация о работе совета директоров раскрывается и предоставляется акционерам.	<ol style="list-style-type: none"> Годовой отчет общества за отчетный период включает в себя информацию о посещаемости заседаний совета директоров и комитетов отдельными директорами. Годовой отчет содержит информацию об основных результатах оценки работы совета директоров, проведенной в отчетном периоде. 	соблюдается	
					2.2.2.	Председатель совета директоров доступен для общения с акционерами общества.	В обществе существует прозрачная процедура, обеспечивающая акционерам возможность направлять председателю совета директоров вопросы и свою позицию по ним.	соблюдается	
					2.3. Совет директоров является эффективным и профессиональным органом управления общества, способным выносить объективные независимые суждения и принимать решения, отвечающие интересам общества и его акционеров.				
					2.3.1.	Только лица, имеющие безупречную деловую и личную репутацию и обладающие знаниями, навыками и опытом, необходимыми для принятия решений, относящихся к компетенции совета директоров, и требующимися для эффективного осуществления его функций, избираются членами совета директоров.	<ol style="list-style-type: none"> Принятая в обществе процедура оценки эффективности работы совета директоров включает в том числе оценку профессиональной квалификации членов совета директоров. В отчетном периоде советом директоров (или его комитетом по номинациям) была проведена оценка кандидатов в совет директоров с точки зрения наличия у них необходимого опыта, знаний, деловой репутации, отсутствия конфликта интересов и т.д. 	соблюдается	
2.1.5.	Совет директоров играет ключевую роль в предупреждении, выявлении и урегулировании внутренних конфликтов между органами общества, акционерами общества и работниками общества.	<ol style="list-style-type: none"> Совет директоров играет ключевую роль в предупреждении, выявлении и урегулировании внутренних конфликтов. Общество создало систему идентификации сделок, связанных с конфликтом интересов, и систему мер, направленных на разрешение таких конфликтов. 	соблюдается						

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.3.2.	Члены совета директоров общества избираются посредством прозрачной процедуры, позволяющей акционерам получить информацию о кандидатах, достаточную для формирования представления об их личных и профессиональных качествах.	Во всех случаях проведения общего собрания акционеров в отчетном периоде, повестка дня которого включала вопросы об избрании совета директоров, общество представило акционерам биографические данные всех кандидатов в члены совета директоров, результаты оценки таких кандидатов, проведенной советом директоров (или его комитетом по номинациям), а также информацию о соответствии кандидата критериям независимости, в соответствии с рекомендациями 102 - 107 Кодекса и письменное согласие кандидатов на избрание в состав совета директоров.	соблюдается	
2.3.3.	Состав совета директоров сбалансирован, в том числе по квалификации его членов, их опыту, знаниям и деловым качествам, и пользуется доверием акционеров.	В рамках процедуры оценки работы совета директоров, проведенной в отчетном периоде, совет директоров проанализировал собственные потребности в области профессиональной квалификации, опыта и деловых навыков.	соблюдается	
2.3.4.	Количественный состав совета директоров общества дает возможность организовать деятельность совета директоров наиболее эффективным образом, включая возможность формирования комитетов совета директоров, а также обеспечивает существенным миноритарным акционерам общества возможность избрания в состав совета директоров кандидата, за которого они голосуют.	В рамках процедуры оценки совета директоров, проведенной в отчетном периоде, совет директоров рассмотрел вопрос о соответствии количественного состава совета директоров потребностям общества и интересам акционеров.	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.4.	В состав совета директоров входит достаточное количество независимых директоров.			
2.4.1	Независимым директором признается лицо, которое обладает достаточными профессионализмом, опытом и самостоятельностью для формирования собственной позиции, способно выносить объективные и добросовестные суждения, независимые от влияния исполнительных органов общества, отдельных групп акционеров или иных заинтересованных сторон. При этом следует учитывать, что в обычных условиях не может считаться независимым кандидат (избранный член совета директоров), который связан с обществом, его существенным акционером, существенным контрагентом или конкурентом общества или связан с государством.	В течение отчетного периода все независимые члены совета директоров отвечали всем критериям независимости, указанным в рекомендациях 102 - 107 Кодекса, или были признаны независимыми по решению совета директоров.	соблюдается	
2.4.2.	Проводится оценка соответствия кандидатов в члены совета директоров критериям независимости, а также осуществляется регулярный анализ соответствия независимых членов совета директоров критериям независимости. При проведении такой оценки содержание должно преобладать над формой.	<ol style="list-style-type: none"> 1. В отчетном периоде, совет директоров (или комитет по номинациям совета директоров) составил мнение о независимости каждого кандидата в совет директоров и представил акционерам соответствующее заключение. 2. За отчетный период совет директоров (или комитет по номинациям совета директоров) по крайней мере один раз рассмотрел независимость действующих членов совета директоров, которых общество указывает в годовом отчете в качестве независимых директоров. 3. В обществе разработаны процедуры, определяющие необходимые действия члена совета директоров в том случае, если он перестает быть независимым, включая обязательства по своевременному информированию об этом совета директоров. 	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.4.3.	Независимые директора составляют не менее 1/3 избранного состава совета директоров.	Независимые директора составляют не менее 1/3 состава совета директоров.	не соблюдается	Из 14 членов Совета директоров Общества 3 являются независимыми, что составляет менее одной трети состава Совета директоров, рекомендуемых в настоящем пункте. Вместе с тем на внеочередном Общем собрании акционеров Общества в декабре 2020 года принято решение определить численный состав Совета директоров в количестве 9 человек. Таким образом, Общество допускает возможность избрания в 2021 году в состав Совета директоров независимых директоров в количестве не менее 1/3 состава Совета директоров. По мнению Общества, действующий состав Совета директоров Общества является сбалансированным и максимально независимым в своей деятельности.	2.5.2.	Председатель совета директоров обеспечивает конструктивную атмосферу проведения заседаний, свободное обсуждение вопросов, включенных в повестку дня заседания, контроль за исполнением решений, принятых советом директоров.	Эффективность работы председателя Совета директоров оценивалась в рамках процедуры оценки эффективности Совета директоров в отчетном периоде.	соблюдается	
					2.5.3	Председатель совета директоров принимает необходимые меры для своевременного предоставления членам совета директоров информации, необходимой для принятия решений по вопросам повестки дня.	Обязанность председателя Совета директоров принимать меры по обеспечению своевременного предоставления материалов членам Совета директоров по вопросам повестки заседания Совета директоров закреплена во внутренних документах общества.	соблюдается	
2.4.4.	Независимые директора играют ключевую роль в предотвращении внутренних конфликтов в обществе и совершении обществом существенных корпоративных действий.	Независимые директора (у которых отсутствует конфликт интересов) предварительно оценивают существенные корпоративные действия, связанные с возможным конфликтом интересов, а результаты такой оценки предоставляются совету директоров.	соблюдается		2.6.	Члены совета директоров действуют добросовестно и разумно в интересах общества и его акционеров на основе достаточной информированности, с должной степенью заботливости и осмотрительности.			
2.5.	Председатель совета директоров способствует наиболее эффективному осуществлению функций, возложенных на совет директоров.				2.6.1.	Члены совета директоров принимают решения с учетом всей имеющейся информации, в отсутствие конфликта интересов, с учетом равного отношения к акционерам общества, в рамках обычного предпринимательского риска.	1. Внутренними документами общества установлено, что член Совета директоров обязан уведомить Совет директоров, если у него возникает конфликт интересов в отношении любого вопроса повестки дня заседания совета директоров или комитета совета директоров, до начала обсуждения соответствующего вопроса повестки. 2. Внутренние документы общества предусматривают, что член совета директоров должен воздержаться от голосования по любому вопросу, в котором у него есть конфликт интересов. 3. В обществе установлена процедура, которая позволяет совету директоров получать профессиональные консультации по вопросам, относящимся к его компетенции, за счет общества.	соблюдается	
2.5.1.	Председателем совета директоров избран независимый директор, либо из числа избранных независимых директоров определен старший независимый директор, координирующий работу независимых директоров и осуществляющий взаимодействие с председателем совета директоров.	1. Председатель Совета директоров является независимым директором, или же среди независимых директоров определен старший независимый директор. 2. Роль, права и обязанности председателя Совета директоров (и, если применимо, старшего независимого директора) должным образом определены во внутренних документах общества.	частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки. Председатель Совета директоров не является независимым директором. Совет директоров избирает Председателя основываясь в первую очередь не на критериях независимости, а на опыте и профессиональных качествах, способствующих наиболее эффективному осуществлению функций, возложенных на Совет директоров. Количество независимых директоров составляет 3 человека. Для данного количества независимых директоров, по мнению Общества, избрание старшего независимого директора представляется нецелесообразным.	2.6.2.	Права и обязанности членов совета директоров четко сформулированы и закреплены во внутренних документах общества.	В обществе принят и опубликован внутренний документ, четко определяющий права и обязанности членов совета директоров.	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.6.3.	Члены совета директоров имеют достаточно времени для выполнения своих обязанностей.	<ol style="list-style-type: none"> Индивидуальная посещаемость заседаний совета и комитетов, а также время, уделяемое для подготовки к участию в заседаниях, учитывалась в рамках процедуры оценки совета директоров, в отчетном периоде. В соответствии с внутренними документами общества члены совета директоров обязаны уведомлять совет директоров о своем намерении войти в состав органов управления других организаций (помимо подконтрольных и зависимых организаций общества), а также о факте такого назначения. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки.</p> <p>В рамках процедуры самооценки работы Совета директоров не проводилась индивидуальная оценка работы каждого из членов Совета директоров, включая посещаемость. Как правило, в Обществе высокая посещаемость как заседаний Совета директоров, так и заседаний Комитетов.</p> <p>Корпоративный секретарь ведет в рабочем режиме статистику посещений, об этом осведомлены все члены Совета директоров.</p> <p>Обществу представляется излишним оценивать посещаемость в рамках процедуры оценки.</p>	2.7.3.	Форма проведения заседания совета директоров определяется с учетом важности вопросов повестки дня. Наиболее важные вопросы решаются на заседаниях, проводимых в очной форме.	Уставом или внутренним документом общества предусмотрено, что наиболее важные вопросы (согласно перечню, приведенному в рекомендации 168 Кодекса) должны рассматриваться на очных заседаниях совета.	частично соблюдается	<p>Решение о форме проведения заседания Совета директоров принимает Председатель Совета директоров с учетом вопросов повестки дня. Совет директоров Общества по мере возможности принимает решения по наиболее важным вопросам, на очных заседаниях. Эффективность работы Совета директоров определяется не количеством проведенных заседаний, не количеством рассмотренных вопросов, не формой их проведения, а способностью принимать обоснованные и своевременные управленческие решения по ключевым направлениям развития Общества. В Устав или внутренний документ Общества не планируется внесение положений, предусматривающих, что наиболее важные вопросы (согласно перечню, приведенному в рекомендации 168 Кодекса) должны рассматриваться на очных заседаниях совета директоров.</p> <p>Следует также отметить, что заочную решение Совета директоров, принятое заочно, является продолжением и логичным завершением дискуссии, которая велась на предыдущих заседаниях Совета директоров и Комитетов на протяжении длительного времени, и в отношении которой у членов Совета директоров сложилось мнение. В этой ситуации Общество не считает правильным ограничивать Совет директоров в выборе формы проведения заседания.</p> <p>Кроме того, заочное заседание не освобождает Общество от обязанности предоставления членам Совета директоров исчерпывающей информации по вопросам повестки дня, а также не мешает директорам задавать дополнительные вопросы по вопросу, поставленному на голосование. В 2019 году начато и в течение 2020 года активно использовалось специализированное программное обеспечение, которое, помимо прочего, позволяет директорам обсуждать и комментировать вопросы повестки дня в удаленном режиме без присутствия на каждом заседании.</p> <p>Общество не планирует менять сложившуюся практику, поскольку считает, что нынешний подход Совета директоров к проведению заседаний соответствует интересам Общества и акционеров, и не влечет за собой дополнительных рисков.</p>
2.6.4.	Все члены совета директоров в равной степени имеют возможность доступа к документам и информации общества. Вновь избранным членам совета директоров в максимально возможный короткий срок предоставляется достаточная информация об обществе и о работе совета директоров.	<ol style="list-style-type: none"> В соответствии с внутренними документами общества члены Совета директоров имеют право получать доступ к документам и делать запросы, касающиеся общества и подконтрольных ему организаций, а исполнительные органы общества обязаны предоставлять соответствующую информацию и документы. В обществе существует формализованная программа ознакомительных мероприятий для вновь избранных членов совета директоров. 	соблюдается						
2.7.	Заседания совета директоров, подготовка к ним и участие в них членов совета директоров обеспечивают эффективную деятельность совета директоров.								
2.7.1.	Заседания совета директоров проводятся по мере необходимости, с учетом масштабов деятельности и стоящих перед обществом в определенный период времени задач.	Совет директоров провел не менее шести заседаний за отчетный год.	соблюдается						
2.7.2.	Во внутренних документах общества закреплен порядок подготовки и проведения заседаний совета директоров, обеспечивающий членам совета директоров возможность надлежащим образом подготовиться к его проведению.	В обществе утвержден внутренний документ, определяющий процедуру подготовки и проведения заседаний совета директоров, в котором в том числе установлено, что уведомление о проведении заседания должно быть сделано, как правило, не менее чем за 5 дней до даты его проведения.	соблюдается						

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.7.4.	Решения по наиболее важным вопросам деятельности общества принимаются на заседании совета директоров квалифицированным большинством или большинством всех избранных членов совета директоров.	Уставом общества предусмотрено, что решения по наиболее важным вопросам, изложенным в рекомендации 170 Кодекса, должны приниматься на заседании совета директоров квалифицированным большинством, не менее чем в три четверти голосов, или же большинством голосов всех избранных членов совета директоров.	частично соблюдается	Уставом Общества предусмотрено, что решения Совета директоров принимаются большинством голосов членов Совета директоров Общества, принимающих участие в заседании если ФЗ «Об акционерных обществах» не предусмотрено иное. Принимая во внимание, что количественный состав Совета директоров в течение отчетного года составлял 14 членов, выполнение этой рекомендации может существенно затруднить оперативное принятие управленческих решений. В практике Общества принятию любого решения Советом директоров предшествует глубокая проработка вопросов повестки дня и их предварительное обсуждение. По вопросам, рассмотренным Советом директоров Общества в отчетном году, решения принимались большинством голосов, превышающим три четверти голосов всех избранных членов Совета директоров.	2.8.3.	Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с осуществлением кадрового планирования (планирования преемственности), профессиональным составом и эффективностью работы совета директоров, создан комитет по номинациям (назначениям, кадрам), большинство членов которого являются независимыми директорами.	1. Советом директоров создан комитет по номинациям (или его задачи, указанные в рекомендации 186 Кодекса, реализуются в рамках иного комитета), большинство членов которого являются независимыми директорами. 2. Во внутренних документах общества, определены задачи комитета по номинациям (или соответствующего комитета с совмещенным функционалом), включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 186 Кодекса.	соблюдается	Комитет по номинациям объединен с Комитетом по вознаграждениям и назначениям.
2.8.	Совет директоров создает комитеты для предварительного рассмотрения наиболее важных вопросов деятельности общества.				2.8.4.	С учетом масштабов деятельности и уровня риска Совет директоров Общества удостоверился в том, что состав его комитетов полностью отвечает целям деятельности Общества. Дополнительные комитеты либо были сформированы, либо не были признаны необходимыми.	В отчетном периоде Совет директоров Общества рассмотрел вопрос о соответствии состава его комитетов задачам Совета директоров и целям деятельности общества. Дополнительные комитеты либо были сформированы, либо не были признаны необходимыми.	соблюдается	
2.8.1.	Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с контролем за финансово-хозяйственной деятельностью общества, создан комитет по аудиту, состоящий из независимых директоров.	1. Совет директоров сформировал комитет по аудиту, состоящий исключительно из независимых директоров. 2. Во внутренних документах общества определены задачи комитета по аудиту, включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 172 Кодекса. 3. По крайней мере один член комитета по аудиту, являющийся независимым директором, обладает опытом и знаниями в области подготовки, анализа, оценки и аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности. 4. Заседания комитета по аудиту проводились не реже 1 раза в квартал в течение отчетного периода.	соблюдается		2.8.5.	Состав комитетов определен таким образом, чтобы он позволял проводить всестороннее обсуждение предварительно рассмотренных вопросов с учетом различных мнений.	1. Комитеты совета директоров возглавляются независимыми директорами. 2. Во внутренних документах общества предусмотрены положения, в соответствии с которыми лица, не входящие в состав комитета по аудиту, комитета по номинациям и комитета по вознаграждениям, могут посещать заседания комитетов только по приглашению председателя соответствующего комитета.	частично соблюдается	В 2020 году Совет директоров сформировал Комитет Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео». Председателем Комитета является член Совета директоров, не являющийся независимым директором. Председатель был избран из состава членов Комитета основываясь, в первую очередь, на его опыте, знаниях и профессиональных качествах, которые способствуют наиболее эффективному осуществлению возложенных на Комитет функций.
2.8.2.	Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с формированием эффективной и прозрачной практики вознаграждения, создан комитет по вознаграждениям, состоящий из независимых директоров и возглавляемый независимым директором, не являющимся председателем совета директоров.	1. Советом директоров создан комитет по вознаграждениям, который состоит только из независимых директоров. 2. Председателем комитета по вознаграждениям является независимый директор, который не является председателем совета директоров. 3. Во внутренних документах общества определены задачи комитета по вознаграждениям, включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 180 Кодекса.	соблюдается		2.8.6.	Председатели комитетов регулярно информируют совет директоров и его председателя о работе своих комитетов.	В течение отчетного периода председатели комитетов регулярно отчитывались о работе комитетов перед советом директоров.	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.9.	Совет директоров обеспечивает проведение оценки качества работы совета директоров, его комитетов и членов совета директоров.			
2.9.1.	Проведение оценки качества работы совета директоров направлено на определение степени эффективности работы совета директоров, комитетов и членов совета директоров, соответствия их работы потребностям развития общества, активизацию работы совета директоров и выявление областей, в которых их деятельность может быть улучшена.	1. Самооценка или внешняя оценка работы совета директоров, проведенная в отчетном периоде, включала оценку работы комитетов, отдельных членов совета директоров и совета директоров в целом. 2. Результаты самооценки или внешней оценки совета директоров, проведенной в течение отчетного периода, были рассмотрены на очном заседании совета директоров.	частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки. Самооценка работы Совета директоров не включала оценку отдельных членов Совета директоров - на данном этапе Общество не считает это необходимым. Большинство членов Совета директоров работает в течение нескольких лет. Тот факт, что акционеры избирают их, свидетельствует о том, что работа членов Совета директоров удовлетворяет акционеров.
2.9.2.	Оценка работы совета директоров, комитетов и членов совета директоров осуществляется на регулярной основе не реже одного раза в год. Для проведения независимой оценки качества работы совета директоров не реже одного раза в три года привлекается внешняя организация (консультант)	Для проведения независимой оценки качества работы совета директоров в течение 3-х последних отчетных периодов по меньшей мере один раз обществом привлекалась внешняя организация (консультант).	соблюдается	
3.1.	Корпоративный секретарь общества осуществляет эффективное текущее взаимодействие с акционерами, координацию действий общества по защите прав и интересов акционеров, поддержку эффективной работы совета директоров.			
3.1.1.	Корпоративный секретарь обладает знаниями, опытом и квалификацией, достаточными для исполнения возложенных на него обязанностей, безупречной репутацией и пользуется доверием акционеров.	1. В обществе принят и раскрыт внутренний документ - положение о корпоративном секретаре. 2. На сайте общества в сети Интернет и в годовом отчете представлена биографическая информация о корпоративном секретаре, с таким же уровнем детализации, как для членов совета директоров и исполнительного руководства общества.	соблюдается	
3.1.2.	Корпоративный секретарь обладает достаточной независимостью от исполнительных органов общества и имеет необходимые полномочия и ресурсы для выполнения поставленных перед ним задач.	Совет директоров одобряет назначение, отстранение от должности и дополнительное вознаграждение корпоративного секретаря.	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
4.1.	Уровень выплачиваемого обществом вознаграждения достаточен для привлечения, мотивации и удержания лиц, обладающих необходимой для общества компетенцией и квалификацией. Выплата вознаграждения членам совета директоров, исполнительным органам и иным ключевым руководящим работникам общества осуществляется в соответствии с принятой в обществе политикой по вознаграждению.			
4.1.1.	Уровень вознаграждения, предоставляемого обществом членам совета директоров, исполнительным органам и иным ключевым руководящим работникам, создает достаточную мотивацию для их эффективной работы, позволяя обществу привлекать и удерживать компетентных и квалифицированных специалистов. При этом общество избегает большего, чем это необходимо, уровня вознаграждения, а также неоправданно большого разрыва между уровнями вознаграждения указанных лиц и работников общества.	В обществе принят внутренний документ (документы) - политика (политики) по вознаграждению членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников, в котором четко определены подходы к вознаграждению указанных лиц.	частично соблюдается	В обществе отсутствует внутренний документ (документы) - политика (политики) по вознаграждению исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества. Вознаграждения таких лиц рассматриваются и пересматриваются Советом директоров в индивидуальном порядке. Ввиду специфики деятельности Общества для указанных лиц ежегодно устанавливаются показатели, достижение/не достижение которых, учитывается при определении размера вознаграждений в индивидуальном порядке. В связи с указанной практикой, сложившейся в Обществе, отсутствует необходимость разработки и внедрения политики (политик) по вознаграждению исполнительных органов общества и иных ключевых руководящих работников Общества.
4.1.2.	Политика общества по вознаграждению разработана комитетом по вознаграждениям и утверждена советом директоров общества. Совет директоров при поддержке комитета по вознаграждениям обеспечивает контроль за внедрением и реализацией в обществе политики по вознаграждению, а при необходимости - пересматривает и вносит в нее коррективы.	В течение отчетного периода комитет по вознаграждениям рассмотрел политику (политики) по вознаграждениям и практику ее (их) внедрения и при необходимости представил соответствующие рекомендации совету директоров.	соблюдается	
4.1.3.	Политика общества по вознаграждению содержит (содержат) прозрачные механизмы определения размера вознаграждения членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества, а также регламентирует все виды выплат, льгот и привилегий, предоставляемых указанным лицам.	Политика (политики) общества по вознаграждению содержит (содержат) прозрачные механизмы определения размера вознаграждения членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества, а также регламентирует (регламентируют) все виды выплат, льгот и привилегий, предоставляемых указанным лицам.	частично соблюдается	В Обществе отсутствует политика (политики) по вознаграждению исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества. Вознаграждения и иные выплаты, льготы и привилегии, предоставляемые указанным лицам рассматриваются и пересматриваются Советом директоров в индивидуальном порядке в связи с чем Общество не планирует разрабатывать и принимать политику (политики) по вознаграждению исполнительных органов Общества и иных ключевых руководящих работников Общества.

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
4.1.4.	Общество определяет политику возмещения расходов (компенсаций), конкретизирующую перечень расходов, подлежащих возмещению, и уровень обслуживания, на который могут претендовать члены совета директоров, исполнительные органы и иные ключевые руководящие работники общества. Такая политика может быть составной частью политики общества по вознаграждению.	В политике (политиках) по вознаграждению или в иных внутренних документах общества установлены правила возмещения расходов членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества.	соблюдается	
4.2.	Система вознаграждения членов совета директоров обеспечивает сближение финансовых интересов директоров с долгосрочными финансовыми интересами акционеров.			
4.2.1.	Общество выплачивает фиксированное годовое вознаграждение членам совета директоров. Общество не выплачивает вознаграждение за участие в отдельных заседаниях совета или комитетов совета директоров. Общество не применяет формы краткосрочной мотивации и дополнительного материального стимулирования в отношении членов совета директоров.	Фиксированное годовое вознаграждение являлось единственной денежной формой вознаграждения членов совета директоров за работу в совете директоров в течение отчетного периода.	соблюдается	
4.2.2.	Долгосрочное владение акциями общества в наибольшей степени способствует сближению финансовых интересов членов совета директоров с долгосрочными интересами акционеров. При этом общество не обуславливает права реализации акций достижением определенных показателей деятельности, а члены совета директоров не участвуют в опционных программах.	Если внутренний документ (документы) - политика (политики) по вознаграждению общества предусматривают предоставление акций общества членам совета директоров, должны быть предусмотрены и раскрыты четкие правила владения акциями членами совета директоров, нацеленные на стимулирование долгосрочного владения такими акциями.	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
4.2.3.	В обществе не предусмотрены какие-либо дополнительные выплаты или компенсации в случае досрочного прекращения полномочий членов совета директоров в связи с переходом контроля над обществом или иными обстоятельствами.	В обществе не предусмотрены какие-либо дополнительные выплаты или компенсации в случае досрочного прекращения полномочий членов совета директоров в связи с переходом контроля над обществом или иными обстоятельствами.	соблюдается	
4.3.	Система вознаграждения членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества предусматривает зависимость вознаграждения от результата работы общества и их личного вклада в достижение этого результата.			
4.3.1.	Вознаграждение членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества определяется таким образом, чтобы обеспечивать разумное и обоснованное соотношение фиксированной части вознаграждения и переменной части вознаграждения, зависящей от результатов работы общества и личного (индивидуального) вклада работника в конечный результат.	<ol style="list-style-type: none"> 1. В течение отчетного периода одобренные Советом директоров годовые показатели эффективности использовались при определении размера переменного вознаграждения членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества. 2. В ходе последней проведенной оценки системы вознаграждения членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества, Совет директоров (комитет по вознаграждениям) удостоверился в том, что в обществе применяется эффективное соотношение фиксированной части вознаграждения и переменной части вознаграждения. 3. В обществе предусмотрена процедура, обеспечивающая возвращение обществу премиальных выплат, неправомерно полученных членами исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки.</p> <p>Формализованной процедуры возмещения Обществу премиальных выплат, неправомерно полученных членами исполнительных органов или иными руководящими работниками в Обществе нет, поскольку премиальные выплаты осуществляются на основании утвержденных показателей эффективности с учетом фактической результативности, что позволяет исключить неправомерные выплаты. В Обществе случаев неправомерных выплат не было. Если таковые будут, то возврат будет осуществляться в соответствии с применимым законодательством.</p>

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
4.3.2.	Общество внедрило программу долгосрочной мотивации членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества с использованием акций общества (опционов или других производных финансовых инструментов, базисным активом по которым являются акции общества).	<ol style="list-style-type: none"> Общество внедрило программу долгосрочной мотивации для членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества с использованием акций общества (финансовых инструментов, основанных на акциях общества). Программа долгосрочной мотивации членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества предусматривает, что право реализации используемых в такой программе акций и иных финансовых инструментов наступает не ранее, чем через 3 года с момента их предоставления. При этом право их реализации обусловлено достижением определенных показателей деятельности общества. 	не соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к принципу в целом (п.1,2 критериев)</p> <p>Общество не соблюдает указанный принцип и обозначенные критерии оценки соблюдения этого принципа.</p> <p>Разработка программы долгосрочной мотивации членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества представляется Обществу несвоевременной.</p> <p>Используются и планируется использовать в дальнейшем способы долгосрочной мотивации для членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников подконтрольных обществ.</p>	5.1.3.	Система управления рисками и внутреннего контроля в обществе обеспечивает объективное, справедливое и ясное представление о текущем состоянии и перспективах общества, целостность и прозрачность отчетности общества, разумность и приемлемость принимаемых обществом рисков.	<ol style="list-style-type: none"> В обществе утверждена политика по противодействию коррупции. В обществе организован доступный способ информирования Совета директоров или Комитета Совета директоров по аудиту о фактах нарушения законодательства, внутренних процедур, кодекса этики общества. 	соблюдается	
4.3.3.	Сумма компенсации (золотой парашют), выплачиваемая обществом в случае досрочного прекращения полномочий членам исполнительных органов или ключевых руководящих работников по инициативе общества и при отсутствии с их стороны недобросовестных действий, не превышает двукратного размера фиксированной части годового вознаграждения.	Сумма компенсации (золотой парашют), выплачиваемая обществом в случае досрочного прекращения полномочий членам исполнительных органов или ключевых руководящих работников по инициативе общества и при отсутствии с их стороны недобросовестных действий, в отчетном периоде не превышала двукратного размера фиксированной части годового вознаграждения.	соблюдается		5.1.4.	Совет директоров общества предпринимает необходимые меры для того, чтобы убедиться, что действующая в обществе система управления рисками и внутреннего контроля соответствует определенным советом директоров принципам и подходам к ее организации и эффективно функционирует.	В течение отчетного периода, Совет директоров или комитет по аудиту Совета директоров провел оценку эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля общества. Сведения об основных результатах такой оценки включены в состав годового отчета общества.	соблюдается	
5.1.	В обществе создана эффективно функционирующая система управления рисками и внутреннего контроля, направленная на обеспечение разумной уверенности в достижении поставленных перед обществом целей.				5.2.	Для систематической независимой оценки надежности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля, и практики корпоративного управления общество организывает проведение внутреннего аудита.			
5.1.1.	Советом директоров общества определены принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе.	Функции различных органов управления и подразделений общества в системе управления рисками и внутреннем контроле четко определены во внутренних документах/соответствующей политике общества, одобренной Советом директоров.	соблюдается		5.2.1.	Для проведения внутреннего аудита в обществе создано отдельное структурное подразделение или привлечена независимая внешняя организация. Функциональная и административная подотчетность подразделения внутреннего аудита разграничены. Функционально подразделение внутреннего аудита подчиняется совету директоров.	Для проведения внутреннего аудита в обществе создано отдельное структурное подразделение внутреннего аудита, функционально подотчетное Совету директоров или Комитету по аудиту, или привлечена независимая внешняя организация с тем же принципом подотчетности.	соблюдается	
5.1.2.	Исполнительные органы общества обеспечивают создание и поддержание функционирования эффективной системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе.	Исполнительные органы общества обеспечили распределение функций и полномочий в отношении управления рисками и внутреннего контроля между подотчетными ими руководителями (начальниками) подразделений и отделов.	соблюдается		5.2.2.	Подразделение внутреннего аудита проводит оценку эффективности системы внутреннего контроля, оценку эффективности системы управления рисками, а также системы корпоративного управления. Общество применяет общепринятые стандарты деятельности в области внутреннего аудита.	<ol style="list-style-type: none"> В течение отчетного периода в рамках проведения внутреннего аудита дана оценка эффективности системы внутреннего контроля и управления рисками. В обществе используются общепринятые подходы к внутреннему контролю и управлению рисками. 	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
6.1.	Общество и его деятельность являются прозрачными для акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц.				6.2.	Общество своевременно раскрывает полную, актуальную и достоверную информацию об обществе для обеспечения возможности принятия обоснованных решений акционерами общества и инвесторами.			
6.1.1.	В обществе разработана и внедрена информационная политика, обеспечивающая эффективное взаимодействие общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц.	<ol style="list-style-type: none"> Советом директоров общества утверждена информационная политика общества, разработанная с учетом рекомендаций Кодекса. Совет директоров (или один из его комитетов) рассмотрел вопросы, связанные с соблюдением обществом его информационной политики как минимум один раз за отчетный период. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки.</p> <p>Совет директоров (или один из его комитетов) не рассматривал вопросы, связанные с соблюдением Обществом его информационной политики. В период с марта по декабрь (включительно) 2020 года фокус органов управления Общества был сосредоточен на обеспечение эффективного функционирования Общества и подконтрольных ему компаний в связи с высокой неопределенностью развития ситуации, связанной с COVID-19.</p> <p>В 2021 году Общество планирует актуализировать информационную политику и рассматривать вопросы, связанные с соблюдением информационной политики на регулярной основе.</p>	6.2.1.	Общество раскрывает информацию в соответствии с принципами регулярности, последовательности и оперативности, а также доступности, достоверности, полноты и сравнимости раскрываемых данных.	<ol style="list-style-type: none"> В информационной политике общества определены подходы и критерии определения информации, способной оказать существенное влияние на оценку общества и стоимость его ценных бумаг и процедуры, обеспечивающие своевременное раскрытие такой информации. В случае если ценные бумаги общества обращаются на иностранных организованных рынках, раскрытие существенной информации в РФ на таких рынках осуществляется синхронно и эквивалентно в течение отчетного года. Если иностранные акционеры владеют существенным количеством акций общества, то в течение отчетного года раскрытие информации осуществлялось не только на русском, но также и на одном из наиболее распространенных иностранных языков. 	не соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки.</p> <p>В информационной политике и иных документах Общества не в полном объеме определены подходы и критерии определения информации, способной оказать существенное влияние на оценку Общества и стоимость его ценных бумаг. В 2021 году Общество планирует утвердить информационную политику, в которой будут определены подходы и критерии определения информации, способной оказать существенное влияние на оценку Общества и стоимость его ценных бумаг.</p> <p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки.</p> <p>В течение отчетного года раскрытие информации осуществлялось на русском языке. Частично информация была предоставлена на английском языке в информационном порядке.</p>
6.1.2.	Общество раскрывает информацию о системе и практике корпоративного управления, включая подробную информацию о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса.	<ol style="list-style-type: none"> Общество раскрывает информацию о системе корпоративного управления в обществе и общих принципах корпоративного управления, применяемых в обществе, в том числе на сайте Интернет. Общество раскрывает информацию о составе исполнительных органов и совета директоров, независимости членов совета и их членстве в комитетах совета директоров (в соответствии с определением Кодекса). В случае наличия лица, контролирующего общество, общество публикует меморандум контролирующего лица относительно планов такого лица в отношении корпоративного управления в обществе. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки.</p> <p>В отчетном году Общество не публиковало меморандум контролирующего лица относительно корпоративного управления в Обществе. В случае поступления в Общество меморандума данная информация будет опубликована.</p>	6.2.2.	Общество избегает формального подхода при раскрытии информации и раскрывает существенную информацию о своей деятельности, даже если раскрытие такой информации не предусмотрено законодательством.	<ol style="list-style-type: none"> В течение отчетного периода общество раскрывало годовую и полугодовую финансовую отчетность, составленную по стандартам МСФО. В годовой отчет общества за отчетный период включена годовая финансовая отчетность, составленная по стандартам МСФО, вместе с аудиторским заключением. Общество раскрывает полную информацию о структуре капитала общества в соответствии Рекомендацией 290 Кодекса в годовом отчете и на сайте общества в сети Интернет. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки.</p> <p>В годовом отчете Общества за отчетный период информация о структуре капитала Общества в соответствии с Рекомендацией 290 Кодекса раскрыта в полном объеме.</p> <p>Раскрытие информации о структуре акционерного капитала на сайте Общества не в полной мере соответствует Рекомендации 290 Кодекса, однако, с точки зрения Общества, такое раскрытие достаточно полно характеризует структуру акционерного капитала Общества и на данный момент не нуждается в дополнительной детализации.</p>
					6.2.3.	Годовой отчет, являясь одним из наиболее важных инструментов информационного взаимодействия с акционерами и другими заинтересованными сторонами, содержит информацию, позволяющую оценить итоги деятельности общества за год.	<ol style="list-style-type: none"> Годовой отчет общества содержит информацию о ключевых аспектах операционной деятельности общества и его финансовых результатах. Годовой отчет общества содержит информацию об экологических и социальных аспектах деятельности общества. 	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
6.3.	Общество предоставляет информацию и документы по запросам акционеров в соответствии с принципами равнодоступности и необременительности.				7.1.	Действия, которые в значительной степени влияют или могут повлиять на структуру акционерного капитала и финансовое состояние общества и, соответственно, на положение акционеров (существенные корпоративные действия), осуществляются на справедливых условиях, обеспечивающих соблюдение прав и интересов акционеров, а также иных заинтересованных сторон.			
6.3.1.	Предоставление обществом информации и документов по запросам акционеров осуществляется в соответствии с принципами равнодоступности и необременительности.	Информационная политика общества определяет необременительный порядок предоставления акционерам доступа к информации, в том числе информации о подконтрольных обществу юридических лицах, по запросу акционеров.	соблюдается		7.1.1.	Существенными корпоративными действиями признаются реорганизация общества, приобретение 30 и более процентов голосующих акций общества (поглощение), совершение обществом существенных сделок, увеличение или уменьшение уставного капитала общества, осуществление листинга и делистинга акций общества, а также иные действия, которые могут привести к существенному изменению прав акционеров или нарушению их интересов. Уставом общества определен перечень (критерии) сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, и такие действия отнесены к компетенции совета директоров общества.	1. Уставом общества определен перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями и критерии для их определения. Принятие решений в отношении существенных корпоративных действий отнесено к компетенции совета директоров. В тех случаях, когда осуществление данных корпоративных действий прямо отнесено законодательством к компетенции общего собрания акционеров, совет директоров предоставляет акционерам соответствующие рекомендации. 2. Уставом общества к существенным корпоративным действиям отнесены, как минимум: реорганизация общества, приобретение 30 и более процентов голосующих акций общества (поглощение), совершение обществом существенных сделок, увеличение или уменьшение уставного капитала общества, осуществление листинга и делистинга акций общества.	частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пунктам 1, 2 критериев оценки. Уставом Общества определен перечень существенных корпоративных действий, по которым Совет директоров предоставляет Общему собранию акционеров рекомендации, который включает в себя такие действия как: реорганизация Общества, поступление в Общество добровольного или обязательного предложения от лица, которое приобрело или планирует приобрести более 30 процентов акций Общества, увеличение и уменьшение уставного капитала Общества, делистинг акций Общества. Уставом Общества вопрос о листинге акций отнесен к компетенции Совета директоров. Иные существенные корпоративные действия отнесены Уставом Общества к компетенции общего собрания акционеров. Уставом Общества к компетенции Совета директоров Общества отнесено принятие решения о согласии на совершение или последующем одобрении сделок, в том числе которые не отвечают установленным законодательством критериям крупных сделок и сделок, в совершении которых имеется заинтересованность, но отвечают критериям, установленным Уставом Общества. Общество не планирует внесение изменений в Устав в этой части, так как полагает, что к компетенции Совета директоров Общества отнесено достаточное количество вопросов, имеющих существенное значение для Общества.
6.3.2.	При предоставлении обществом информации акционерам обеспечивается разумный баланс между интересами конкретных акционеров и интересами самого общества, заинтересованного в сохранении конфиденциальности важной коммерческой информации, которая может оказать существенное влияние на его конкурентоспособность.	1. В течение отчетного периода, общество не отказывало в удовлетворении запросов акционеров о предоставлении информации, либо такие отказы были обоснованными. 2. В случаях, определенных информационной политикой общества, акционеры предупреждаются о конфиденциальном характере информации и принимают на себя обязанность по сохранению ее конфиденциальности.	соблюдается		7.1.2.	Совет директоров играет ключевую роль в принятии решений или выработке рекомендаций в отношении существенных корпоративных действий, совет директоров опирается на позицию независимых директоров общества.	В обществе предусмотрена процедура, в соответствии с которой независимые директора заявляют о своей позиции по существенным корпоративным действиям до их одобрения.	соблюдается	

№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления	№	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
7.1.3.	При совершении существенных корпоративных действий, затрагивающих права и законные интересы акционеров, обеспечиваются равные условия для всех акционеров общества, а при недостаточности предусмотренных законодательством механизмов, направленных на защиту прав акционеров, - дополнительные меры, защищающие права и законные интересы акционеров общества. При этом общество руководствуется не только соблюдением формальных требований законодательства, но и принципами корпоративного управления, изложенными в Кодексе.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Уставом общества с учетом особенностей его деятельности установлены более низкие, чем предусмотренные законодательством минимальные критерии отнесения сделок общества к существенным корпоративным действиям. 2. В течение отчетного периода, все существенные корпоративные действия проходили процедуру одобрения до их осуществления. 	соблюдается		7.2.2.				<p>Независимый оценщик привлекается Обществом во всех случаях, предусмотренных Законом.</p> <p>При возникновении необходимости привлечения оценщика помимо случаев, предусмотренных законодательством РФ (в случае важных для Общества сделок или событий), Общество осуществляет выбор независимых оценщиков в соответствии с тендерными процедурами, обеспечивающими объективный отбор оценщиков не только исходя из критерия минимальной стоимости услуг, но и наличия стабильной деловой репутации и значительного опыта работы в соответствующей сфере.</p> <p>Общество в ближайшее время не планирует вносить во внутренние документы Общества изменения, предусматривающие процедуру привлечения независимого оценщика для определения стоимости имущества, отчуждаемого или приобретаемого по крупной сделке или сделке с заинтересованностью.</p> <p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки.</p> <p>Внутренние документы Общества не предусматривают расширенный перечень оснований по которым члены Совета директоров Общества и иные предусмотренные законодательством лица признаются заинтересованными в сделках Общества. По мнению Общества, действующим законодательством предусмотрены критерии заинтересованности в достаточной степени охватывающие случаи возможного появления конфликта интересов. Также в отчетном году часть лиц, входящих в состав Совета директоров Общества, входило в состав коллегиального исполнительного органа Общества и при принятии решений по сделкам, в совершении которых имелась заинтересованность, голоса таких лиц не учитывались согласно п. 3 ст. 83 Федерального закона №208-ФЗ «Об акционерных обществах». Включение дополнительных критериев заинтересованности во внутренние документы нецелесообразно и повлечет неоправданное увеличение объема работы Совета директоров.</p>
7.2.	Общество обеспечивает такой порядок совершения существенных корпоративных действий, который позволяет акционерам своевременно получать полную информацию о таких действиях, обеспечивает им возможность влиять на совершение таких действий и гарантирует соблюдение и адекватный уровень защиты их прав при совершении таких действий.								
7.2.1.	Информация о совершении существенных корпоративных действий раскрывается с объяснением причин, условий и последствий совершения таких действий.	В течение отчетного периода общество своевременно и детально раскрывало информацию о существенных корпоративных действиях общества, включая основания и сроки совершения таких действий.	соблюдается						
7.2.2.	Правила и процедуры, связанные с осуществлением обществом существенных корпоративных действий, закреплены во внутренних документах общества.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внутренние документы общества предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика для определения стоимости имущества, отчуждаемого или приобретаемого по крупной сделке или сделке с заинтересованностью. 2. Внутренние документы общества предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика для оценки стоимости приобретения и выкупа акций общества. 3. Внутренние документы общества предусматривают расширенный перечень оснований по которым члены совета директоров общества и иные предусмотренные законодательством лица признаются заинтересованными в сделках общества. 	частично соблюдается	<p>Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки.</p> <p>Внутренние документы Общества не предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика для определения стоимости имущества, приобретаемого или отчуждаемого по крупной сделке или сделке с заинтересованностью. В Обществе создана и эффективно функционирует система внутренней защиты имущественных интересов Общества, включающая в т.ч. полный и достоверный учет имущества, контроль за его использованием и распоряжением. Любые сделки, связанные с приобретением, отчуждением, обременением имущества при превышении ими определенных внутренними документами пределов, являются объектом пристального рассмотрения в т.ч. на предмет ответственности ее рыночным условиям.</p>					

ПРИЛОЖЕНИЕ № 3

к Годовому отчету ПАО «М.видео» за 2020 год

Вопросы, рассмотренные Советом директоров Общества в 2020 году

Дата заседания	Форма проведения заседания	Повестка дня	Кворум заседания
30.01.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> Об утверждении отчета о результатах деятельности и исполнении бюджета подконтрольного общества. О предварительном утверждении действий и решений Генерального директора Общества и/или представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). Об определении цены сделки, в совершении которой имеется заинтересованность, в порядке статьи 77 Федерального закона №208-ФЗ «Об акционерных обществах». О предоставлении (даче) согласия на совершение сделки, в совершении которой имеется заинтересованность. 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом члена Совета директоров, принявшего участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.
09.02.2020	Заочное голосование	<ol style="list-style-type: none"> О предварительном утверждении действий и решений Генерального директора Общества и/или представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). 	В заочном голосовании приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров ПАО «М.видео» из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для проведения заседания Совета директоров имелся.
23.03.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> Об утверждении отчетов об итогах работы Комитетов Совета директоров за 2019 год. Об утверждении отчета о результатах деятельности Общества, его дочерних и подконтрольных обществ за 4 квартал 2019 года и 2019 год. Об утверждении отчета об исполнении бюджета Общества, его дочерних и подконтрольных обществ за 2019 год. Об утверждении консолидированной финансовой отчетности Общества за 2019 год, подготовленной в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности. Об утверждении годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности Общества, подготовленной в соответствии с Российскими стандартами бухгалтерского учета. 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи, телефонной связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.

Дата заседания	Форма проведения заседания	Повестка дня	Кворум заседания
		<ol style="list-style-type: none"> Об утверждении Положения о дивидендной политике ПАО «М.видео». Об определении размера оплаты услуг аудитора ПАО «М.видео». О предварительном утверждении действий и решений Генерального директора Общества и/или представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). Об определении цены сделки в порядке статьи 77 Федерального закона №208-ФЗ «Об акционерных обществах». Об одобрении сделки, в совершении которой имеется заинтересованность. Обзор операций и ключевых событий (дополнительный вопрос, внесенный в повестку дня). 	
30.03.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> Об утверждении отчета о результатах деятельности и исполнении бюджета подконтрольного общества за 2019 год. О предварительном утверждении действий и решений Генерального директора Общества и/или представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) и подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). О совмещении должностей в органах управления других организаций. Об утверждении отчета о работе Руководителя Подразделения внутреннего аудита Общества за 2019 год. О назначении Руководителя подразделения внутреннего аудита Общества. Об утверждении отчета о работе Корпоративного секретаря Общества за 2019 год, результатов оценки работы Корпоративного секретаря в 2019 году и размера премии, выплачиваемой Корпоративному секретарю. 	В заседании Совета директоров приняли участие 13 (тринадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи, телефонной связи и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.
23.04.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> О мерах, принимаемых менеджментом компании в рамках текущей эпидемиологической ситуации. О предварительном утверждении действий и решений Генерального директора Общества и/или представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) и подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.

Дата заседания	Форма проведения заседания	Повестка дня	Кворум заседания	Дата заседания	Форма проведения заседания	Повестка дня	Кворум заседания
29.04.2020	Заочное голосование	1. О предварительном утверждении действий и решений Генерального директора Общества и/или представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) и в Советах директоров подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника).	В заочном голосовании приняли участие 13 (тринадцать) членов Совета директоров ПАО «М.видео» из 14 (четырнадцать) избранных. Кворум для проведения заседания Совета директоров имелся.	29.06.2020	Совместное присутствие	1. О мерах, принимаемых менеджментом компании в рамках текущей эпидемиологической ситуации. 2. О формировании состава Комитета Совета директоров ПАО «М.видео» по аудиту. 3. О формировании состава Комитета Совета директоров ПАО «М.видео» по вознаграждениям и назначениям. 4. Об утверждении размера оплаты услуг аудитора для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества и его дочернего общества за 2020 год. 5. О предварительном утверждении действий и решений представителя Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). 6. О кадровых вопросах. В связи с отсутствием на заседании Совета директоров избранного Председателя Совета директоров (информация о ФИО не раскрывается*), выполняющего в соответствии с п.4.2. Положения о Совете директоров Общества функции председательствующего на заседании, Советом директоров в соответствии с п. 11.7. Устава Общества и п. 5.7. Положения о Совете директоров Общества с согласия всех присутствующих на заседании членов Совета директоров было принято решение о внесении в повестку дня заседания Совета директоров процедурного вопроса «О назначении лица, осуществляющего функции Председателя Совета директоров, в том числе функции председательствующего при проведении заседания Совета директоров»	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видеоконференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцать) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.
14.05.2020	Совместное присутствие	1. О мерах, принимаемых менеджментом компании в рамках текущей эпидемиологической ситуации. 2. Отчеты о результатах деятельности и исполнении бюджета Общества, его дочерних и подконтрольных обществ. 3. О предварительном утверждении действий и решений Генерального директора Общества и/или представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) и подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). 4. Об определении количественного состава Правления Общества. 5. Об избрании членов Правления Общества. 6. О совмещении должностей в органах управления других организаций. 7. Об утверждении годового отчета Общества за 2019 год. 8. О созыве и подготовке к проведению годового общего собрания акционеров Общества. 9. Отчет о результатах самооценки Совета директоров Общества.	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видеоконференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцать) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.	21.07.2020	Совместное присутствие	1. О бюджете Общества и его подконтрольных обществ. 2. О предварительном утверждении действий и решений представителя Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника).	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видеоконференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцать) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.
16.06.2020	Совместное присутствие	1. О мерах, принимаемых менеджментом компании в рамках текущей эпидемиологической ситуации. 2. Отчеты Председателей Комитетов Совета директоров. 3. О предварительном утверждении действий и решений представителя Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) и подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). 4. О совмещении должностей в органах управления других организаций.	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видеоконференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцать) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.	23.06.2020	Заочное голосование	1. Об избрании Председателя Совета директоров ПАО «М.видео». 2. О предварительном утверждении действий и решений представителя Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) и подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника).	В заочном голосовании приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров ПАО «М.видео» из 14 (четырнадцать) избранных. Кворум для проведения заседания Совета директоров имелся.

Дата заседания	Форма проведения заседания	Повестка дня	Кворум заседания	Дата заседания	Форма проведения заседания	Повестка дня	Кворум заседания
20.08.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> О результатах деятельности по итогам 2-го квартала и 1-го полугодия 2020 года. О предварительном утверждении действий и решений представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). О Комитете Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации. 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.	23.11.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> Отчет о результатах деятельности и исполнении бюджета Общества, его дочерних и подконтрольных обществ. Об участии ПАО «М.видео» в хозяйственном обществ. О предварительном утверждении действий и решений представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). О Правлении Общества. О созыве и подготовке к проведению внеочередного Общего собрания акционеров Общества. 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.
18.09.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> О досрочном прекращении полномочий единоличного исполнительного органа – Генерального директора Общества. Об избрании единоличного исполнительного органа – Генерального директора Общества. Об определении количественного состава Правления Общества. Об избрании нового члена в состав Правления Общества. Об организационной структуре Общества. О кадровых вопросах Общества. О назначении Руководителя подразделения внутреннего аудита Общества. О предварительном утверждении действий и решений представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.	10.12.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> О стратегии Общества и компаний Группы. О бюджете и годовом Плане деятельности и развития (бизнес-плане) Общества и компаний Группы по направлениям деятельности на 2021 календарный год. О предварительном утверждении действий и решений представителей Общества при представлении ими интересов Общества на собраниях акционеров (участников) компаний Группы и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии ими решений от имени Общества как единственного акционера (участника) компаний Группы. О сделке, в совершении которой имеется заинтересованность. 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.
05.10.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> Об организации работы в условиях сохранения рисков распространения COVID-19. Отчеты Председателей Комитетов Совета директоров. О созыве и подготовке к проведению внеочередного Общего собрания акционеров Общества. 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи, и членов Совета директоров, предоставивших письменные мнения по вопросам повестки дня) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.	21.12.2020	Совместное присутствие	<ol style="list-style-type: none"> О бюджете и Плане деятельности и развития (бизнес-плане) Общества и компаний Группы по направлениям деятельности на 2021 календарный год. О предварительном утверждении действий и решений представителей Общества при представлении ими интересов Общества на собраниях акционеров (участников) компаний Группы и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии ими решений от имени Общества как единственного акционера (участника) компаний Группы. О матрице рисков Общества и компаний Группы. О плане внутреннего аудита на 2021 календарный год. Об утверждении Положения о Комитете Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации Публичного акционерного общества «М.видео». 	В заседании Совета директоров приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров Общества (с учетом членов Совета директоров, принявших участие в заседании Совета директоров с использованием видео-конференц-связи) из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для принятия решений по вопросам повестки дня имелся.
19.10.2020	Заочное голосование	<ol style="list-style-type: none"> О предварительном утверждении действий и решений представителей Общества при представлении интересов Общества на собраниях акционеров (участников) подконтрольных организаций и иных организаций, акционером (участником) которых является Общество, и при принятии решений как единственного акционера (участника). 	В заочном голосовании приняли участие 14 (четырнадцать) членов Совета директоров ПАО «М.видео» из 14 (четырнадцати) избранных. Кворум для проведения заседания Совета директоров имелся.	*Все вопросы, которые требовали предварительного рассмотрения комитетами Совета директоров ПАО «М.видео», были рассмотрены комитетами.			

ПРИЛОЖЕНИЕ № 4

к Годовому отчету ПАО «М.видео» за 2020 год

Отчет Комитета Совета Директоров по аудиту ПАО «М.видео»

Настоящий отчет об итогах работы Комитета Совета директоров по аудиту Общества (далее – Комитет по аудиту) за 2020 год составлен для рассмотрения и утверждения Советом директоров и последующего включения в Годовой отчет Общества в соответствии с Положением о Комитете по аудиту.

Комитет по аудиту является консультативно-совещательным органом Совета директоров и создается с целью содействия эффективному выполнению функций Совета директоров в части контроля за финансово-хозяйственной деятельностью (в области бухгалтерской (финансовой) отчетности, в области управления рисками, внутреннего контроля и корпоративного управления) Общества и подконтрольных ему обществ.

В компетенцию Комитета входят следующие вопросы, касающиеся деятельности Общества, его дочерних и/или подконтрольных обществ и Группы в целом:

- Бухгалтерская (финансовая) отчетность;
- Внутренний контроль, управление рисками и корпоративное управление;
- Сообщение о фактах нарушения правил;
- Внутренний аудит;
- Внешний аудит.

В течение 2020 года состав Комитета по аудиту не менялся, в состав Комитета входили только независимые директора.

В 2020 году было проведено одиннадцать заседаний Комитета по аудиту, четыре из них – в форме заочного голосования, на которых было рассмотрено 35 вопросов.

Вопросы, которые Комитет по аудиту рассматривал в 2020 году и по которым представлял соответствующие рекомендации Совету директоров, были связаны с утверждением финансовой отчетности и Годовых отчетов Общества и компаний Группы за 2019 год, с избранием внешних аудиторов Общества и подконтрольных обществ, с определением размера оплаты услуг внешних аудиторов и условий их привлечения, с назначением на должность Руководителя подразделения внутреннего аудита.

По рекомендации Комитета по аудиту Совет директоров рекомендовал Общему собранию акционеров утвердить Акционерное общество «Делойт и Туш СНГ» аудитором для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности ПАО «М.видео» за 2020 год и соответствующее решение было принято на годовом Общем собрании акционеров 22 июня 2020 г.

В 2020 году Комитет по аудиту рассмотрел Промежуточную сокращенную консолидированную финансовую отчетность (неаудированную) ПАО «М.видео», за полугодие, закончившееся 30 июня 2020 года, подготовленную по МСФО, а также Заключение по обзорной проверке промежуточной сокращенной консолидированной финансовой отчетности.

В отчетном году Комитет по аудиту проанализировал и обсудил с представителями менеджмента на заседаниях вопросы как общего характера работы Общества и компаний Группы, так и конкретные проблемные сферы: риск распространения коронавируса, отчет подразделения внутреннего аудита, изменения в организации работы СВК, изменение учетных политик ООО «МВМ» и ПАО «М.видео», статус трансформации ИТ архитектуры, обзор изменений в области безопасности ИТ систем и кибербезопасности, статус трансформации финансовой функции, изменение сроков выпуска и публикации годовой отчетности и порядка ее подписания, план внешнего аудита 2020 г., вопросы учета и отчетности, общую дорожную карту СВКИУ, вопросы внутреннего аудита: стратегия и штатное расписание, план работы внутреннего аудита на 2021 год, обновленную матрицу рисков 2021г. и другие вопросы.

Функции секретаря Комитета по аудиту выполнял Корпоративный секретарь Общества.

Состав Комитета по аудиту и информация о принятии участия в заседаниях:

Ф.И.О.	Состав комитета по аудиту 2020 г.	Количество посещенных заседаний Комитета*
Информация не раскрывается*	Член Комитета	11 (11)
Информация не раскрывается*	Председатель Комитета	11 (11)
Информация не раскрывается*	Член Комитета	11 (11)

* в скобках указано количество заседаний, состоявшихся в 2020 году.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 5

к Годовому отчету ПАО «М.видео» за 2020 год

Отчет Комитета Совета Директоров по вознаграждениям и назначениям ПАО «М.видео»

Настоящий отчет об итогах работы Комитета Совета директоров по вознаграждениям и назначениям Общества (далее – Комитет по вознаграждениям и назначениям) за 2020 год составлен для рассмотрения и утверждения Советом директоров и последующего включения в Годовой отчет Общества в соответствии с Положением о Комитете по вознаграждениям и назначениям.

Комитет по вознаграждениям и назначениям является консультативно-совещательным органом Совета директоров, создаваемым в целях содействия и повышения эффективности работы Совета директоров в ходе исполнения функций по руководству и управлению в Обществе, определения критериев привлечения и оценки квалифицированных кадров, обеспечения гарантий того, что Общество и его дочерние компании соблюдают политику по вознаграждениям и следуют практике успешного найма, развития и сохранения состава преимственности кадров.

В компетенцию Комитета входят кадровые вопросы назначения на различные позиции в Обществе и его дочерних компаниях, вопросы вознаграждения по различным позициям в Обществе и его дочерних компаниях.

В течение 2020 года состав Комитета по вознаграждениям и назначениям не менялся, в состав Комитета входили только независимые директора.

В 2020 году было проведено десять заседаний Комитета по вознаграждениям и назначениям, одно из них – в форме заочного голосования, на которых было рассмотрено 35 вопросов.

Основные вопросы, которые Комитет по вознаграждениям и назначениям рассматривал в 2020 году и по которым представлял соответствующие рекомендации Совету директоров, были связаны с изменениями организационной структуры ПАО «М.видео» и ООО «МВМ», с программой долгосрочного материального поощрения ключевого управленческого персонала подконтрольного общества, с определением и оценкой достижений корпоративных целей и показателей эффективности (WIGs|KPIs) топ-менеджмента подконтрольных обществ, с процессом выдвижения кандидатов в состав Совета директоров и соответствия критериям независимости, с организационными изменениями топ-менеджмента, с назначением Генерального директора ПАО «М.видео» и ООО «МВМ», с изменением численного и персонального состава Правления, с назначением Руководителя подразделения внутреннего аудита, а также с самооценкой и внешней оценкой эффективности работы Совета директоров.

Функции секретаря Комитета по вознаграждениям и назначениям выполнял Корпоративный секретарь Общества.

Состав Комитета по вознаграждениям и назначениям и информация о принятии участия в заседаниях:

Ф.И.О.	Состав комитета по вознаграждениям и назначениям 2020 г.	Количество посещенных заседаний Комитета*
Информация не раскрывается*	Член Комитета	10 (10)
Информация не раскрывается*	Член Комитета	10 (10)
Информация не раскрывается*	Председатель Комитета	10 (10)

* в скобках указано количество заседаний, состоявшихся в 2020 году.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 6

к Годовому отчету ПАО «М.видео» за 2020 год

Соответствие Отчета Стандартам GRI

Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница	Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница
102-1	Название организации	Группа М.Видео-Эльдорадо, Группа, Компания – публичное акционерное общество «М.видео» (далее также – ПАО «М.видео», Общество), а также все общества, прямо или косвенно подконтрольные Группе по состоянию на 31 декабря 2020, 2019 и 2018 годов. Сокращенное фирменное наименование: ПАО «М.видео».	–	102-8	Общая численность сотрудников	6.3 Люди и общество Количество сотрудников, трудоустроенных по постоянному трудовому договору: Мужчины - 17 256; Женщины - 7 656. Количество сотрудников, трудоустроенных по временному трудовому договору: Мужчины - 2 827; Женщины - 820. Количество сотрудников на условиях полной занятости: Мужчины - 19 935; Женщины - 7 795.	155
102-2	Основные виды деятельности, бренды, продукция и услуги	1.1 Портрет Группы 1.3 Гибридная бизнес-модель расширяет возможности создания стоимости 1.5 Ключевые результаты 2020 года 2.6 Операционные результаты группы по итогам 2020 года	4-5 10 18-21 51-53	102-3	Местонахождение штаб-квартиры организации	105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 40/12, корпус 20.	–
102-3	Местонахождение штаб-квартиры организации	105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 40/12, корпус 20.	–	102-4	География деятельности	1.1 Портрет Группы 4.2 Фулфилмент: скорость и эффективность на каждой миле Полное покрытие рынка в единой розничной среде	4-5 79-80 15
102-4	География деятельности	1.1 Портрет Группы 4.2 Фулфилмент: скорость и эффективность на каждой миле Полное покрытие рынка в единой розничной среде	4-5 79-80 15	102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	5.11 Капитал, акции, дивиденды	142
102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	5.11 Капитал, акции, дивиденды	142	102-6	Основные рынки	1.1 Портрет Группы	4-5
102-6	Основные рынки	1.1 Портрет Группы	4-5	102-7	Масштаб организации	1.1 Портрет Группы 2.6 Операционные результаты Группы по итогам 2020 года 2.7 Финансовые результаты Группы по итогам 2020 года 6.3 Люди и общество	4-5 51-53 54-56 155
102-7	Масштаб организации	1.1 Портрет Группы 2.6 Операционные результаты Группы по итогам 2020 года 2.7 Финансовые результаты Группы по итогам 2020 года 6.3 Люди и общество	4-5 51-53 54-56 155			Классификация сотрудников розницы Группы по постоянному и временному договору в разбивке по дивизионам: Московский Дивизион: постоянный – 4 817, временный – 950; Северный Дивизион: постоянный – 3 441, временный – 656; Сибирский Дивизион: постоянный – 3 593, временный – 695; Уральский Дивизион: постоянный – 2 845, временный – 467; Центральный Дивизион: постоянный – 2 971, временный – 402; Южный Дивизион: постоянный – 2 542, временный – 412.	

Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница
102-9	Цепочка поставок	4.2 Фулфилмент: скорость и эффективность на каждой миле 4.3 Дальнейшее развитие партнерских отношений с поставщиками	79-82 83-87
102-10	Описание существенных изменений масштабов, структуры или собственности организации или её цепочки поставок, произошедших на протяжении отчётного периода	2 Стратегический отчет 5.2 Система корпоративного управления 5.11 Капитал, акции, дивиденды	24-56 93 137
102-11	Объяснение того, применяет ли организация принцип предосторожности и каким образом	Группа неуклонно следует принципу предосторожности и фокусируется на предотвращении вреда, а не его возмещении	–
102-12	Разработанные внешними сторонами экономические, экологические и социальные хартии, принципы или другие инициативы, к которым организация присоединилась или поддерживает	Клуб зеленых ритейлеров	–
102-13	Членство в ассоциациях и/или национальных и международных организациях по защите интересов	Ассоциация СКО Электроника-Утилизация Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ) Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) Ассоциация торговых компаний и товаро-производителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК) Ассоциация европейского бизнеса (АЕБ) Торгово-промышленная палата Российской Федерации ОПОРА РОССИИ «Деловая Россия» Российский союз промышленников и предпринимателей Ассоциация менеджеров России	–
102-14	Обращение высшего менеджмента	Обращение председателя совета директоров ПАО «М.видео» информация о ФИО не раскрывается* Обращение генерального директора Группы М.Видео-Эльдорадо Александра Изосимова	24-25 26-27
102-15	Ключевые риски, факторы и возможности	5.8 Управление рисками и внутренний контроль	124-125
102-16	Ценности, принципы, стандарты и нормы поведения	5.9 Комплаенс	132-135
102-17	Подходы к обеспечению этичности бизнеса	5.9 Комплаенс	132-135
102-18	Структура управления	5.2 Система корпоративного управления	94

Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница
102-20	Высшее должностное лицо, отвечающее за ЭСЭ вопросы	5.7 Единоличные исполнительные органы Единоличный исполнительный орган осуществляет руководство текущей деятельностью Общества и организацию выполнения решений Общего собрания акционеров, Совета директоров и Правления Общества, в т.ч. в социальных и экологических вопросах.	117
102-21	Процесс взаимодействия с заинтересованными сторонами по ЭСЭ вопросам	6.1. Стратегия устойчивого развития	148
102-22	Высший орган управления и комитеты	5.3 Общее собрание акционеров 5.4 Совет директоров 5.7 Единоличные исполнительные органы	95 96-115 123
102-23	Председатель высшего органа управления	Информация о ФИО не раскрывается* – Председатель Совета директоров	–
102-24	Процесс номинарования и выбора высшего органа управления	5.3 Общее собрание акционеров 5.4 Совет директоров	95 96-98
102-25	Конфликт интересов	5.9 Комплаенс	128
102-26	Роль высшего органа управления в формировании ценностей, миссии и стратегии	5.4 Совет директоров 5.8 Управление рисками и внутренний контроль	92 108 118
102-27	Повышение осведомлённости об ЭСЭ вопросах	6.1 Стратегия устойчивого развития	145-148
102-29	Выявление и управление ЭСЭ аспектами	6.1 Стратегия устойчивого развития	145-148
102-30	Эффективность управления рисками	5.8 Управление рисками и внутренний контроль	124-125
102-31	Частота оценки ЭСЭ аспектов высшим органом управления	Оценка проводится на ежегодной основе	–
102-32	Высшее должностное лицо в вопросах подготовки отчетности в области УР	Директор по персоналу	–
102-33	Раскрытие критических вопросов и вопросов, вызывающих озабоченность, высшему органу управления	5.8 Управление рисками и внутренний контроль	124-125
102-35	Политика вознаграждения	5.10 Принципы определения и размер вознаграждения органов управления	136
102-36	Процесс по определению размера вознаграждения	5.10 Принципы определения и размер вознаграждения органов управления	136

Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница
102-37	Вовлеченность стейкхолдеров в процессы, связанные с вознаграждением	5.10 Принципы определения и размер вознаграждения органов управления	136
102-38	Показатель общего размера вознаграждения	5.10 Принципы определения и размер вознаграждения органов управления	136
102-39	Рост вознаграждения	5.10 Принципы определения и размер вознаграждения органов управления	136
102-40	Список групп заинтересованных сторон, с которыми организация взаимодействует	6.1. Стратегия устойчивого развития	148
102-41	Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	В Группе не действует Коллективный договор	–
102-42	Описание принципов выявления и отбора заинтересованных сторон для взаимодействия	6.1. Стратегия устойчивого развития	148
102-43	Подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами	6.1. Стратегия устойчивого развития	148
102-44	Описание ключевых тем и опасений, которые были подняты заинтересованными сторонами в рамках взаимодействия с организацией, а также того, как организация отреагировала на эти ключевые темы и опасения, в том числе с помощью подготовки своей отчетности	1.2. Лидерство, основанное на ценностях	8
		6.1. Стратегия устойчивого развития	148
102-45	Перечень юридических лиц, включенных в периметр финансовой отчетности	Содержание	2
		5.2. Система корпоративного управления Корпоративная структура Группы Консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2020 года	86 168
102-46	Формирование содержания и границ раскрытия существенных вопросов	6.1. Стратегия устойчивого развития	144-148
102-47	Перечень существенных вопросов и тем	6.1 Стратегия устойчивого развития	146
102-48	Сообщение о последствиях всех переформулировок показателей, опубликованных в предыдущих отчетах и о причинах таких переформулировок	В отчете за 2019 год допущена техническая ошибка о количестве случаев производственного травматизма. Корректное количество случаев по состоянию на 31.12.2019 – 11.	166
102-49	Сообщение о существенных изменениях охвата и границ аспектов по сравнению с предыдущими отчетными периодами	Не зафиксировано	–

Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница
102-50	Отчетный период	01.01.2020 – 31.12.2020	–
102-51	Дата публикации предыдущего отчета в области устойчивого развития	Группа публикует интегрированную отчетность	–
102-52	Цикл отчетности	Ежегодно	–
102-53	Контактное лицо по вопросам, связанным с отчетом	Валерия Андреева Руководитель департамента по связям с общественностью valeriya.andreeva@mvideooldorado.ru Тел: +7 (495) 644-2848 доб. 7386	
		Максим Новиков Директор по связям с инвесторами maxim.novikov@mvideo.ru Тел: +7 (495) 644-2848 доб. 1425	
		Татьяна Полякова Руководитель направления устойчивого развития Тел: +7 (495) 644-2848 доб. 7951	
102-54	Соответствие отчета стандартам GRI	Отчет подготовлен с использованием руководства GRI	2
102-55	Таблица раскрытия и соответствия	Соответствие Отчета Стандартам GRI	–
102-56	Внешнее заверение	Отчет не проходит процедуру внешнего заверения	–
103-1	Описание по каждому существенному аспекту границ аспекта за пределами организации	Все существенные вопросы раскрываются в границах Группы	
		6.2. Наша планета	149-153
		6.3. Люди и общество 6.4. Покупатели и технологии	154-168 169-170
103-2	Подход к управлению и его составляющие	6.2. Наша планета	149-153
		6.3. Люди и общество	154-168
		6.4. Покупатели и технологии	169-170
103-3	Оценка эффективности управления	6.2. Наша планета	149-153
		6.3. Люди и общество	154-168
		6.4. Покупатели и технологии	169-170
203-1	Развитие и воздействие инвестиций в инфраструктуру и безвозмездные услуги	Люди и общество	162

Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница
205-1	Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводились оценки рисков, связанных с коррупцией, и выявленные существенные риски	Группа ведёт постоянный контроль рисков, связанных с коррупцией	-
205-3	Подтвержденные случаи коррупции и предпринятые меры	В 2020 году не было подтверждённых случаев коррупции	-
302-1	Потребление энергии внутри организации	ESG Data book	
302-3	Удельное потребление энергии	ESG Data book	
305-1	Прямые выбросы парниковых газов (область охвата 1)	ESG Data book	
305-2	Косвенные выбросы парниковых газов (область охвата 2)	ESG Data book	
305-4	Удельные выбросы парниковых газов	ESG Data book	
306-1	Образование отходов и воздействия, связанные с отходами	6.2. Наша планета ESG Data book	149-153
306-2	Управление воздействиями, связанными с отходами	6.2. Наша планета	149-153
401-1	Вновь нанятые сотрудники и текучесть кадров	6.3 Люди и общество Общее количество новых сотрудников, принятых в течение отчетного периода, в разбивке по полу: • мужчины – 8 014; • женщины – 2 487. Общее количество новых сотрудников, принятых в течение отчетного периода, в разбивке по возрастным группам: • до 30 лет – 7 572; • 30-50 лет – 2 819; • после 50 лет – 110. Общее количество новых сотрудников розницы, принятых в течение отчетного периода, в разбивке по дивизионам: • Московский Дивизион – 2 479; • Северный Дивизион – 1 555; • Сибирский Дивизион – 1 766; • Уральский Дивизион – 1 038; • Центральный Дивизион – 1 028; • Южный Дивизион – 972.	154-156

Показатель	О показателе	Раскрытие показателя	Страница
403-2	Выявление опасностей, оценка рисков и расследование инцидентов	6.3 Люди и общество	161
403-5	Обучение в области охраны здоровья и безопасности труда	6.3 Люди и общество	160 165
403-8	Количество человек, охваченных системой управления охраной труда	6.3 Люди и общество	165
403-9	Производственный травматизм	6.3 Люди и общество Причины производственного травматизма в 2020 гг.: • невнимательность и неосторожность пострадавшего – 5; • нарушение технологического процесса – 2; • нарушение трудового распорядка и дисциплины труда – 2; • состояние территории и освещенность – 1; • резкое ухудшение состояния здоровья – 1; • действия других лиц (преднамеренно или по неосторожности) – 1.	166
404-1	Среднегодовое количество часов обучения одного сотрудника с разбивкой по полу и категориям сотрудников	6.3 Люди и общество	160
404-2	Программы развития навыков и образования на протяжении жизни	6.3 Люди и общество	160
404-3	Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры	6.3 Люди и общество	160
405-1	Состав руководящих органов и основных категорий персонала организации	6.3 Люди и общество	160-161
405-2	Соотношение размера дохода женщин и мужчин	Раздел Устойчивое развитие на сайте https://www.mvideeldorado.ru/ru/sustainability	
412-1	Операции, которые были предметом проверок прав человека или оценки воздействия	Специализированные проверки на предмет нарушения прав человека в 2020 году не проводились.	

