

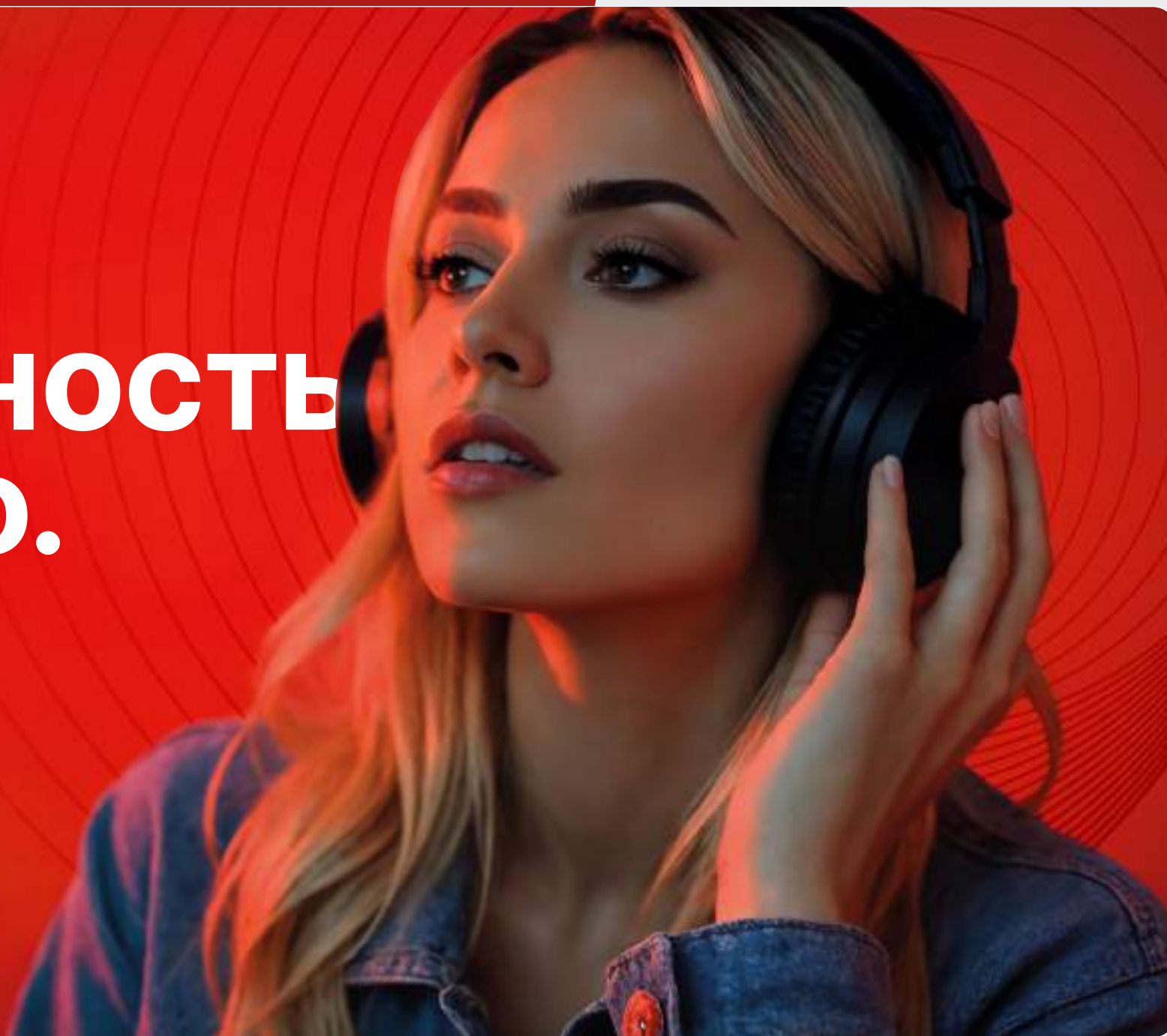
М.ВИДЕО | ЭЛЬДОРАДО

Главный эксперт
по технике

Экспертность. Качество. Сервис.

Годовой отчет 

2024



Содержание

О Компании 2 1.1. Профиль Компании М.Видео-Эльдорадо 5 1.2. География присутствия 7 1.3. Опыт, проверенный десятилетиями 8 1.4. Лидерство, основанное на ценностях 9 1.5. Позиционирование на рынке и дескриптор бренда 10 1.6. Ключевые события и показатели 2024 года 11 1.7. Факторы инвестиционной привлекательности 15 1.8. Бизнес-модель 16	Операционная деятельность 34 3.1. Развитие розничной сети 35 3.2. Управление ассортиментом 40 3.3. Лучший клиентский опыт 45 3.4. Маркетинговые коммуникации 48 3.5. Эффективная логистика 51 3.6. Единый сервисный центр 53 3.7. Финтех 57 3.8. ИТ-разработки и информационная безопасность 59	Корпоративное управление 79 Система корпоративного управления 80 Органы управления 83 Риски, аудит и контроль 89 Деловая этика и комплаенс 94	Приложения 106 Приложение № 1. Об Отчёте 107 Приложение № 2. Отчёт о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления 108 Приложение № 3. Отчёт о совершённых крупных сделках и сделках с заинтересованностью 135 Приложение № 4. Отчёты комитетов Совета директоров 139 Приложение № 5. Указатель содержания GRI Standards 145 Контактная информация 148
Стратегический отчет 17 2.1. Обращение генерального директора 18 2.2. Обзор рынков 20 2.3. Стратегические приоритеты 27 2.4. Операционные и финансовые результаты 30	Вклад в устойчивое развитие 61 Наш подход к устойчивому развитию 62 Взаимодействие с заинтересованными сторонами 64 Управление персоналом 65 Развитие местных сообществ 75 Развитие проектов в сфере циклической экономики и устойчивого развития 77	Аktionерам и инвесторам 99 Сведения о количестве акционероB 100 Уставный капитал 101 Отчёт о выплаченных дивидендах 102 Облигации 103 Кредитные рейтинги 104 Раскрытие информации 105 Взаимодействие с акционерными и инвесторами 105	

реФормируем индустрию

Более 30 лет назад мы стояли у истоков розничной торговли электроникой и бытовой техникой. Сейчас, заняв ведущие позиции на российском рынке, мы продолжаем поддерживать высокие темпы развития.

1 226



магазинов по всей стране
(+100 новых магазинов
открыто в 2024 году)

+25



городов
присутствия



Экспертность Качество Сервис

Главный приоритет и основа бизнеса М.Видео-Эльдорадо — это качество во всём, что мы делаем. На наших полках представлены только качественные и востребованные товары, гарантирующие нашим клиентам надёжность и долговечность их использования. Качественный сервис и персонализированное взаимодействие с покупателем приближают нас к тому, чтобы быть первым выбором для удовлетворения любой потребности в технике.

Мы – главные
эксперты
по качеству...



Мы – главные эксперты по качеству...



...техники и электроники

В сети магазинов М.Видео-Эльдорадо мы гордимся тем, что вся без исключения техника и электроника является оригинальным сертифицированным товаром с гарантией качества.

Мы тщательно проверяем своих поставщиков и уверены в качестве товаров, которые они предлагают. Это даёт нам возможность не только расширять ассортимент, но и нести ответственность за качество каждой единицы товара на наших полках.

21%



нашего ассортимента составляют собственные товарные марки, бренды и товарные линейки, представленные только в «М.Видео» и «Эльдорадо». Это делает нас ещё более привлекательными для покупателей, ищущих эксклюзивные товары.

См. раздел «Управление ассортиментом»



...сервиса

Мы гордимся тем, что предлагаем нашим клиентам экспертное сопровождение при покупке любого товара, что позволяет им принимать обоснованные решения, основываясь на профессиональных советах и рекомендациях.

Наша команда специалистов не просто помогает выбрать необходимую технику, но и обеспечивает полное сопровождение на протяжении всего срока её эксплуатации, включая установку, настройку, регулярное обслуживание и поддержку. Такой подход гарантирует, что каждый клиент получает не только желаемую технику, но и уверенность в её надёжности.

См. раздел «Единый сервисный центр»



...клиентского опыта

Мы предлагаем нашим покупателям бесшовный кросс-канальный клиентский опыт, основанный на персональном подходе за счёт единой технологической платформы ONE RETAIL. Меняются каналы взаимодействия с нами (розничные магазины, сайты и мобильные приложения брендов «М.Видео» и «Эльдорадо»), но не теряется главное – контакт с покупателем.

Наш подход основан на персонификации – каждое взаимодействие с клиентом уникально, и мы стремимся адаптировать наши услуги под индивидуальные потребности каждого. Мы активно расширяем своё присутствие в диджитал-каналах и развиваем чат-боты для покупателей, чтобы решение всех вопросов было быстрым и эффективным.

См. раздел «Лучший клиентский опыт»



...коммуникации

Ключевые руководители М.Видео-Эльдорадо на постоянной основе участвуют в крупнейших отраслевых и инвесторских конференциях, где делятся опытом и обсуждают актуальные вызовы, связанные со структурными изменениями рынка розничной торговли и их влиянием на бизнес Компании. Среди них в 2024 году:

- ▶ конференция Forbes «Ритейл-2024»;
- ▶ Russian Retail Show – 2024;
- ▶ X Международный форум бизнеса и власти «Неделя Российского Ритейла»;
- ▶ SmartLab Conf – 2024;
- ▶ Ecom Retail Week;
- ▶ ПЛАС-форум;
- ▶ New Retail Forum и др.

Компания присутствует во всех основных каналах коммуникации с клиентами, экспериментирует с блогами, метавселенными и социальными сетями.

См. раздел «Маркетинговые коммуникации»

1.1. Профиль Компании М.Видео-Эльдорадо ^[2-1]



«В текущей макроэкономической ситуации ключевой фокус нашей работы будет сосредоточен на дополнительном повышении эффективности Компании, развитии клиентского сервиса по самым высоким стандартам, а также реализации долгосрочной стратегии Компании с целью улучшения операционных и финансовых показателей. Все наши усилия будут направлены на то, чтобы, как и прежде, радовать клиентов самым широким ассортиментом товаров и набором услуг, качественным сервисом, доступностью наших магазинов для потребителей и уникальными преимуществами. Всё это позволит нам и дальше подтверждать статус Главного эксперта по технике».

Генеральный директор Компании
М.Видео-Эльдорадо Феликс Либ

М.Видео-Эльдорадо – ведущая российская компания – основоположница рынка розничной торговли бытовой техникой и электроникой, объединяющая бренды «М.Видео» и «Эльдорадо».

Более чем за три десятилетия успешной работы на российском рынке Компания прошла колоссальный путь. За это время индустрия торговли бытовой техникой и электроникой претерпела кардинальные изменения

как в плане развития технологий, так и в отношении потребностей клиентов. На каждом этапе своего развития М.Видео-Эльдорадо шла по пути внедрения инноваций и была одним из самых технологичных ритейлеров, будь то передовые ИТ-решения, маркетинг, операционная эффективность или работа с клиентами.

См. раздел [«Опыт, проверенный десятилетиями»](#)

Компания объединяет все направления рынка в сфере торговли бытовой техникой и электроникой и электронной коммерции:

ИТ-КОМПАНИЯ М.ТЕХ —



разработка и внедрение
передовых решений
в сфере ритейла

«ДИРЕКТ КРЕДИТ» —



финтех-платформа
с широким выбором
доступных финансовых
сервисов

СЕРВИСНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ М.МАСТЕР —



единый сервис заботы о технике
и доме, включающий доставку,
установку, ремонт и обслуживание
техники от экспертов с опытом,
а также услуги выкупа, трейд-ин
и продажи восстановленной техники

ONE RETAIL —



технологическая платформа,
объединяющая мобильные
приложения, веб-сайты
и магазины «М.Видео»
и «Эльдорадо» для создания
персонализированного
клиентского опыта

Гибридная бизнес-модель М.Видео-Эльдорадо основана на сочетании преимуществ двух брендов, онлайн-платформы и мобильных технологий с разветвлённой сетью магазинов

В 376 ГОРОДАХ
и сильной федеральной логистической инфраструктурой.

Компания обладает важными конкурентными преимуществами перед онлайн-игроками и традиционными ритейлерами. Развивая экспертность, первоклассный сервис и расширяя географию присутствия, М.Видео-Эльдорадо открывает новые возможности для своих клиентов, партнёров, сотрудников и всего общества.

¹ Общие установки пользовательских мобильных приложений «М.Видео» и «Эльдорадо» на 31 декабря 2024 года.

² На 31 декабря 2024 года.

ПРОДАЖИ

565,8 МЛРД РУБ.

общие продажи
(+4,7% год к году)

15,4%

доля кредитных продаж от GMV

19,3 МЛРД РУБ.

3P-продажи на собственном маркетплейсе
(+20% год к году)

КЛИЕНТЫ

> 75 МЛН ЧЕЛОВЕК

общая база уникальных клиентов

+4,8 МЛН

новых клиентов

76,1 МЛН

общее число установок мобильных приложений¹

АССОРТИМЕНТ

204 ТЫС. SKU

(+7,4% год к году)

21,7%

доля дифференцирующего ассортимента в GMV

> 64 МЛН ШТ.

количество проданной техники за год

РОЗНИЦА

> 150

магазинов
компактного формата²

1 226

общее количество магазинов в стране²

100

новых магазинов открыто в 2024 году

25 НОВЫХ

городов присутствия

1.2. География присутствия



В 2024 году М.Видео-Эльдорадо реализовала амбициозный план расширения своей розничной инфраструктуры и открыла 100 новых магазинов преимущественно компактного формата в разных городах страны. В результате более 700 магазинов Компании сейчас работает под брендом «М.Видео». В отчётном году Компания вышла в 25 новых населённых пунктов, где отмечается высокий интерес жителей к широкому ассортименту наших магазинов.

Компания эффективно управляет розничной сетью и гибко подходит к вопросу поиска новых локаций для открытия магазинов, ориентируясь на удобство для клиентов, показатели трафика и наиболее выгодные предложения от арендодателей. Компактный формат позволяет находить больше вариантов локаций, включая стрит-ритейл, а также развиваться в регионах, где Компания уже работает, и заходить в новые города с населением до 100 тыс. человек.

В 2025 году Компания также планирует продолжить открытие новых торговых точек преимущественно компактного формата, а также реализацию программы по оптимизации неэффективных магазинов сети.

В 2024 году около 89% заказов было выполнено с использованием инфраструктуры магазинов. Развитая логистическая инфраструктура Компании М.Видео-Эльдорадо включает сеть из 1 226 магазинов¹. Широкая географическая представленность Компании наряду с полным онлайн-покрытием в городах присутствия позволяет нашим покупателям получать около 75% ассортимента с доступностью в течение 24 ч, а 43% – в течение 15 мин. Нашим клиентам, как и прежде, доступны наши фирменные сервисы, в том числе доставка и установка день в день, вывоз техники на утилизацию и многое другое.

¹ На 31 декабря 2024 года.² За 12 месяцев 2024 года.

1.3. Опыт, проверенный десятилетиями

На протяжении более чем трёх десятилетий М.Видео-Эльдорадо остаётся одним из лидеров на рынке бытовой техники и электроники в России. Нам доверяют более 75 млн покупателей, которые ценят широкий ассортимент товаров и неизменно высокий уровень сервиса.

Мы активно инвестируем в развитие электронной коммерции и собственного маркетплейса, уделяем значительное внимание повышению эффективности работы розничной сети и качества обслуживания покупателей, чтобы быть выбором номер один для клиентов и делать каждую покупку приятным и комфортным опытом.

Компания стремится обеспечить бесшовный клиентский путь на всех этапах – от поиска товара и покупки до его установки и сервисного обслуживания. Эксперты М.Видео-Эльдорадо всегда готовы помочь в выборе оптимального решения, а сотрудничество с ведущими производителями позволяет предлагать наиболее востребованные товары по выгодным ценам.

Лидерство М.Видео-Эльдорадо на рынке подтверждается не только масштабами бизнеса, но и стремлением к инновациям и улучшениям. В ответ на меняющиеся запросы потребителей, в частности молодёжи, мы постоянно развиваемся, внедряя новые технологии и сервисы.

Адаптируясь к новым вызовам, М.Видео-Эльдорадо уделяет особое внимание поиску и развитию молодых талантов. Так Компания делает шаги навстречу будущему, полному возможностей и успеха.

1993–1999

- ▶ Открытие первых семи магазинов в Москве.
- ▶ Запуск первого в стране специализированного сервисного центра.
- ▶ Старт первой программы трейд-ин.

2000–2006

- ▶ Запуск интернет-магазина.
- ▶ Экспансия в 48 городов России.

2007–2010

- ▶ Первое IPO непродуктового ритейлера в России.
- ▶ «М.Видео» удвоила количество магазинов, став одной из самых быстрорастущих сетей.

2011–2015

Трансформация в омниканальную модель: единый ассортимент, сервис и цены онлайн и в магазинах.

2016

- ▶ Запуск новых форматов магазинов цифровой техники.
- ▶ Запуск мобильной платформы для улучшения клиентского опыта.
- ▶ Запуск кредитного брокера.

2017–2019

- ▶ Интеграция «Эльдорадо» и MediaMarkt для охвата всех ценовых сегментов рынка.
- ▶ Вхождение в мировой топ-10 CE-ритейлеров.

2020–2021

- ▶ Цифровая трансформация, переход на продуктовый подход ИТ-разработки.
- ▶ Приобретение «Директ Кредит» и развитие финтеха.
- ▶ Успешное размещение биржевых облигаций.

2022–2023

- ▶ Запуск импортных операций.
- ▶ Успешный вывод техники новых брендов на российский рынок, развитие СТМ и дифференцирующего ассортимента.
- ▶ Масштабирование собственного специализированного маркетплейса.
- ▶ Развитие нового формата компактных магазинов.
- ▶ Создание собственной ИТ-компании М.Тех.
- ▶ Запуск единого центра сервисной поддержки М.Мастер.

2024

- ▶ Повышение эффективности бизнес-модели за счёт открытия новых магазинов компактного формата и оптимизации неэффективных точек.
- ▶ Запуск новых финтех-продуктов.
- ▶ Развитие сервисного направления М.Мастер.
- ▶ Объединение программ лояльности «М.Видео» и «Эльдорадо» в единую систему М.Club.
- ▶ Экспансия в 25 городов России, где Компания ранее не присутствовала.

1.4. Лидерство, основанное на ценностях



Наша миссия

Мы открываем
людям новый опыт
комфортной жизни
через экспертность
и равнодушный
сервис.

Наши ценности



КЛИЕНТООРИЕН- ТИРОВАННОСТЬ

Мой клиент –
моя ответственность.
Заботимся о клиенте,
чтобы у него не было забот.



ПАРТНЁРСТВО В КОМАНДЕ

Сила в команде.
Все как один –
к единой цели!



РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

От слов к делу.
Вместе несём ответственность
за результат.



ЧЕСТНОСТЬ

Открытые процессы,
открытые люди.
Делаем то, что правильно,
а не то, что легко.



ГИБКОСТЬ

Слушаем, слышим
и меняемся.
Думаем сегодня,
что можно изменить завтра.



НЕРАВНОДУШИЕ

С трепетом к работе,
с уважением друг к другу.
Нам не всё равно!

1.5. Позиционирование на рынке и дескриптор бренда

Главный эксперт по технике

Компания М.Видео-Эльдорадо позиционирует себя как Главного эксперта по технике и предоставляет клиентам возможность находить лучшие решения своих задач по покупке бытовой техники и электроники.

Основным отличием М.Видео-Эльдорадо, которое ценится покупателями, является высокая экспертность Компании в сегменте бытовой техники и электроники¹. Покупатели имеют возможность посещения магазинов, непосредственного ознакомления с техникой и живого общения с консультантами – экспертами в технике. Роль офлайн-магазинов продолжает сохранять высокие позиции в принятии клиентами решений о покупке, учитывая большой ассортимент товаров.

Компания продолжает усиливать OneRetail-подход во взаимодействии с покупателями. Эту трансформацию мы стремимся отразить и в визуальном воплощении. В дополнение к яркому бренду «М.Видео» с заглавной М с точкой добавились бренды наших дополнительных сервисов: М.Финансы, М.Мастер, М.Комбо, М.Game, М.Club и т. д. Всё это позволяет объединить в единую визуальную модель серию направлений. Изменения в айдентике также призваны укрепить имидж бренда «М.Видео», сделать его более технологичным и актуальным, релевантным цифровой среде, а также поддержать уровень знания.



¹ Источник: исследование ООО «АРМИ-Маркетинг Бизнес», по результатам которого 66% покупателей бытовой техники и электроники согласились с утверждением: «Покупая здесь, я чувствую, что покупаю у экспертов в технике и электронике» – относительно магазинов «М.Видео», что является лидирующим значением в категории.

1.6. Ключевые события и показатели 2024 года

Ключевые события

Январь



- Компания М.Видео-Эльдорадо начала открывать в магазинах сети сервисные центры М.Мастер с полным спектром услуг ремонта и сервисного обслуживания.

Март



- «Эксперт РА» подтвердило кредитный рейтинг М.Видео-Эльдорадо на уровне «ruA», улучшив прогноз до «стабильного».



Май



- М.Видео-Эльдорадо начала продажи восстановленной техники в зонах М.Мастер.
- Компания получила оценку качества управления данными на стратегическом уровне data-driven, что соответствует уровню лидеров глобального финансового сектора.
- Компания открыла первые в России мультибрендовые зоны складных и раскладных смартфонов.
- В М.Видео-Эльдорадо создана новая структура – дирекция по электронной коммерции, которую возглавила Александра Иванченко.

Февраль



- АКРА подтвердило кредитный рейтинг М.Видео-Эльдорадо на уровне «A(RU)», улучшив прогноз до «позитивного».



Апрель



- Компания успешно погасила выпуск облигаций серии 001P-01 в размере 4,2 млрд рублей.

Июнь



- М.Видео-Эльдорадо впервые на рынке запустила программу скидок при покупке техники в рассрочку.
- Компания запустила программу аренды техники для юридических лиц.



Ключевые события (продолжение)

Июль



- М.Видео-Эльдорадо открыла первую в России мультибрендовую зону M.Premium с премиальной бытовой техникой в розничном магазине.

Сентябрь



- Реализован масштабный проект по объединению программ лояльности двух брендов – «М.Видео» и «Эльдорадо».
- Компания запустила новые финансовые услуги по кредитованию и страхованию в розничных магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо».
- Компания в партнёрстве с Яндекс Маркетом запустила круглосуточную доставку за 1–2 ч с момента оформления заказа на маркетплейсе.



Ноябрь



- Эмиссионные ценные бумаги ПАО «М.видео» включены в список ценных бумаг, допущенных к торгам на СПБ Бирже.
- М.Видео-Эльдорадо запустила обновлённую программу трейд-ин для смартфонов с возможностью покупки любой техники.
- Компания в партнёрстве со Сбером внедрила способ оплаты покупок улыбкой по биометрии.



Август



- М.Видео-Эльдорадо полностью погасила облигации серии 001P-02 в размере 9 млрд рублей.

Октябрь



- М.Видео-Эльдорадо первой среди непродовольственных ритейлеров объявила о запуске подписки М.Комбо с пакетом привилегий для клиентов.
- Ляйсан Утяшева стала новым амбассадором Компании М.Видео-Эльдорадо.

Декабрь



- Компания М.Видео-Эльдорадо запустила услугу выкупа смартфонов, развивая направление продаж восстановленной техники.
- Компания запустила новый сервис быстрого займа в рамках финтех-направления на базе «Директ Кредит».
- Компания М.Видео-Эльдорадо открыла две новые зоны смарт-часов в магазинах сети в Москве: мультибрендовую зону премиальных моделей, а также корнер, полностью посвящённый часам бренда Garmin.

Ключевые события
после отчётной даты

- Совет директоров ПАО «М.видео» утвердил Феликса Либа на должность генерального директора Компании.
- Запущен процесс докапитализации М.Видео-Эльдорадо объёмом 30 млрд рублей в первом полугодии 2025 года для реализации новой стратегии.
- В Москве в ТЦ Botanica Mall открылся новый магазин «М.Видео» с ИИ-консультантом Эм.Ви.
- М.Видео-Эльдорадо запустила терминалы самообслуживания в 28 магазинах Москвы и Подмосковья.
- М.Видео-Эльдорадо в дополнение к услуге собственного выкупа и программе трейд-ин совместно с Авито запустила тестирование сервиса выкупа смартфонов на сайте классифайда.
- 23 апреля 2025 года ООО «МВ ФИНАНС» выкупила по ofercie 5 152 298 облигаций серии 001P-04 – почти на 5,2 млрд рублей; остаток долга составляет 1,8 млрд рублей.
- 16 апреля 2025 года Компания объявила о старте, а 29 апреля сообщила о размещении двухлетних биржевых облигаций серии 001P-06 объёмом 2 млрд рублей со ставкой купона 26,0%.

Награды и достижения

Премия Mobile Commerce

«М.Видео» – лучшее приложение по продаже бытовой техники и электроники по версии премии Mobile Commerce, Electronics Apps Rank.

Топ-5 рейтинга PIM.Index-2024

М.Видео-Эльдорадо вошла в топ-5 рейтинга PIM.Index-2024, который оценивает логистические предложения в российском e-commerce и отражает уровень предоставления услуг в сфере доставки.

Премия Silver Mercury

Компания получила серебро в номинации «Лучшие современные технологии» по проекту «М.Видео: первый в России коммерческий ИИ-стрим» и вошла в шорт-лист номинации «Брендированный контент в электронной коммерции» премии Silver Mercury.

Премия Ecom Awards 2024

М.Видео-Эльдорадо заняла первое место в номинации «Лучшая контент-маркетинговая кампания» и второе место в номинации «Нишевый B2C-маркетплейс года» премии Ecom Awards 2024.

Лидеры в ритейле «Сколково»

Компания вошла в число лидеров цифровой трансформации клиентского опыта в ритейле по итогам исследования, проведенного Фондом «Сколково».

Топ-3 рейтинга Best Company Award 2025

М.Видео-Эльдорадо вошла в топ-3 рейтинга Best Company Award 2025 в номинации «Компании мульти-категорийного ритейла» со стажёрской программой.

Премия «Итоги года – 2024» от Sostav.ru

Рекламная кампания Back To School с Рузилем Минекаевым номинирована на премию «Итоги года – 2024» от Sostav.ru.

Топ-5 компаний в рейтинге PIM.Index

М.Видео-Эльдорадо заняла первое место в категории «Техника и электроника» и вошла в топ-5 компаний в рейтинге PIM.Index.

Премия «Выгода» от Т-Банка

М.Видео-Эльдорадо признана победителем в номинации «Мега Шопер» ежегодной премии «Выгода» от Т-Банка.

Retail week – 2024

На Retail week – 2024 М.Видео-Эльдорадо стала лучшей в категории «Лучшие социальные проекты России» и заняла второе место в номинации «ESG-проект года в ритейле».

«Лучшие ESG-проекты России»

М.Видео-Эльдорадо стала победителем программы «Лучшие ESG-проекты России» в категории «Ответственное потребление и производство. Сокращение воздействия на окружающую среду».

Премия HR-Brand 2023

В премии HR-Brand 2023 М.Видео-Эльдорадо победила в специальной номинации «Для людей дела» с проектом «Склад с человеческим лицом».

Топ-20 рейтинга эмитентов Smart Lab

Компания М.Видео-Эльдорадо вошла в топ-20 рейтинга эмитентов Smart Lab.

Премия E+ Awards

Бренд «М.Видео» стал лауреатом премии E+ Awards за лучшие технологии.

Премия «Проксима»

Компания удостоена премии «Проксима» с кейсом наших бренд-медиа М.Клик и Эльдоблог.

Премия POPAI Russia

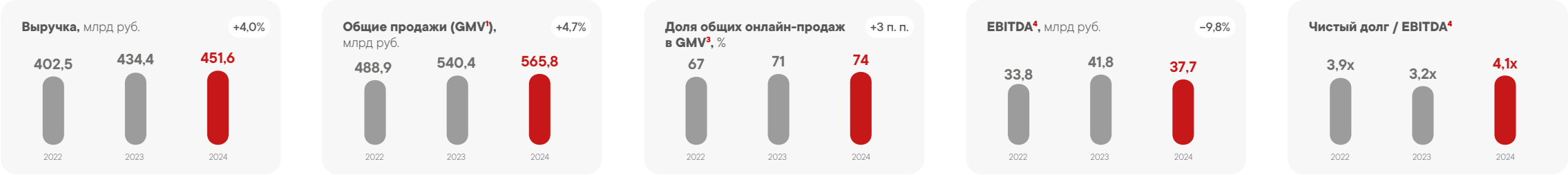
М.Видео-Эльдорадо заняла первое место в номинации shop-in-shop премии POPAI Russia.

Премия OMNI RATING AWARD 2024

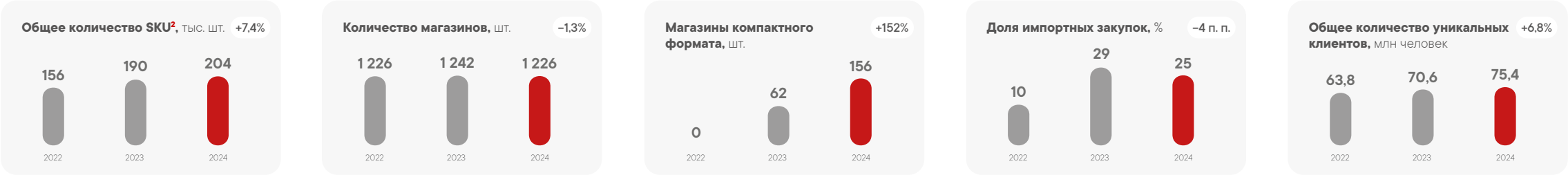
«М.Видео» – лидер в категории «Электроника и бытовая техника» по версии премии OMNI RATING AWARD 2024.

Ключевые показатели

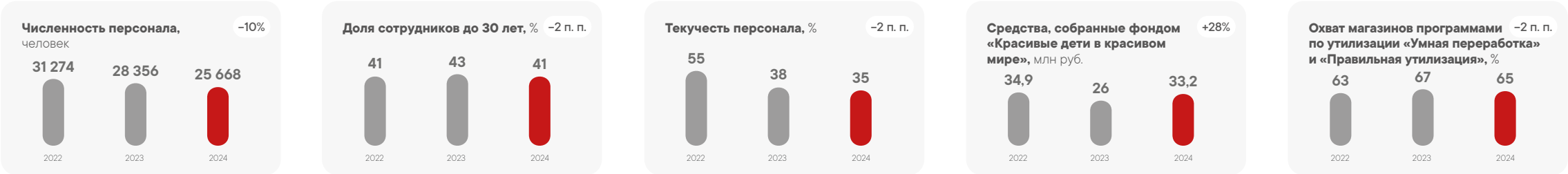
Финансовые



Операционные



ESG



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

² Представлено среднее значение за 12 месяцев отчётного года.

³ Общие онлайн-продажи Компании в соответствии с концепцией ONE RETAIL учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильное приложение продавца. На 31 декабря 2024 года продажи через мобильное приложение продавца были доступны только в магазинах «М.Видео».

⁴ Здесь и далее финансовые результаты Компании М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии с МСФО (IAS) 16, если не указано иное.

1.7. Факторы инвестиционной привлекательности

Растущий рынок техники и электроники



Мы предлагаем инвесторам доступ к рынкам бытовой техники и электроники и E-commerce, которые показывают положительную динамику роста даже в период высоких ставок.

- ▶ Рост оборота рынка бытовой техники и электроники в 2024 году составил 7% к предыдущему году.
- ▶ Растущий спрос на новые бренды техники и электроники. Популяризация брендов отечественных производителей и собственных торговых марок (далее – СТМ).
- ▶ Выход в 25 новых городов (включая Сибирь и Дальний Восток), где исторически присутствие М.Видео-Эльдорадо было небольшим.

Эксперты № 1 в технике



Мы предоставляем качественный сервис по доставке, установке, обслуживанию и ремонту техники, который основан на главном – высоком уровне экспертности наших сотрудников.

- ▶ Сервисный центр М.Мастер: более 30 зон по обслуживанию и ремонту техники в восьми крупных городах России.
- ▶ Экспертное сопровождение покупки и предоставление полного набора сервисов и услуг на всём сроке жизни товара.
- ▶ Собственный парк из 243 брендированных грузовых автомобилей для оперативной доставки и установки бытовой техники и электроники.

Синергия с маркетплейсами



Мы обеспечиваем лучший клиентский опыт во всех каналах, как собственных, так и внешних, не за счёт конкуренции, но благодаря синергии с маркетплейсами.

- ▶ Дополнительная витрина и канал продаж для товаров М.Видео-Эльдорадо.
- ▶ Комбинация высокого среднего чека, наличия складских мощностей, запасов товаров и экспертности делает нас важным партнёром для маркетплейсов.
- ▶ Развитие внутренних компетенций по сервису и качеству доставки.

Лидер развития ONE RETAIL



Мы направляем ключевые усилия на построение истинного омниканального опыта взаимодействия с клиентами – нашего главного конкурентного преимущества, которое не могут органически обеспечить прочие участники рынка.

- ▶ Мобильные приложения, веб-сайты и магазины М.Видео-Эльдорадо объединены в рамках единой технологической платформы ONE RETAIL.
- ▶ Бесшовный кросс-канальный клиентский опыт, основанный на персональном подходе к покупателям.
- ▶ М.Комбо: круглосуточная поддержка лучших экспертов по технике и выгодные условия на услуги сервисного центра М.Мастер.
- ▶ М.Club: единая система лояльности двух брендов – «М.Видео» и «Эльдорадо», насчитывающая более 75 млн клиентов.

Уникальный ассортимент



Мы стремимся быть первым выбором для покупателей при покупке бытовой техники и электроники с ассортиментом, покрывающим 100% потребностей в технике.

- ▶ Постоянное расширение ассортимента: рост уникальных SKU на 7% год к году.
- ▶ 21,7% – доля дифференцирующего ассортимента бытовой техники и электроники от общего оборота.
- ▶ Представленность ассортимента эксклюзивными для рынка брендами: Carrera, Lunacy, Grundig, Thunderobot и др.
- ▶ Модель 3P: дополнение основного ассортимента товарных категорий комплементарными позициями и продуктами на собственном маркетплейсе.

Повышение эффективности



Мы не просто сокращаем издержки, а достигаем наилучшего результата за счёт совершенствования всех бизнес-процессов.

- ▶ Достижение оптимального уровня по показателю «Чистый долг / EBITDA».
- ▶ Открытие новых магазинов: 100 открытий в 2024 году.
- ▶ Оптимизация неэффективных по EBITDA и локациям магазинов.
- ▶ Совершенствование ИТ-инфраструктуры: автоматизация рутинных процессов в магазинах.
- ▶ Рациональное использование моделей на базе ИИ для прогнозирования спроса.

1.8. Бизнес-модель

БИЗНЕС-ФОКУСЫ

«М.Видео» – главный эксперт по технике, который закрывает любые потребности клиентов, связанные с выбором, покупкой и обслуживанием бытовой техники и электроники

ИНФРАСТРУКТУРА И ЛОГИСТИКА

- ▶ Новые форматы фулфилмент-процессов и хранения товаров
- ▶ **43%** товарных запасов находятся в магазинах, обеспечивая выдачу в течение 15 мин
- ▶ **8 центральных** и **54 региональных** распределительных склада
- ▶ Собственный автопарк: **> 200 машин**
- ▶ **> 400 сервисных специалистов** и экспедиторов

СОБСТВЕННАЯ ИТ-КОМПАНИЯ М.Тех

- ▶ Цифровизация и собственная разработка ИТ-продуктов
- ▶ **> 100 ИТ-продуктов** на основе современной микросервисной архитектуры с использованием больших данных, биометрии, ИИ и машинного обучения

ESG-ФОКУСЫ

Приверженность принципам устойчивого развития и их интеграция во все аспекты деятельности



СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Единый сервисный центр М.Мастер

РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ

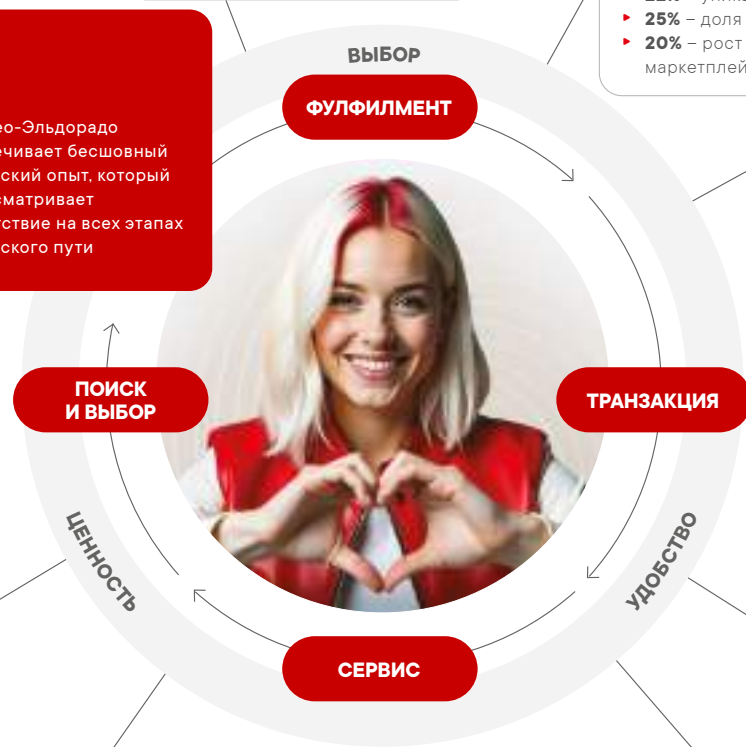
- ▶ **> 1,2 тыс.** магазинов более чем в 370 городах
- ▶ **100** новых магазинов открыто в 2024 году, выход в 25 новых городов
- ▶ Развитие нового формата компактных магазинов «М.Видео» и кобрендовых магазинов
- ▶ **~ 89%** всех заказов совершались с использованием инфраструктуры магазинов



М.Видео-Эльдорадо обеспечивает бесшовный клиентский опыт, который предусматривает присутствие на всех этапах клиентского пути

БРЕНД-ПЛАТФОРМА

М.ВИДЕО | ЭЛЬДОРАДО



ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

- ▶ **7%** – рост SKU
- ▶ **22%** – уникальные товары и СТМ
- ▶ **25%** – доля импорта
- ▶ **20%** – рост 3P-продаж на собственном маркетплейсе

ИННОВАЦИИ

- ▶ Технологическая платформа ONE RETAIL
- ▶ Онлайн / Мобильная платформа

УРОВЕНЬ ВОВЛЕЧЁННОСТИ

- ▶ **90,4%**

ФИНТЕХ-СЕРВИСЫ

- ▶ Финансовые продукты на базе дочерней компании «Директ Кредит»
- ▶ **15,4%** – доля кредитных продаж от GMV

Создание стоимости для заинтересованных сторон в 2024 году

Акционеры и инвесторы

- ▶ **> 20%** акций в свободном обращении
- ▶ **24,6 млрд руб.** – выплаты по купонам по всем выпускам облигаций
- ▶ Успешное размещение пятого выпуска облигаций с участием широкого рынка
- ▶ **565,8 млрд руб.** – GMV

Покупатели

- ▶ **> 6,3 млн** доставленных заказов
- ▶ **100%** – онлайн-покрытие в городах присутствия
- ▶ **> 75 млн** – общее количество уникальных клиентов

Поставщики и партнёры

- ▶ Расширение числа поставщиков и запуск новых брендов на российский рынок
- ▶ Партнёры из **17 стран**
- ▶ **~ 4 тыс. брендов**
- ▶ **935 селлеров** на маркетплейсе, **1/3 партнёров** – субъекты МСП

Сотрудники

- ▶ Культура безопасности **«0 несчастных случаев»**
- ▶ **34** – среднее количество часов обучения на одного сотрудника
- ▶ **84,2%** – уровень удовлетворённости

Общество

- ▶ Фиксирование цен на социально значимую технику в период высокой волатильности рубля
- ▶ **2,6 тыс. т** техники собрано и передано на правильную утилизацию

Стремимся к лучшим результатам

Мы укрепляем позиции на рынке,
развиваем партнёрства с производителями техники
и запускаем новые форматы магазинов,
чтобы стать ближе к покупателям.

565,8 [↑] МЛРД
РУБ.

М.Видео-Эльдорадо

75,4 [↑] МЛН
УЧАСТНИКОВ

единой программы
лояльности M.Club



2.1. Обращение генерального директора [2–22]

Уважаемые акционеры, инвесторы, коллеги и партнёры!

Прошедший, 2024 год был полон вызовов как для бизнеса М.Видео-Эльдорадо, так и для всего рынка бытовой техники и электроники. Тем не менее нам удалось адаптироваться к высокой волатильности потребительского рынка, кардинально изменить бизнес-модель, наладить партнёрства с сотнями новых поставщиков и обеспечить более чем 75 млн клиентов неизменно широкий ассортимент и высокий уровень сервиса. Мы реализовали антикризисный план, направленный не только на повышение маржинальности бизнеса, но и на оптимизацию операционных затрат.

Тренды рынка и финансовые результаты

По итогам отчётного года все игроки рынка бытовой техники и электроники отмечали значительное охлаждение потребительского спроса, которое началось с мая прошлого года и, безусловно, оказало негативное влияние на финансовые результаты М.Видео-Эльдорадо. Такая тенденция в первую очередь связана с увеличением ключевой ставки Банка России в 1,5 раза, до рекордного уровня 21%, привлекательными процентными ставками по депозитам и снижением объёмов банковского кредитования для населения. В результате россияне отложили крупные покупки и перешли от потребления к накоплению.

Несмотря на сложную ситуацию на рынке в 2024 году, мы добились роста общих продаж (GMV) М.Видео-Эльдорадо на 5%, до 566 млрд рублей. Это стало возможным благодаря расширению ассортимента до рекордного уровня, инструментов и каналов продаж, а также открытию новых магазинов преимущественно компактного формата. Также мы смогли показать отличный результат в части общих онлайн-продаж, которые составили 74% от GMV Компании, увеличившись на 9%, до 420 млрд рублей. Росту доли онлайн-продаж способствовала успешная работа по развитию партнёрств со всеми крупнейшими маркетплейсами и собственными каналами: мобильных приложений и сайтов М.Видео и Эльдорадо.

Повышение эффективности розничной сети

В 2024 году в фокусе внимания было повышение эффективности нашей розничной инфраструктуры. В условиях вызовов прошедшего года и благодаря слаженной работе команды мы смогли реализовать амбициозный план по открытию 100 новых магазинов преимущественно компактного формата в разных городах страны: от Славянска-на-Кубани до Владивостока.

Такие магазины демонстрируют существенные преимущества по сравнению с традиционными форматами: в них сохранены около 70% наименований ассортимента стандартного магазина «М.Видео» при уменьшении площади почти вдвое, до 500–600 кв. м. Важно отметить, что компактные магазины требуют втрое меньше инвестиций на открытие и обеспечивают более быструю окупаемость. Такой формат также даёт дополнительные возможности и локации для выбора торговых площадей, ориентируясь на удобство для клиентов, показатели трафика и наиболее выгодные предложения от арендодателей.

В отчётном году Компания вышла в 25 новых населённых пунктов – широкая географическая представленность наших магазинов наряду с полным онлайн-покрытием в городах присутствия позволяет покупателям получать около 75% ассортимента с доступностью в течение 24 часов, а 43% – в течение 15 минут.

Сегодня магазины М.Видео-Эльдорадо являются не только классическими магазинами бытовой техники и электроники, но и местом, где покупатели могут получить эксклюзивный сервис. Посещая наш магазин, клиент имеет возможность посмотреть последние новинки гаджетов, воспользоваться услугами сервисного центра по ремонту и обслуживанию техники, сдать гаджет в трейд-ин или в рамках услуги выкупа, а также приобрести восстановленную технику и воспользоваться услугой экологичной переработки. Всё это даёт нам возможность выгодно отличаться от конкурентов и быть первым выбором для клиента во всём, что касается вопросов бытовой техники и электроники.

Ассортимент

Эффективная работа с ассортиментом и неизменное внимание к потребностям покупателей позволяют М.Видео-Эльдорадо укреплять статус Главного эксперта по технике и обеспечивать стабильно высокий уровень сервиса. В 2024 году мы продолжили укреплять свои позиции и достигли рекордного для Компании ассортимента товаров в 204 тыс. SKU, что стало результатом развития партнёрских отношений с существующими и новыми поставщиками, в том числе в рамках собственного маркетплейса. За счёт расширения ассортимента на внутреннем рынке доля собственных импортных закупок М.Видео-Эльдорадо снизилась до 25% по сравнению с 29% годом ранее.

Мы дифференцируем предложение для покупателей за счёт собственных торговых марок и эксклюзивно представленных товаров в каналах продаж М.Видео-Эльдорадо – в результате доля ассортимента «М.Видео Only» в общих продажах достигла 21% по итогам отчётного года. Увеличение количества дифференцирующего ассортимента в магазинах было поддержано устойчивым спросом покупателей на новые бренды, в том числе эксклюзивные решения, представленные только в нашей сети.

Исключительный клиентский опыт

Успех Компании напрямую зависит от создания исключительного покупательского опыта для каждого клиента. В М.Видео-Эльдорадо мы создаём такой опыт за счёт омниканальной бесшовной модели – контакта с покупателями на стыке офлайна и онлайн, который делает наше взаимодействие одинаково удобным на всех этапах клиентского пути – от выбора и оплаты до доставки и сервисного обслуживания. Это позволяет нам повышать лояльность клиентов, глубоко понимать их потребности и предоставлять по-настоящему персонализированный сервис, основанный на многолетней экспертизе.

Ключевым событием 2024 года стало объединение программ лояльности «М.Видео» и «Эльдорадо» под единым брендом М.Club. Это позволило объединить на одном счету бонусные рубли клиентов «М.Видео» и «Эльдорадо» и дать им возможность полноценно использовать инфраструктуру обоих брендов. Общая база клиентов Компании уже превысила 75 млн человек, пополнившись за прошлый год на 5 млн новых покупателей.

Ещё одним важным направлением работы в отчётном году стало развитие сервисного направления – одного из наших главных конкурентных преимуществ. Мы запустили 30 фирменных зон «М.Мастер» для оказания полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо» в восьми крупных городах России. Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также осуществить ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в режиме «здесь и сейчас», так и с выездом специалистов. С 2024 года в магазинах М.Видео-Эльдорадо также стала доступна к покупке восстановленная техника, которая ремонтируется в сервисных центрах «М.Мастер» или сдаётся клиентами по программе трейд-ин или выкуп.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо запустила принципиально новый продукт – подписку М.Комбо с уникальным набором сервисов и предложений. Это решение было высоко оценено нашими клиентами – держателями подписки по итогам года стали около 100 тыс. человек.

Устойчивое развитие

М.Видео-Эльдорадо традиционно уделяет внимание теме устойчивого развития и ESG-повестке. В своей деятельности мы стремимся не только достигать успехов в бизнесе, но и соблюдать баланс коммерческих, социальных и экономических интересов.

Мы создаём такую среду для сотрудников, которая способствует их росту и развитию. В 2024 году 76% вакансий были закрыты внутренними кандидатами, а вовлечённость персонала составила рекордные 90,4%. Хотелось бы отдельно

отметить, что такие высокие показатели были достигнуты, в том числе благодаря нашей экосистеме технологичных решений для персонала в магазинах и подразделениях, занятых в области клиентского сервиса. Такой подход повышает эффективность внутренних HR-процессов и вовлечённость, стимулирует достижение сотрудниками высоких результатов.

В 2024 году активно развивались проекты, направленные на минимизацию негативного экологического воздействия бизнеса Компании. Достигнутые результаты вдохновляют: нашей программой по переработке бытовой техники и электроники уже охвачены 40% регионов и 50% магазинов сети, а объёмы сбора и переработки электронных отходов превысили 1,6 тыс. тонн. Сегодня М.Видео-Эльдорадо владеет самой большой в России инфраструктурой по сбору электролома и предоставляет услуги по вывозу техники из дома, сокращая свой углеродный след.

Новые векторы развития

На момент публикации настоящего Отчёта в М.Видео-Эльдорадо разрабатывается новая трёхлетняя стратегия, ключевые направления которой уже получили поддержку акционеров Компании – до конца мая 2025 года они направят 30 миллиардов рублей на её реализацию.

Мы ожидаем положительных изменений на рынке бытовой техники и электроники уже во втором полугодии 2025 года, что позволит реализовать накопленный отложенный спрос и приведёт к росту продаж. Мы активно инвестируем наши усилия в повышение маржинальности и сокращение неэффективных затрат, но, самое главное, переосмысливаем

стратегическое позиционирование и бизнес-модель компании. Наша цель – построение полноценной экосистемы продуктов и сервисов, объединяющей улучшенный клиентский опыт в рознице и онлайн, а также запуск новой линейки финтех-решений, дополняющих привычный для покупателей контур М.Видео-Эльдорадо.

Я выражаю благодарность Совету директоров, менеджменту и всем сотрудникам Компании за совместный вклад в достижение результатов 2024 года. Эти достижения стали возможными благодаря слаженной работе нашей команды профессионалов, чьи опыт, экспертиза и преданность делу являются залогом нашего роста и развития, а также сохранения лидерских позиций на протяжении многих лет.



С уважением,

Феликс Либ
Генеральный директор
ПАО «М.видео»

2.2. Обзор рынков

Макроэкономическая ситуация в России в 2024 году¹

[2-22]

По итогам 2024 года ВВП России показал рост на уровне 4,1% и составил более 200 трлн рублей, достигнув исторического максимума².

В 2024 году потребительская активность сохранялась на высоком уровне. Повышение внутреннего спроса на фоне недостатка производственных мощностей и ослабления условий внешней торговли вызвали увеличение цен и инфляции. Рост индекса потребительских цен по итогам года составил 9,5%. В конце 2024 года инфляционные ожидания населения России достигли 13,9%, что является максимальным значением с декабря 2023 года, также выросла наблюдаемая населением годовая инфляция и составила 15,9% – это максимум с февраля 2024 года³.

Для охлаждения роста объемов потребительского кредитования Банк России трижды за 2024 год повышал ключевую ставку, которая составила 21% по итогам года. Результатом

9,5% составил индекс потребительских цен по итогам года

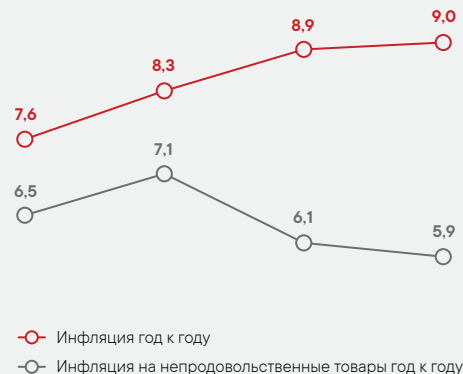
Банк России трижды за 2024 год повышал ключевую ставку, которая составила рекордные 21% по итогам года.

принятых мер стала стабилизация индекса потребительских цен в четвертом квартале 2024 года на уровне 9,0%, а значение инфляции на непродовольственные товары в том же квартале составило 5,9%.

Суммарный оборот розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению был на 6,4% выше уровня прошлого года. При этом оборот розничной торговли по итогам 2024 года увеличился на 7,2% год к году в реальном выражении, рост в непродовольственном сегменте составил 8,3%.

Рынок труда демонстрировал высокую устойчивость – наблюдался существенный рост заработных плат на фоне низкой безработицы. Среднегодовой уровень безработицы составил 2,5% по сравнению с 3,2% в 2023 году, обновив исторический минимум. По итогам отчетного периода⁴ номинальная заработная плата населения выросла на 17,8%, в реальном выражении рост составил 8,7%. Реальные денежные доходы населения по итогам 2024 года выросли на 8,4% год к году, ускорившись относительно 2023 года (+6,5%) и достигнув максимума в четвертом квартале – +8,6%. Реальные располагаемые доходы выросли на 7,3% по итогам года и на 4,1% по итогам четвертого квартала 2024 года.

Квартальные индексы потребительских цен и непродовольственной инфляции в 2024 году, %⁵



¹ Источник данных о макроэкономической ситуации в России в разделе: обзор Минэкономразвития России «О текущей ситуации в российской экономике»: https://economy.gov.ru/material/file/195754c7897bffc50dc164890f91407/o_tekushchey_situacii_v_rossiyskoy_ekonomike_itogi_2024_goda.pdf.

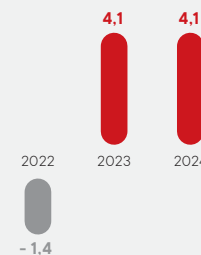
² Объем ВВП в 2024 году приведен согласно оценке Росстата от 7 февраля 2025 года, источник: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/254129>.

³ Источник: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/54940/Infl_exp_24-12.pdf.

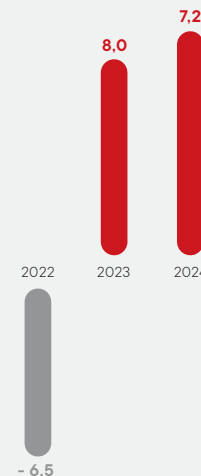
⁴ Январь – ноябрь 2024 года.

⁵ Источник: Росстат, Минэкономразвития.

Динамика ВВП, %



Динамика оборота розничной торговли, %





Динамика и основные тренды российского рынка бытовой техники и электроники

В 2024 году оборот розничной торговли в России составил 56 трлн рублей, показав положительную динамику год к году в размере 7%. При этом рынок non-FMCG¹ рос быстрее, увеличившись на 8% и опережая динамику рынка FMCG, рост которого составил 6%.

Около 40% денежного оборота бытовой техники и электроники приходилось на китайские бренды.

Бренды из России и стран СНГ показали положительную динамику доли. Увеличение продаж товаров отечественных брендов на рынке бытовой техники и электроники в Российской Федерации в 2024 году составило до 164% по сравнению с 2023 годом². При этом продолжался рост продаж собственных торговых марок ритейлеров.

Потребители с 2022 года адаптировались к новинкам торговых марок на рынке бытовой техники и электроники, продолжали позитивно реагировать на текущий ландшафт брендов и были готовы приобретать новые для себя марки, ориентируясь на качество, технические характеристики и цену. На протяжении 2024 года индекс потребительских настроений³ показывал позитивную динамику более 100%, что положительно сказалось на общей динамике реализации товаров на российском рынке.

¹ Продукция, не относящаяся к категории товаров повседневного спроса.

² По данным аналитического агентства GfK.

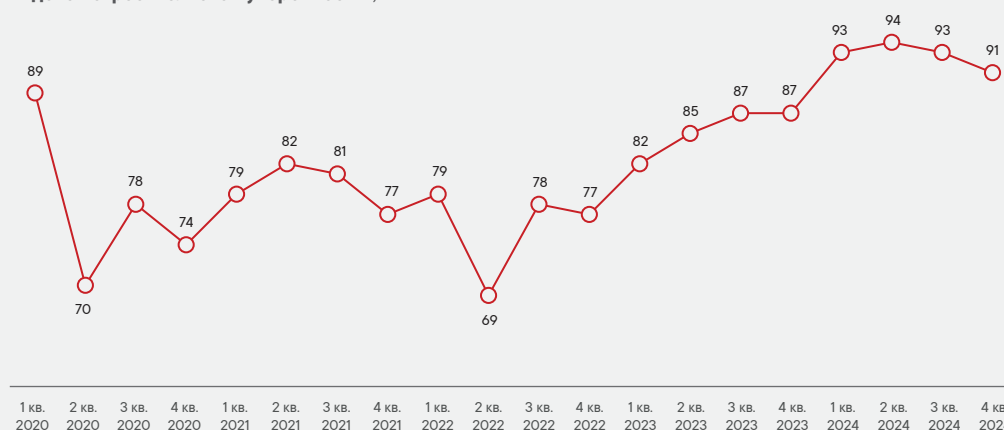
³ Информация представлена на основе аналитической оценки и внутренних данных Компании.

⁴ Источник: Росстат.

Структура и динамика рынка бытовой техники и электроники в денежном выражении³, %



Индекс потребительской уверенности⁴, %





На текущий момент все игроки рынка бытовой техники и электроники отмечают значительное охлаждение потребительского спроса, начавшееся с мая 2024 года: произошёл переход от потребления к накоплению.

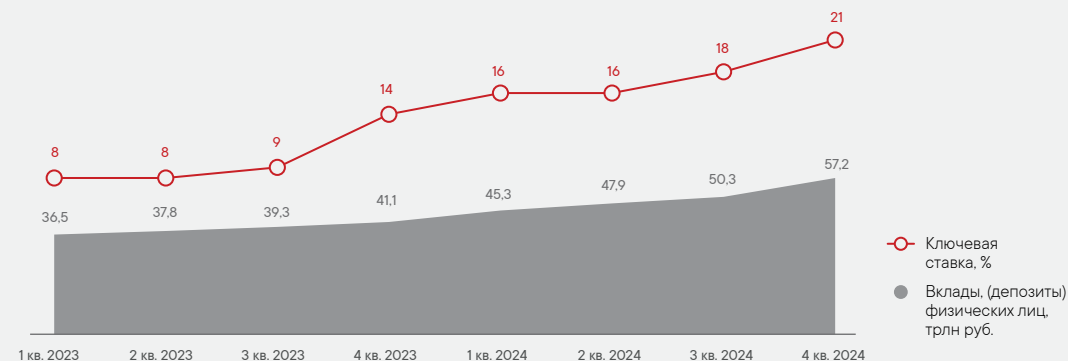
В первую очередь это связано с ростом ключевой ставки Банка России, привлекательными процентными ставками по депозитам и снижением объёмов банковского кредитования. Компания ожидает разворота ситуации уже во втором полугодии 2025 года, что приведёт к реализации накопленного отложенного спроса.

В 2024 году динамика оборота рынка бытовой техники и электроники составила 10% к предыдущему году. Ключевыми факторами позитивной динамики можно назвать рост доходов населения и индекса потребительских настроений, а также, как и в предыдущие годы, одним из таких факторов будет оставаться ценовая политика, а именно промокампании и акции, и развитие финансовых инструментов. М.Видео-Эльдорадо благодаря своим инициативам в данных направлениях, развитию обновлённой бизнес-модели готова поддержать тренд рынка и продолжить усиливать позиции.

Несмотря на то что основной поиск и выбор товаров происходят всё чаще онлайн, порядка 89% покупателей Компании М.Видео-Эльдорадо посещали розничные магазины М.Видео-Эльдорадо, чтобы забрать заказ, посмотреть товар и его возможности, получить консультации и дополнительные сервисы. Отчасти у покупателей наблюдался прагматичный подход к выбору и покупкам, сохранилась важность скидок и распродаж, при этом актуальными остались товары из верхнего ценового сегмента, включая премиальные, которые выбирают на более долгий срок за продвинутые характеристики, высокое качество и стильный дизайн. Одновременно наблюдался тренд усиления значимости качества приобретаемого товара, обеспечения гарантийного обслуживания купленной техники и осуществления ремонта и сервиса ранее приобретённой техники, в том числе за пределами гарантийного срока обслуживания. Это выгодно отличает Компанию М.Видео-Эльдорадо от онлайн-игроков, зачастую предлагающих товар ненадлежащего качества или не адаптированный к условиям российского рынка.

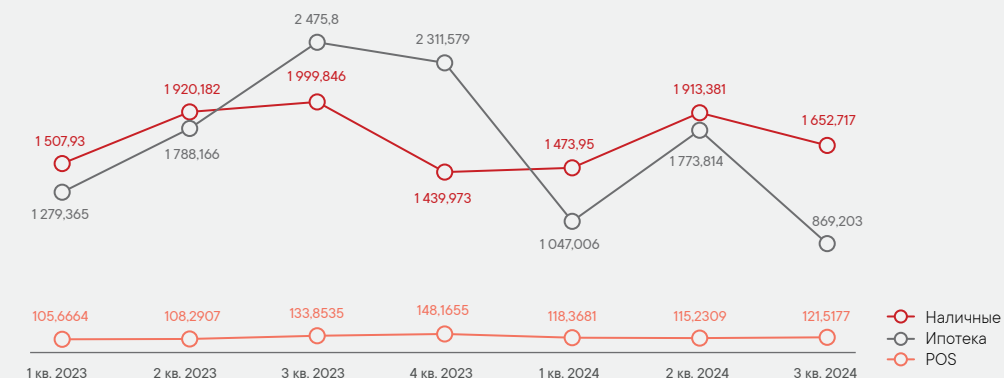
Динамика изменения ключевой ставки и объёма размещённых депозитов

Источник: Банк России.



Объём рынка потребительского кредитования, млрд руб.¹

Источник: Frank RG.



Рынок электроники

Телеком-сегмент с долей оборота рынка бытовой техники и электроники более 25% в 2024 году продолжил демонстрировать положительную динамику в денежном выражении – рост составил 5% относительно предыдущего года¹. Всего россияне купили 29,8 млн устройств на общую сумму 720 млрд рублей.

На позитивную динамику повлияли расширение ассортимента на рынке, в первую очередь за счёт увеличения присутствия китайских производителей, появление новинок и сохранение представленности товаров ушедших брендов за счёт эффективной работы механизма параллельного импорта.

По итогам 2024 года доля китайских производителей смартфонов достигла исторического максимума на российском рынке: почти 80% в количественном выражении и 50% — в денежном. Лидерами в количественном выражении на рынке стали такие бренды, как Xiaomi и Techno, третье место занял Samsung. В денежном выражении первое место по-прежнему удерживает Apple, в топ-5 также вошли Xiaomi, Samsung, Tecno и Honor. Отдельного внимания заслуживает бренд Huawei со своей операционной системой HMS, обладающей существенной гибкостью по установке и использованию любых Android-приложений. По итогам года бренд закрепился на восьмом месте

по обороту. Развитие ассортимента различными брендами под разнообразные потребности и расширение предложения в нише флагманов способствуют дальнейшему массовому проникновению ряда технологий и функций, включая ИИ.

В ответ на потребность пользователей в большей полезной области для потребления контента и решения повседневных задач производители продолжали делать ставку на устройства с большой диагональю. Запрос на большие дисплеи также отражает активно растущий спрос на складные смартфоны, размер экрана таких девайсов достигает 8 дюймов, что позволяет использовать их для решения различных задач на уровне планшетов.

Гибкие смартфоны продолжили эволюцию, становились технологически совершеннее и привлекали внимание всё более широкой аудитории, которая ищет в стильных девайсах с большим дисплеем новые эмоции, опыт и комфорт в решении повседневных задач или потреблении контента. В последние годы продажи такого класса устройств демонстрируют кратный рост, появляются новые игроки и расширяется выбор в обоих

В 2025 году можно прогнозировать продолжение конкуренции между китайскими брендами, которые расширяют модельный ряд устройств в популярных ценовых сегментах, включая премиальный.

~6,5 дюйма
составила средняя диагональ
смартфонов, как и годом ранее

формфакторах. Формат «книжка» занял около 60% от общего числа приобретённых россиянами гибких смартфонов, как и годом ранее.

Камеры в смартфонах также продолжили эволюционировать, их возможности являются одним из важных критериев при выборе девайса россиянами. Производители совершенствовали качество съёмки, дополняли камеры новыми функциями, увеличивали количество объективов в модулях, развивали коллаборации – например, с такими технологическими компаниями, как Leica, которые выводят камеры на новый уровень. В 2024 году более 60% приобретённых смартфонов имели одну фронтальную и три или четыре задние камеры. Около 2/3 смартфонов имеет основной модуль камер более 50 Мп.

Доля смартфонов с NFC-чипом в общих штучных продажах на рынке за год держалась на уровне 70%. Несмотря на блокировки банковских приложений в официальных магазинах, использование данной технологии оставалось достаточно важным фактором при выборе смартфона.

Из других актуальных рыночных тенденций выделяются более широкое внедрение производителями возможности быстрой зарядки устройств, а также увеличение интереса со стороны потребителей к смартфонам с большим объёмом встроенной памяти. Также популярностью

По итогам 2024 года доля китайских производителей смартфонов достигла исторического максимума на российском рынке: почти 80% в количественном выражении и 50% — в денежном.

пользовались устройства с большими объёмами оперативной памяти. Свыше 60% проданных смартфонов имели 8 Гб и более. Значительную положительную динамику продемонстрировали игровые устройства и аксессуары, которые выросли в количественном выражении на 10%, а в выручке прибавили 25% по сравнению с прошлым годом.

Также можно отметить фокус спроса потребителя на наушники с возможностью подключения по Bluetooth, доля которых составила около 80% в штучном выражении. Наиболее востребованным типом наушников оставались полностью беспроводные и автономные внутриканальные устройства True Wireless Stereo (TWS), занявшие около 70% от общего объёма. Увеличению их продаж способствовали восстановление покупательской активности, расширение ассортимента беспроводных аксессуаров, особенно в стартовом и среднем ценовых сегментах при демократизации производства, появление новинок и налаживание импортных процессов, популярность китайских брендов и развитие ключевыми производителями собственных экосистем электроники.

¹ По данным аналитического агентства GfK.



Компьютерная техника / офисное оборудование

Более трети оборота в данном сегменте приходилось на категорию ноутбуков, которая в 2023 году показала прирост оборота на 10%, в 2024 году тенденция к росту продолжилась. При этом Компания М.Видео-Эльдорадо сохранила сильные позиции, М.Видео-Эльдорадо продала каждый пятый ноутбук на российском рынке. Лидерами рынка в данной категории по количеству проданных товаров стали ASUS, на долю которого пришлось более 15%, Huawei и Lenovo, занявшие около 10% рынка.

Востребованным оставался ряд товаров периферии и средств печати, рост оборота продемонстрировали категории принтеров и МФУ – около 15% к прошлому году.

Можно отметить продолжающийся рост оборота в сегменте планшетов на рынке России: примерно на 10% в количестве и 20% в выручке к прошлому году. Лидером данной категории по количеству проданных товаров стал Huawei с 15% рынка. Следом идут Honor, Samsung и Redmi, каждый из которых занимал более 10% рынка.

Продолжили расширяться выбор и товарные запасы, усилилось влияние китайских брендов, которые предлагают широкий ассортимент, качественные

В целом в сегменте в 2024 году продолжился тренд на выбор товаров из среднего ценового диапазона, на которые приходилась почти половина спроса в денежном выражении, например ноутбуков и планшетов. Такая техника будет работать и сохранит свою актуальность дольше более экономичных аналогов, при этом функционал и производительность позволяют использовать их с комфортом на уровне премиальных моделей.

и технологичные устройства, а также привлекательные ценовые предложения. Потребители продолжили отдавать предпочтение большому объёму памяти, оценивать величину экрана, качество камер и производительность. Планшеты используются для просмотра видео, общения, игр, а также для обучения и работы как совместно с чехлом-клавиатурой и стилусом, так и отдельно. Большинство продаж в России в этом году заняли устройства с экраном более 10 дюймов (средняя величина экрана смартфона по стране составила 6,5 дюйма), продажи моделей с подключением только по Wi-Fi (около 50% в штуках) опередили девайсы с LTE, спрос активно развивался на модели с памятью 64 Гб и более 128 Гб.

Крупная бытовая техника

Сегмент крупной бытовой техники в денежном выражении показал рост более чем на 10% год к году. В количественном выражении он также прибавил около 10%.

Положительное влияние на динамику оказали отложенный спрос, развитие рынка жилой недвижимости, а также усиление активности и расширение ассортимента новых и уже знакомых потребителям брендов из Китая, Турции, а также из России и Беларуси, которые предлагают стабильное наличие товаров за счёт выстроенных логистических процессов или локального производства.

~3,5 млн

холодильников было продано в 2024 году на российском рынке по оценке М.Видео-Эльдорадо, что примерно на 5% больше, чем годом ранее

Объём рынка в денежном выражении составил более 145 млрд рублей, что на 10% превышает показатели 2023 года. Самыми продаваемыми брендами на российском рынке в штуках стали Haier, Indesit, Candy, Beko и «Атлант».

Продажи стиральных машин в целом по стране показали прирост более 15% в штуках и в деньгах – до 4 млн и свыше

120 млрд рублей соответственно. Покупатели отдавали предпочтение брендам Haier, Indesit, Beko, «Бирюса» и «Атлант».

Массовую популярность получили посудомоечные машины, которые заняли пятое место по обороту в данном сегменте товаров. Лидером среди брендов в количественных продажах стал Haier с 15%-й долей. При этом около половины проданных моделей этого бренда приходилось на М.Видео-Эльдорадо.

Штучные продажи посудомоечных машин на российском рынке увеличились на 5%, до более чем 1,2 млн шт. В денежном выражении объём увеличился на 10% и составил около 40 млрд рублей. Первое место в штуках занял Haier, второе – WEISSGAUFF, третье – Midea.

Продолжал расти спрос на индукционные варочные панели, более востребованной стала функция расширения зоны нагрева конфорок и запрограммированного включения/выключения. Также более популярными становятся интегрированные стирально-сушильные машины.

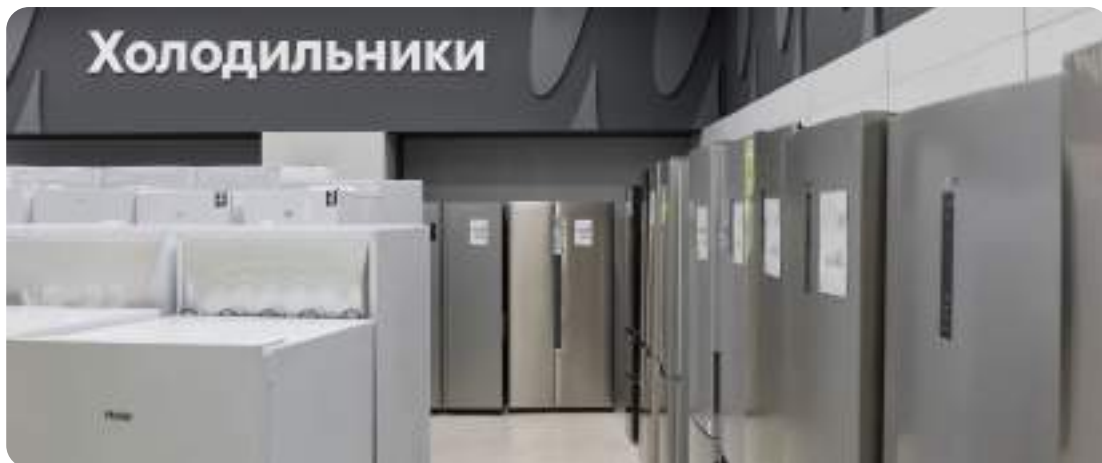
Премиальные технологии и функции становятся совершеннее и доступнее. В связи с этим в ответ на запрос потребителей на российском рынке появляется всё больше товаров среднего ценового сегмента с функциональностью более дорогих моделей.

По нашим оценкам, Компания М.Видео-Эльдорадо продаёт в среднем каждый третий крупногабаритный товар для дома и кухни, в сегментах выше среднего на долю М.Видео-Эльдорадо приходилось около половины рыночных продаж.

Малая бытовая техника

Сегмент малой бытовой техники продолжил показывать положительную динамику. Рост в денежном выражении в 2024 году составил 15%, в количественном – 5%.

Большинство категорий данного сегмента приросли в объёмах продаж к прошлому году. Особенно можно выделить рост оборота в категориях кофемашин и бритв – более 20%, средств по уходу за волосами – стайлеры выросли на 20% в обороте, фены – на 10%. Также выросли продажи электрических зубных щёток на 20%. Лидеры среди брендов в данном сегменте – Oral B, Revyline, Mijia.





ТВ и аудио / Бытовая электроника

В сегменте продаж ТВ и аудио локомотивом по-прежнему выступали телевизоры. Динамика этой категории показала 10% оборота к прошлому году. Около трети его приходилось на долю М.Видео-Эльдорадо.

Популярность цифровых сервисов, множество видеоконтента, расширение ассортимента телевизоров в различных ценовых сегментах, в том числе за счёт новых производителей, китайских брендов и СТМ, способствуют массовой популярности умных телевизоров.

Позитивное влияние на динамику спроса оказали расширение выбора в базовом и среднем ценовых сегментах, растущая доступность технологий, популярность видеоконтента и развитие контентных платформ. Около 20% от общего числа приобретённых россиянами телевизоров приходилось на телевизоры с голосовыми помощниками и контентными платформами от российских разработчиков (приложения для просмотра видео, развлечений, игр и пр.) – Яндексa или Сбера.

8 млн

телевизоров было приобретено россиянами в 2024 году (по оценке компании), при этом более 80% из них с поддержкой Smart TV.

В свою очередь, увеличение выбора качественного контента в сервисах и онлайн-кинотеатрах в высоком качестве, популярность домашних форматов досуга, включая гейминг, улучшение качества изображения производителями и уменьшение рамок в телевизорах оказали позитивное влияние на рост популярности телевизоров с разрешением 4K (Ultra HD) и диагоналями свыше 55 дюймов. Модели телевизоров 4K заняли более 50% от количества проданных на рынке, продажи моделей от 55 дюймов увеличились почти на 30%, при этом около половины проданных телевизоров приходилось на модели от 30 до 45 дюймов.

В 2023 году более явным стал тренд перераспределения спроса от прежних лидеров – корейских брендов – в сторону производителей из Китая, которые предлагают актуальные технологии в моделях от базовых до премиальных со стабильным наличием товаров и конкурентной ценовой политикой. Другая тенденция – расширение ассортимента и растущая популярность брендов из России и СНГ, в том числе СТМ. Россияне позитивно реагируют на новый ландшафт брендов и выбирают зачастую по характеристикам, цене, качеству сборки и изображения.

Лидерами по обороту телевизоров стали компании Haier, Samsung и Xiaomi.

Среди российских брендов можно выделить Яндекс, который стремится расширять ассортимент умных телевизоров, совершенствовать технологии и предложил уникальные для рынка модели с возможностями

своего голосового ассистента. Выбор представленных брендов продолжил расширяться, что повлияло на усиление конкуренции между производителями.

Также вырос спрос на элементы для организации умного домашнего пространства и колонки с голосовыми ассистентами – доля таких устройств достигла 95% среди продаж всех домашних колонок. Пик продаж традиционно пришёлся на четвёртый квартал, когда умные девайсы пользовались повышенной популярностью в период крупных распродаж и в преддверии новогодних праздников. Наиболее востребованными у россиян стали устройства с Алисой от Яндексa – более 80%. Распространению умных колонок способствуют выход новинок и развитие их возможностей, тренд на голосовое общение и растущая популярность экосистем и технологий умного дома, устройства для организации которого также показали существенный рост. В числе наиболее распространённых устройств – управляемые розетки, светильники, датчики движения, устройства для управления шторами, кондиционерами и телевизорами, камеры видеонаблюдения.

В 2024 году продолжался рост продаж в категории игровых консолей.

По оценке М.Видео-Эльдорадо, рынок в 2024 году составлял около 1,3 млн шт., при этом рост выручки в данной категории составлял примерно 30%. Основным лидером среди брендов – Sony: более трети проданных устройств приходится на долю этого бренда.



2.3. Стратегические приоритеты

В 2024 году наблюдалась высокая волатильность потребительского рынка бытовой техники и электроники, что отразилось на результатах деятельности Компании М.Видео-Эльдорадо.

В первой половине года наблюдался рост, который продолжил тенденцию 2023 года. К концу лета положительная динамика впервые за последние 30 лет¹ сменилась сокращением объёма рынка бытовой техники и электроники, несмотря на растущую инфляцию. Сокращение затронуло показатели продаж в денежном и количественном выражении, не изменив микс категорий, и было вызвано в основном охлаждением потребительского спроса на фоне выгодных банковских вкладов. В целом рынок бытовой техники и электроники вырос на 10% год к году.

Ключевыми драйверами изменений потребительского поведения стали:

- ▶ увеличение давления на свободные средства покупателей со стороны автомобильного рынка, который продемонстрировал двукратный рост год к году;
- ▶ рост объёма средств, размещаемых на депозитах;
- ▶ сокращение предложения на рынке потребительского кредитования в связи с ростом ключевой ставки и сокращением кредитных программ банками;

¹ По данным GFK.

- ▶ ужесточение регулирования качества кредитного портфеля, что снизило допустимую предельную долговую нагрузку для заёмщиков;
- ▶ сохранение высокой конкуренции среди маркетплейсов за доминирование на рынке и проникновение в различные товарные категории.

В 2024 году Компания М.Видео-Эльдорадо активно адаптировалась к новой рыночной ситуации. Основными целями М.Видео-Эльдорадо стали реализация антикризисного плана по повышению эффективности, утверждение и стабилизация обновлённой бизнес-модели, а также определение ключевых направлений дальнейшего роста и драйверов долгосрочной устойчивости.

Реализация стратегии

Мы нацелены на то, чтобы быть первым выбором для покупателей при покупке бытовой техники и электроники



Ассортимент, покрывающий 100% потребностей покупателей



Уникальный бесшовный опыт покупки в любой точке касания



Широкий набор финансовых инструментов



Сервисный центр М.Мастер по доставке, установке, обслуживанию и ремонту техники



Компания М.Видео-Эльдорадо позиционирует себя как Главного эксперта по технике и предоставляет клиентам возможность находить лучшие решения своих задач.



Ключевыми фокусами стратегического развития Компании в 2024 году стали основные элементы ценностного предложения.



Опыт покупателя

Ключевым фактором улучшения опыта покупателя в 2024 году стало объединение программ лояльности брендов «М.Видео» и «Эльдорадо». Это не только позволило клиентам использовать универсальные бонусные баллы в любом из магазинов, но и предоставило доступ к инфраструктуре и товарным запасам обоих брендов без ограничений – стало возможным получить товар, приобретённый в любом магазине одного из брендов Компании М.Видео-Эльдорадо.

Компания М.Видео-Эльдорадо первым из непродовольственных ритейлеров запустила программу подписки для своих клиентов М.Комбо, предоставляющую выгодный набор услуг и преимуществ, среди которых годовая подписка на медиасервисы, услуги бесплатной доставки и утилизации техники, поддержка клиентов 24/7, скидки на услуги М.Мастер и специальные условия при покупке товаров.

Компания М.Видео-Эльдорадо продолжила цифровизацию клиентского опыта за счёт совершенствования процессов в магазинах и цифровых точках касания, конвертируя процесс покупки товаров в позитивный опыт своих клиентов. В 2024 году наши усилия в этом направлении были отмечены исследованием уровня цифровизации розничных компаний фонда «Сколково», в котором Компания М.Видео-Эльдорадо была названа в числе лидеров¹.

См. разделы «Лучший клиентский опыт» и «Маркетинговые коммуникации»

Ассортимент

Компания М.Видео-Эльдорадо продолжает концентрироваться на формировании ассортимента, покрывающего 100% потребностей покупателей и обеспечивающего высокое качество товаров для любого клиента.

Ядро ассортимента составляют товары категории «М.Видео only», представленные в магазинах Компании М.Видео-Эльдорадо и включающие продукцию СТМ и эксклюзивные бренды. Компания М.Видео-Эльдорадо также обеспечивает доступность товаров параллельного импорта для покупателей, отдающих предпочтение известным брендам и новинкам рынка электроники. Товары, покрывающие особенные или редкие потребности клиентов, представлены предложением ЗР на собственном маркетплейсе Компании М.Видео-Эльдорадо.

Особое место занимает развитие премиальных предложений. По итогам 2024 года М.Видео-Эльдорадо являлась единственным федеральным ритейлером, предлагающим полный премиальный ассортимент техники в России. В отчётном году Компания открыла первую в стране мультибрендовую и мультикатегорийную М.Premium-зону в розничном магазине и запустила премиальное сервисное обслуживание.

Компания М.Видео-Эльдорадо имеет многолетнюю репутацию и имидж продавца товаров высокого качества, которые среди прочего поддерживает предоставление полноценной гарантии на все продаваемые позиции. Все предложения обновлённого ассортимента проходят тщательный отбор на предмет качества и надёжности.

Компания М.Видео-Эльдорадо также сохраняет фокус на представленности традиционных товаров – лидеров рынка, уже завоевавших любовь покупателей.

См. раздел «Управление ассортиментом»

Доступность

Компания М.Видео-Эльдорадо расширяет географическое присутствие и становится доступной более широкому кругу покупателей.

В 2024 году Компания М.Видео-Эльдорадо открыла 100 новых магазинов, из них 94 – инновационного компактного формата и 6 – полноформатных, увеличив их общее количество до 1 226 магазинов и выйдя в 25 новых городов.

Для увеличения доступности предложения Компания М.Видео-Эльдорадо использует альтернативные каналы продаж. Так, в 2024 году М.Видео-Эльдорадо более чем вдвое нарастила продажи на федеральных маркетплейсах, став тем самым более доступной как для своих клиентов, которым привычнее совершать покупки с помощью этих каналов, так и для новых клиентов.

См. разделы «Развитие розничной сети» и «Управление ассортиментом»

¹ <https://sk.ru/news/v-skolovo-nazvali-liderov-cifrovoj-transformacii-klientskogo-opyta-v-ritejle/>

Источник (исследование): <https://disk.sk.ru/index.php/s/wRiKlST4BAI14Eb>

Сервис

Помимо возможности приобрести товары сегмента бытовой техники и электроники, Компания М.Видео-Эльдорадо уделяет особое внимание поддержке клиентов после покупки на протяжении всего срока использования техники.

В 2024 году стратегическое направление сервисных услуг М.Мастер получило новое развитие. Были открыты сервисные центры на базе магазинов «М.Видео» в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Новосибирске. У клиентов Компании М.Видео-Эльдорадо появилась возможность осуществить ремонт любой техники прямо в магазине или силами мастеров на дому.

Во всех магазинах Компании М.Видео-Эльдорадо была запущена новая услуга выкупа и программа трейд-ин, позволяющая покупателям выгодно завершить жизненный цикл одного товара и приобрести новый в привычных для себя комфортных условиях.

Логичным продолжением услуги выкупа стала продажа восстановленной техники в магазинах Компании М.Видео-Эльдорадо, открывающая доступ к товарам, не всегда доступным по регулярной цене.

См. раздел [«Единый сервисный центр»](#)



Финансовые инструменты

Снижение барьеров для покупки стало основным направлением развития финансовых инструментов Компании М.Видео-Эльдорадо в отчетном году. Значительное снижение предложения на рынке потребительского кредитования не помешало Компании М.Видео-Эльдорадо предоставлять уникальную на рынке рассрочку на 24 месяца, делая доступными товары для покупателей без переплат.

В магазинах появилась возможность оформления кредитных и дебетовых карт ведущих банков, наравне со стандартными кредитными продуктами потребительского сектора.

В фирменном мобильном приложении был запущен модуль М.Деньги, который предлагает клиентам Компании М.Видео-Эльдорадо такие уникальные сервисы, как одобренный пополняемый кредитный лимит, возможность регулярной оплаты любых финансовых обязательств перед банками (в том числе и не связанных с операциями Компании М.Видео-Эльдорадо), а также займы наличными клиентам Компании с возможностью моментального вывода средств на карты клиентов.

См. раздел [«Финтех»](#)

Стратегия на 2025–2027 годы

В 2025 году менеджментом Компании М.Видео-Эльдорадо разработана и согласована с акционерами новая стратегия на ближайшие три года.

Она предполагает:

- ▶ открытие новых магазинов эффективного компактного формата параллельно с закрытием всех убыточных точек продаж;
- ▶ дальнейшее развитие онлайн-продаж (в том числе через углубление партнёрств с маркетплейсами и переформатирование части магазинов в шоурумы);
- ▶ экспансию в новые города присутствия;
- ▶ выход на рынки ряда стран СНГ;
- ▶ создание производств СТМ-техники, как собственных, так и с партнёрами из Китая и Республики Беларусь;
- ▶ расширение ассортимента предлагаемых товаров и услуг, в том числе за счёт развития сервисного направления М.Мастер и существенного увеличения количества предлагаемых клиентам финансовых продуктов.

Среди приоритетных задач менеджмента также будут повышение эффективности ИТ-инфраструктуры и дальнейшее совершенствование клиентского сервиса.

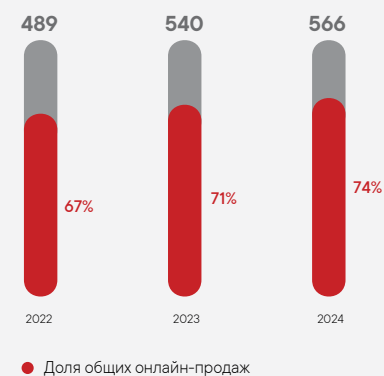
2.4. Операционные и финансовые результаты

Операционные результаты

По итогам 2024 года, несмотря на снижение покупательской активности во втором полугодии и переход населения от потребления к накоплению на фоне привлекательных ставок по депозитам в связи с ростом ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации, общие продажи GMV М.Видео-Эльдорадо показали сопоставимый с рынком рост и прибавили 5% год к году.

Общие продажи (GMV¹) М.Видео-Эльдорадо в 2024 году увеличились на 5%, до 566 млрд рублей. Общие онлайн-продажи² составили 74% от GMV Компании, показав рост на 9%, до 420 млрд рублей. Рост GMV обеспечен расширением ассортимента до 204 тыс. товаров, активным развитием продаж СТМ и эксклюзивных брендов, а также расширением географии присутствия за счёт открытия новых магазинов в 25 городах. Рост наблюдался за счёт расширения партнёрств с маркетплейсами и развития собственных каналов: сайтов и мобильных приложений брендов «М.Видео» и «Эльдорадо». Продажи ЗР на собственном маркетплейсе Компании выросли на 20%, до 19,3 млрд рублей (по сравнению с 16,1 млрд рублей в 2023 году).

Общие продажи (GMV), млрд руб.



● Доля общих онлайн-продаж

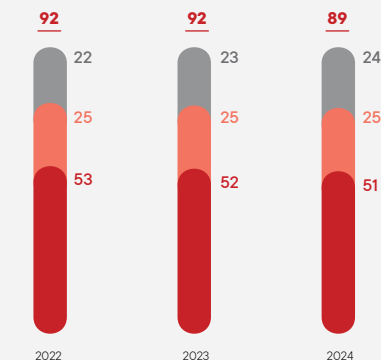
74%

доля онлайн-продаж в GMV²

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



Структура GMV по каналам выдачи, %



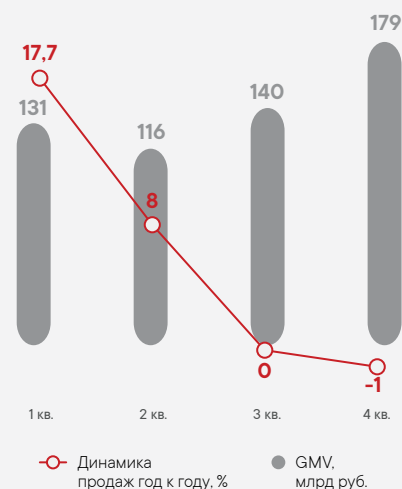
● Магазины
● Доставка на дом
● Самовывоз
— Доля заказов, выполненных с помощью розничной инфраструктуры

¹ Показатель GMV (gross merchandise value) включает покупки в розничных магазинах (в том числе заказы самовывозом), оплаченные и доставленные на дом онлайн-заказы, 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, совершённых за отчётный период. Показатель GMV не является выручкой.

² Общие онлайн-продажи Компании в соответствии с концепцией ONE RETAIL учитывают все продажи авторизованным клиентам через интернет, включая доставку на дом, самовывоз и продажи, зарегистрированные в магазинах через мобильное приложение продавца. На 31 декабря 2024 года продажи через мобильное приложение продавца были доступны только в магазинах «М.Видео».

В отчётном году доля кредитных продаж Компании в GMV¹ снизилась всего на 1,8 п. п., до 15,4%, несмотря на ужесточения регулирования кредитных портфелей со стороны Центрального банка Российской Федерации на фоне увеличения ключевой ставки в 1,5 раза, до рекордного уровня 21%, и сокращения кредитных программ банками. Все финансовые продукты, предлагаемые покупателям, Компания реализует через свою дочернюю компанию «Директ Кредит».

Динамика продаж в 2024 году по отношению к 2023 году



¹ Без учёта сторонних маркетплейсов, B2B и сервисно-логистических центров.

Компания привлекла 5 млн новых клиентов, увеличив клиентскую базу до 75 млн человек. Рост трафика в мобильном приложении покупателя составил 4%. Трафик, включая сайт, приложение и магазины, снизился на 13% в связи с общим охлаждением потребительского спроса на рынке.

Общие установки пользовательских мобильных приложений «М.Видео» и «Эльдорадо» составили 76,1 млн, увеличившись на 13% к прошлому году.

Ключевые факторы, повлиявшие на результаты 2024 года

- Положительная динамика продаж в первом полугодии была частично нивелирована охлаждением потребительского спроса на рынке бытовой техники и электроники, начавшимся в мае 2024 года, и ростом объёма средств, размещаемых на депозитах в силу привлекательных процентных ставок и снижения объёмов банковского кредитования.
- Рост доступного ассортимента на 7%, более чем до 204 тыс. наименований, стал результатом развития партнёрских отношений с существующими и новыми поставщиками, в том числе в рамках собственного маркетплейса. Компания дифференцирует предложение для покупателей за счёт эксклюзивно представленных товаров в сетях «М.Видео» и «Эльдорадо» – их доля, включая собственные торговые марки, достигла 22% (15% в 2023 году) от общих продаж Компании. Также продолжается рост продаж брендов из Китая, Турции, России, Беларуси и Узбекистана, в том числе за счёт увеличения спроса на такие бренды, как Сбер, Яндекс, Haier, Beko, Candy, Hisense, TCL, Thunderobot и Grundig.

- Развитие собственного финтех-направления с уникальными продуктами: рассрочка без первоначального взноса и переплат на срок до 24 месяцев, деньги на карту через оформление в мобильном приложении, POS-кредитование от разных банков с высоким уровнем одобрения. Охват программами расширенного ассортимента техники в совокупности с экспансией финтеха на внешний рынок позволил Компании нарастить долю на рынке POS-кредитования до 21,2% (+1,3 п. п. год к году) и сохранить лидерство на рынке POS-кредитования. Доля продаж Компании с применением различных вариантов рассрочки или кредита, характеризующихся в том числе более высоким средним чеком, составила свыше 15%.
- Привлечение 5 млн новых клиентов, что привело к увеличению клиентской базы до более чем 75 млн человек.
- Компания продолжила экспансию в ключевые регионы присутствия и вышла в 25 новых городов, открыв 100 магазинов «М.Видео», из них 94 – в новом эффективном компактном формате. На конец года количество торговых точек Компании М.Видео-Эльдорадо составило 1 226 магазинов. Всего уже работает более 150 компактных магазинов, открытых за последние два года. Они предполагают площадь 500–600 кв. м, что в среднем вдвое меньше, чем у магазинов с традиционной площадью (1–1,5 тыс. кв. м), при этом доступный для клиентов ассортимент (порядка 4,5 тыс. наименований, включая крупную бытовую технику) сопоставим за счёт расположения товаров ярусами, а объём инвестиций в открытие до трёх раз меньше при более высоком обороте с 1 кв. м. Компактный формат позволяет находить больше вариантов локаций, включая стрит-ритейл, а также развиваться в регионах, где Компания уже работает, и заходить в новые города с населением до 100 тыс. человек.

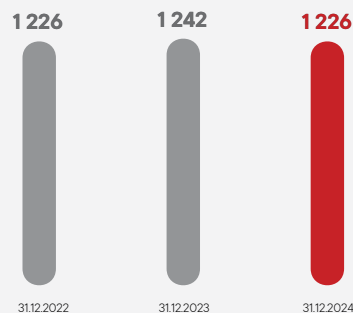


- ▶ В 2024 году Компания завершила объединение программ лояльности «М.Видео» и «Эльдорадо» под единым брендом M.Club. Это дало клиентам возможность копить и списывать бонусные рубли в любом из более чем 1,2 тыс. магазинов М.Видео-Эльдорадо, а также использовать функцию кросс-покупки. Теперь заказ можно забрать в любом удобном магазине, независимо от того, где он был оформлен: в «М.Видео» или в «Эльдорадо». Развитие омниканальной модели, объединяющей преимущества онлайн- и офлайн-каналов, что позволяет создавать удобный и бесшовный клиентский опыт. Такой подход помогает эффективно отвечать на изменения в потребностях рынка и укреплять позиции в сегментах бытовой техники и электроники.
- ▶ Запуск уникальных продуктов: подписки М.Комбо с набором сервисов и привилегий и партнёрские программы с другими брендами.
- ▶ В 2024 году была расширена услуга трейд-ин более чем до 3,5 тыс. моделей смартфонов, а также запущена услуга выкупа поддержанных смартфонов, охватывающая 15 брендов.
- ▶ М.Видео-Эльдорадо продолжила развитие сервисного направления и в 2024 году запустила 30 фирменных зон М.Мастер для оказания полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо» в восьми крупных городах России. Также в восьми магазинах «М.Видео» в шести городах (Москва, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Казань, Краснодар и Нижний Новгород) начались продажи восстановленной техники, которая отремонтирована специалистами М.Мастер или сдана клиентами в трейд-ин или в рамках услуги выкупа. В дальнейшем планируется расширение услуги на остальные сервисные зоны

М.Мастер. Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также осуществить ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в оперативном режиме, так и с выездом специалистов.

- ▶ М.Мастер – единый центр помощи клиенту в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», включающий доставку, установку, настройку, ремонт и другие услуги, которые можно заказать и онлайн, и в магазинах М.Видео-Эльдорадо. М.Мастер принимает для ремонта технику и электронику как купленную в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», так и приобретенную у сторонних продавцов.
- ▶ Запуск новых форматов обслуживания в магазинах: мультибрендовые зоны складных и раскладных смартфонов, премиальные зоны бытовой техники, моно- и мультибрендовые зоны премиальных смарт-часов.

Количество магазинов Компании М.Видео-Эльдорадо, шт.



Финансовые результаты

Основные финансовые показатели¹ Компании М.Видео-Эльдорадо по итогам 2024 года:

- ▶ выручка выросла на 4,0% год к году, до 451,6 млрд рублей;
- ▶ валовая прибыль снизилась на 0,5% год к году и составила 91,0 млрд рублей, при этом валовая маржа снизилась на 0,9 п. п., до 20,1%;
- ▶ показатель EBITDA снизился на 9,8%, до 37,7 млрд рублей, при этом маржа EBITDA сократилась на 1,27 п. п., до 8,3%;
- ▶ коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A) без учёта амортизации выросли на 6,9%, составив 54,7 млрд рублей или 12,1% от выручки;
- ▶ чистый убыток составил 20,1 млрд рублей;
- ▶ чистый долг составил 153,4 млрд рублей (+18,8 млрд по сравнению с 2023 годом), показатель «Чистый долг / EBITDA» составил 4,1х (3,2х на 31 декабря 2023 года).



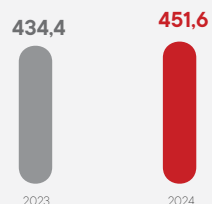
¹ Здесь и далее финансовые результаты Компании М.Видео-Эльдорадо представлены в соответствии с МСФО (IAS) 1 6, если не указано иное.

Выручка

Выручка М.Видео-Эльдорадо в 2024 году выросла на 4,0% год к году, до 451,6 млрд рублей, благодаря расширению ассортимента, инструментов и каналов продаж, а также открытию новых магазинов преимущественно компактного формата, несмотря на значительное охлаждение спроса на бытовую технику и электронику на рынке.

✓ Подробнее о драйверах роста выручки см. раздел «Операционные результаты»

Выручка, млрд руб.



Валовая прибыль

В 2024 году валовая прибыль снизилась на 0,5% год к году и составила 91,0 млрд рублей, валовая маржа сократилась на 0,9 п. п., до 20,1%. Негативный эффект оказал рост стоимости закупок товаров у поставщиков на фоне повышения стоимости финансирования под влиянием высокой ключевой ставки и давления ценовой конкуренции на рынке бытовой техники и электроники.

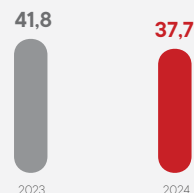
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (SG&A)

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо увеличила долю SG&A к выручке до 12,1% (+4,9 млрд рублей, или +0,6 п. п. от выручки год к году). Ключевыми факторами роста операционных расходов стали возросшие комиссионные затраты, расходы на персонал, банковские услуги, а также рост складских платежей на фоне расширения географии присутствия и открытия новых магазинов компактного формата.

EBITDA

Показатель EBITDA Компании по итогам 2024 года составил 37,7 млрд рублей. Маржа EBITDA снизилась на 1,27 п. п. год к году и составила 8,3% вследствие увеличения себестоимости и доли операционных расходов к выручке.

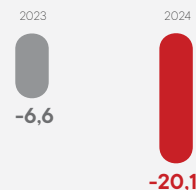
Показатель EBITDA, млрд руб.



Чистая прибыль / убыток

Чистый убыток Компании по итогам 2024 года составил 20,1 млрд рублей, что связано с последствиями жесткой денежно-кредитной политики Центрального банка Российской Федерации и существенным ростом процентных расходов, включая проценты по аренде.

Чистый убыток, млрд руб.

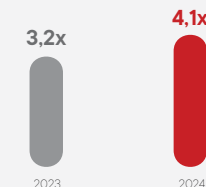


Долговая нагрузка

Чистый долг М.Видео-Эльдорадо по итогам отчетного периода составил 153,4 млрд рублей, что сопоставимо с показателем 2022 года. Все долговые обязательства Компании номинированы в рублях.

В результате соотношение «Чистый долг / EBITDA» на 31 декабря 2024 года составило 4,1х по сравнению с 3,2х на 31 декабря 2023 года.

Чистый долг / EBITDA



✓ Аудированная консолидированная финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) за 12 месяцев, закончившихся 31 декабря 2024 года, размещена на [корпоративном сайте Компании](#) [2-4]



Предлагаем лучший сервис

[2-6]

Мы поддерживаем клиентов
на всех этапах покупательского опыта:
от выбора и оплаты до доставки
и сервисного обслуживания.

76,1 [↑] **МЛН
УСТАНОВОК**
мобильных приложений
«М.Видео» и «Эльдорадо»

>30 [↑]
зон по обслуживанию
и ремонту техники М.Мастер



3.1. Развитие розничной сети

В отчётном году М.Видео-Эльдорадо сосредоточилась на усилении эффективности своего портфеля магазинов, при этом продолжив реализацию программы региональных открытий.

В рамках согласованного на 2024 год плана развития сети Компания открыла 100 магазинов в основном инновационного компактного формата и вышла в 25 новых городов России. Темпы экспансии были увеличены во второй половине года: за первое полугодие было открыто 38 магазинов, во втором полугодии – 62. Помимо открытия новых магазинов, для повышения эффективности сети были закрыты десятки неэффективных торговых точек – оптимизация в основном затронула магазины «Эльдорадо», которые находились рядом с магазинами «М.Видео».

При разработке программы открытий Компания использует собственную экономическую модель, основанную на анализе нескольких типов данных: рассматривает потенциально интересные локации, отслеживает строящиеся торговые пространства, использует конкурентный анализ. Скрупулёзный подход позволяет делать выбор в пользу площадей, которые отвечают запросам Компании и будут удобны для покупателей.

1 226

розничных объектов – от Калининграда до Камчатки насчитывала сеть М.Видео-Эльдорадо на конец 2024 года

Инфраструктура розничных магазинов по-прежнему остаётся центром омниканального опыта и ключевым местом совершения заказов клиентами – на неё отводится около 89% всех заказов. Для покупателей М.Видео-Эльдорадо важны доступность, удобство и высокая скорость обслуживания, что делает магазины Компании первым выбором для удовлетворения их потребностей в качественной технике. Розничные магазины зачастую выступают в роли шоурумов, где покупатели могут посмотреть товар в работе, оценить его дизайн, возможности и тактильные ощущения, получить экспертную консультацию в личной беседе со специалистом и после этого принять решение о покупке.

В течение 2024 года компактная концепция магазинов существенно превзошла наши ожидания по росту ключевых показателей в сравнении с традиционными магазинами. Открытые магазины нового формата демонстрируют высокие показатели по товарообороту, полностью окупают свои расходы в течение короткого времени и показывают хорошую доходность.

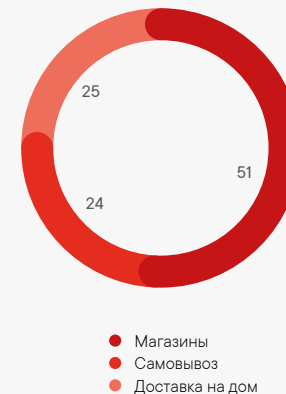
~75%

всего ассортимента сосредоточено в рознице, что позволяет М.Видео-Эльдорадо удовлетворять спрос покупателей «здесь и сейчас»

В рамках пилотного проекта в 2024 году Компания открыла несколько магазинов суперкомпактного формата под брендом «М.Видео» площадью 350–450 кв. м и объёмом ассортимента до 3,5 тыс. товарных наименований.

В 2025 году Компания планирует продолжить открытие новых торговых точек преимущественно компактного формата, а также реализацию программы по оптимизации неэффективных магазинов.

Структура общих продаж по выполнению заказов в 2024 году, %



Магазины компактного формата «М.Видео»

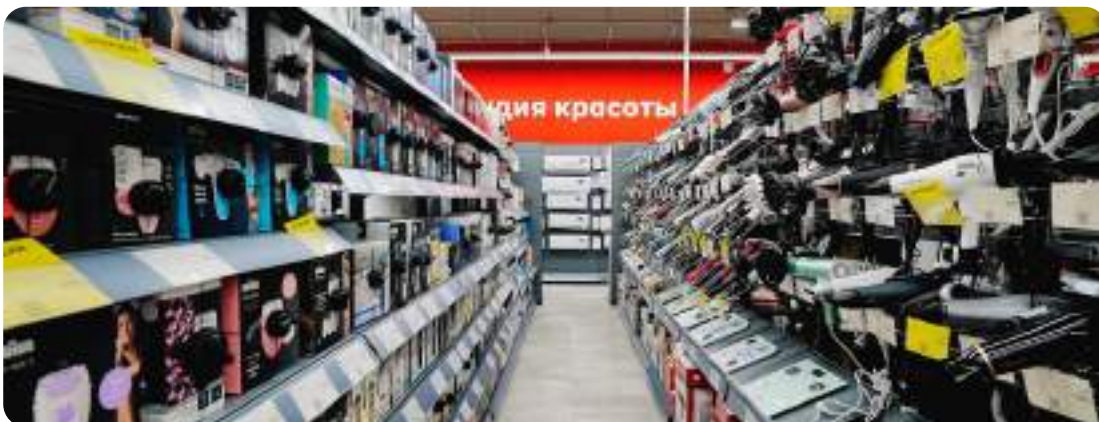
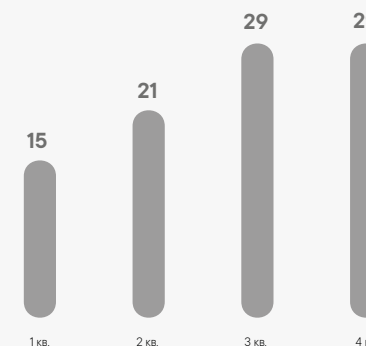
В 2024 году Компания М.Видео-Эльдорадо продолжила фокусироваться на открытии магазинов «М.Видео» компактного формата. Количество новых открытий составило 100 точек, из них магазинов компактного формата – 94, полноформатных – шесть по итогам года. Темпы открытия достигли максимального уровня в третьем и четвертом кварталах, составив 29 точек в каждом квартале.

Формат компактных магазинов позволяет Компании достаточно гибко подходить к расширению физического присутствия, а также обеспечивает дополнительные возможности и локации для выбора торговых площадей, ориентируясь на удобство для клиентов, показатели трафика и наиболее выгодные предложения от арендодателей.

Данный формат позволяет находить больше вариантов локаций, включая стрит-ритейл, а также развиваться в регионах, где Компания уже работает, и заходить в новые города с населением до 100 тыс. человек. В компактной концепции сохранено около 4,5 тыс. (или 70%) наименований ассортимента стандартного магазина «М.Видео» при уменьшении площади почти вдвое, до 500–600 кв. м. Такие магазины также требуют вдвое меньше инвестиций на открытие за счёт более эффективного подхода к дизайну и выкладке. В магазинах используется вертикальное торговое оборудование, которое позволяет на нескольких ярусах презентовать большее количество товаров на метр торговой площади, включая даже крупногабаритную технику.

Несмотря на компактность, данный формат предоставляет покупателям привычный набор сервисов, услуги и консультации, а также возможность получить онлайн-заказ в срок от 15 мин.

Открытие магазинов компактного формата в 2024 году, шт.





Развитие пространств магазинов

М.Видео-Эльдорадо традиционно развивает свои магазины в качестве мест знакомства с технологиями, брендами и новинками.

С появлением на рынке большого числа новых брендов концепция шоурумов и фирменных зон является особенно актуальной и даёт покупателям возможность оценить преимущества новинок или даже целых экосистем.

Компания М.Видео-Эльдорадо обладает глубокой экспертизой, масштабной инфраструктурой, развитыми каналами продаж, широким набором инструментов продвижения и базой лояльных платёжеспособных покупателей, что помогает новым брендам успешно выходить на рынок России.

Вместе с партнёрами-производителями М.Видео-Эльдорадо развивает розничные пространства за счёт нестандартных конструкций и выкладки, чтобы взаимодействие с товарами было полезным и позволяло посетителю получить новый опыт и положительные эмоции, а бренду в полной мере заявить о себе на рынке и усилить позиции за счёт стимуляции спроса.

Фирменные бренд-зоны в среднем занимают 10–15 кв. м, имеют уникальный дизайн вендоров и дополнительный персонал с высокой экспертизой, что позволяет более комплексно подходить к задачам бренда и вовлечению

покупателей. В среднем продажи бренда в магазинах с фирменным пространством оказываются на 20% больше, чем в аналогичных точках без таких зон.

В 2024 году в магазинах Компании было реализовано более 3 тыс. вендорских инициатив. В электронике появились зоны брендов Xiaomi, Honor, TCL и ряда других торговых марок. В бытовой технике продолжает интеграцию ведущий производитель Midea. Развивает пространства и демонстрирует собственные новшества компания Hisense, в том числе с эксклюзивно представленными в М.Видео-Эльдорадо телевизорами Toshiba, а также бытовыми товарами от Gorenje.



Магазины М.Видео-Эльдорадо сегодня

Посещение офлайн-магазинов остаётся для клиентов важным шагом при принятии решения о покупке бытовой техники и электроники. Наш статус Главного эксперта по технике и возможность живого общения с консультантами магазина ценится покупателями и позволяет магазинам сохранять свою востребованность.

Магазины М.Видео-Эльдорадо одновременно являются:

- ▶ классическими магазинами бытовой техники и электроники;
- ▶ пространствами, где можно посмотреть последние новинки гаджетов и получить экспертную консультацию от профессиональных консультантов;
- ▶ самоокупаемыми ПВЗ, где уже через 15 мин можно получить интернет-заказ по широкому товарному ассортименту;
- ▶ сервисными центрами по ремонту; и обслуживанию техники;
- ▶ зонами приёма техники в трейд-ин и для выкупа;
- ▶ точками продажи восстановленной техники;
- ▶ точками сбора батареек и других опасных отходов для последующей переработки или утилизации.

Всё это даёт нам возможность выгодно отличаться от конкурентов и предлагать клиентам эксклюзивные сервисы.

Среди других брендов, представленных в М.Видео-Эльдорадо, расширяют своё присутствие Smeg, Krups, Sber, Яндекс, VK и др. В категории ТВ открываются выделенные зоны от марки TCL.

Как Главный эксперт по технике, мы первыми в ритейле создали мультибрендовые зоны складных и раскладных смартфонов. Это позволило Компании занять первое место на премии POPAI Russia в номинации shop-in-shop со стендом FLIP FOLD. В магазинах М.Видео-Эльдорадо можно ознакомиться со всеми брендами – производителями flip- и fold-смартфонов в одном месте в специальной зоне.



В 2024 году М.Видео продолжила наращивать свои позиции на рынке продаж премиальной бытовой техники и электроники и стала открывать отдельные зоны M.Premium – проект М.Видео-Эльдорадо, в котором клиенту предоставляется комплексный сервис по премиальной технике, включающий в себя консультацию, презентацию продукта и его последующее обслуживание.

Первая зона M.Premium была открыта в магазине «М.Видео» в ТЦ «Метрополис». Она поделена на основные бытовые тематики, в ней проводятся мастер-классы для более глубокого знакомства покупателя с техникой и ее ключевыми характеристиками.

В зоне, которая оформлена в виде меблированной квартиры, представлена техника премиальных марок, таких как Bertazzoni, Kuppersbusch, Smeg, Miele, Liebherr, Asko, WMF, LauraStar, Casarte и других брендов.

M.Game

Сообщество М.Видео-Эльдорадо для геймеров, где освещаются новости игровой индустрии с анонсами акций и новых релизов.

В 2024 году был запущен канал в «Телеграме», в котором освещаются события игровой индустрии, старты продаж новинок и игровых мероприятий. Также M.Game принял участие в офлайн-выставке игровой индустрии Red Expo 2024 – самом крупном офлайн-ивенте прошедшего года.



Кобрендинговые магазины

Розничная сеть Компании нарастила число кобрендинговых магазинов «М.Видео-Эльдорадо», созданных на базе магазинов «Эльдорадо» и усиленных брендом «М.Видео». Такие магазины объединяют для покупателей конкурентные преимущества обоих брендов в одной локации: сервисы и услуги, единый доступ к бонусным программам, промоакциям и стоку. Кобрендинговые магазины демонстрируют стабильно более высокий рост продаж в сравнении с классическими магазинами «Эльдорадо». Таким образом, бренд «М.Видео» обогащает потенциал бренда «Эльдорадо», позволяет привлечь дополнительный трафик и новых покупателей.

Объединение сервисов онлайн

Для удобства покупателей мы объединили возможности получения товаров с помощью сервиса самовывоза при совершении онлайн-заказов – покупатели сайтов «М.Видео» и «Эльдорадо» могут получать заказы в любом магазине сети М.Видео-Эльдорадо. Мы осуществили интеграцию различных CRM и торговых решений, что позволило сайту «Эльдорадо» получать актуальную информацию о состоянии локальных запасов и наличии нужных товаров в «М.Видео» в режиме реального времени.

157

общее количество кобрендинговых магазинов «М.Видео-Эльдорадо» на конец 2024 года, из них 93 было трансформировано в 2024 году, что на 72% больше, чем в 2023 году.



М.Мастер

М.Мастер – единый центр помощи клиенту в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», включающий доставку, установку, настройку, ремонт и другие услуги, которые можно заказать как онлайн, так и в магазинах сети М.Видео-Эльдорадо.

Компания продолжила развитие сервисного направления в 2024 году и запустила 30 фирменных зон М.Мастер для оказания полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо» в восьми крупных городах России. Также в восьми магазинах «М.Видео» в шести городах (Москва, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Казань, Краснодар и Нижний Новгород) были запущены продажи восстановленной техники, которая отремонтирована специалистами М.Мастер или сдана клиентами в трейд-ин или в рамках услуги выкупа. В дальнейшем планируется расширение услуги в других городах и на остальные сервисные зоны М.Мастер. Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также осуществить ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в режиме «здесь и сейчас», так и с выездом специалистов.

Подробнее о развитии сервисного направления см. в разделе [«Единый сервисный центр»](#)

3.2. Управление ассортиментом



М.Видео-Эльдорадо реализует гибкий подход в управлении ассортиментом, что позволяет неизменно предлагать покупателям максимально широкий выбор качественной и доступной техники, которая необходима для комфортной жизни, работы, учёбы и отдыха.

Для развития ассортимента в 2024 году Компания продолжила расширять сотрудничество с производителями и дистрибьюторами, а также выводить на рынок новых игроков с особым вниманием к качеству, надёжности и оригинальности брендов. Наиболее активный рост показали бренды из Китая, Турции, России и стран СНГ.

Работая с ассортиментным предложением, мы не только «наполняем полку», но и представляем новейшие продукты и технологии на российский рынок: от бюджетных моделей до люксовых категорий. В условиях наводнения рынка поддельными товарами М.Видео-Эльдорадо предоставляет покупателям уверенность в качестве представленной техники, а также предлагает высокий уровень сервисного обслуживания.

В отчётном году Компания М.Видео-Эльдорадо успешно и стабильно обеспечивала россиян нужной техникой в соответствии с их запросами. Общее количество SKU,

>1,6 тыс.

позиций – ассортимент
восстановленных товаров по итогам
2024 года

представленных в магазинах и онлайн-каналах продаж Компании, выросло до рекордного уровня – более чем 200 тыс. наименований.

В целях обеспечения эффективного процесса планирования ассортимента в Компании функционирует коммерческо-логистическая платформа (более подробно см. раздел [«Цифровые разработки в логистике»](#)), позволяющая анализировать большие массивы данных. Мы также используем технологии искусственного интеллекта для оценки поведения покупателей, формирования ассортимента и персонального оффера для клиента.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо вышла на перспективный рынок продаж восстановленной техники. Клиенты могут воспользоваться услугой трейд-ин и сдать смартфоны десятков различных брендов, а затем приобрести любой товар с гарантией качества в розничных магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо». Развивая направление продаж восстановленной техники, в конце отчётного года Компания также запустила услугу выкупа смартфонов 15 различных брендов.

до 25%

снизилась доля собственных импортных закупок М.Видео-Эльдорадо по сравнению с 29% годом ранее за счёт расширения ассортимента на внутреннем рынке

>200 тыс. SKU





Дифференцирующий ассортимент

Ключевым преимуществом М.Видео-Эльдорадо является эксклюзивный ассортимент, который выгодно дифференцирует Компанию на рынке. Уникальные товары, представленные исключительно в магазинах Компании, позволяют нам предлагать расширенный выбор потребителям, готовым попробовать новое и заинтересованным в возможностях, предоставляемых эксклюзивным ассортиментом качественной техники и электроники.

Доля уникального для рынка ассортимента, включая собственные торговые марки (СТМ), бренды, линейки и товары, представленные только в магазинах М.Видео-Эльдорадо, выросла с 15% в 2023 году до 21% по итогам 2024 года.

>1,8 тыс.

наименований насчитывает портфель товаров «М.Видео only»

21%

доля дифференцирующего ассортимента в обороте в 2024 году

103

SKU новинки СТМ были запущены в 2024 году

Для удовлетворения спроса на базовую бытовую технику и электронику М.Видео-Эльдорадо производит продукцию под СТМ, которая продолжает пользоваться высоким спросом среди наших покупателей. Ассортимент СТМ в отчётном году расширился тремя категориями: климатическая техника, товары по уходу за одеждой и аксессуары для компьютеров. Компания серьёзно подходит к вопросам качества продукции и её упаковки. Продукция СТМ отличается уникальным дизайном и оптимальна по соотношению цены и качества.

Отдельное внимание Компания уделяет формированию привлекательного предложения в части премиального сегмента. М.Видео-Эльдорадо развивает программу М.Premium, которая призвана обеспечить наличие люксового товара в сети, а также предложить покупателям качественный сервис, приоритетную доставку товара, специальные условия по установке и послепродажное сопровождение.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо привлекла большое количество новых партнёров для увеличения доли дифференцирующего ассортимента. Основной ассортимент был дополнен четырьмя категориями и по итогам отчётного года предлагал 2,5 тыс. SKU от партнёров.

Заключение новых партнёрств позволяет Компании поддерживать широкий выбор необходимой бытовой техники в условиях ухода ряда крупных мировых производителей с российского рынка. Пример развития нового ассортимента, дифференцирующего М.Видео-Эльдорадо на рынке в 2024 году, – Casarte, Machcreator, Hotpoint.





Развитие партнёрств с брендами

М.Видео-Эльдорадо выстраивает долгосрочные и взаимовыгодные отношения с партнёрами. В 2024 году Компания привлекла большое количество новых партнёров как в рамках прямых закупок, так и в формате маркетплейса для обеспечения востребованного ассортимента в рознице и на онлайн-площадках.

Мы отмечаем рост значимости ритейлеров как ключевых посредников в знакомстве потребителей с новыми брендами. М.Видео-Эльдорадо активно рекомендует только те марки, которые соответствуют высоким стандартам качества и вызывают доверие. Сочетание собственной экспертизы в закупках и партнёрских товаров позволяет Компании

Как омниканальный игрок, М.Видео-Эльдорадо даёт новым на рынке брендам вариативность и разнообразие в способах продвижения: на мобильной платформе, сайте, в магазинах и шоурумах с вовлечёнными консультантами и внутренними рекламными инструментами.

гибко управлять ассортиментом и закрывать все потребности покупателей в качественной технике от проверенных производителей.

Компания расширила выбор брендов в целом и представленность эксклюзивных товаров относительно 2023 года, при этом в ассортименте стало гораздо больше неевропейских брендов, которые нарастили свою долю в ряде категорий до 68% по сравнению с 12% годом ранее. В 2024 году мы расширили представленность известных брендов, таких как Samsung, Rowenta, Philips (увеличение количества представленных брендов на полках магазинов сети достигает 262% по сравнению с 2023 годом), также помогли вывести на рынок новых производителей – Red Square, Lorgar, Soundcore и др.

При этом сохранился интерес потребителей к премиальной технике, что способствовало активному развитию в Компании направления М.Premium – продукции в рамках новых партнёрств, например с Casarte, а также импорта ушедших с рынка премиальных брендов: Bertazzoni, Kuppersbusch, Smeg, Miele, Liebherr, Asko, WMF, LauraStar и др.

В М.Видео-Эльдорадо также продолжилось развитие партнёрств с наиболее востребованными брендами в категориях повышенного спроса. Так, в сегменте смартфонов существенно усилили позиции и расширили выбор продукции Huawei, Realme, vivo, OPPO и ряд других китайских брендов. В бытовой технике партнёрами, значительно усилившими свои позиции, стали Haier, Candy, Midea, Gorenje и Hisense. Доля импорта в общем объёме продаж М.Видео-Эльдорадо по итогам 2024 года составила 26%, что отражает эффективно выстроенную и отлаженную цепочку поставок и логистики. Достигнутая доля импорта является для Компании оптимальной и позволяет предлагать широкий ассортимент техники во всех ценовых сегментах и эксклюзивные для рынка решения.

Около трёх лет назад свыше 50% оборота М.Видео-Эльдорадо приходилось на три ключевых бренда техники: Apple, Samsung и LG. Сегодня рынок демонстрирует разнообразие и насыщение новыми игроками, включая китайские марки, такие как Haier, Hisense, TCL, Huawei, Realme, OPPO и многие другие, турецкие бренды Besci, Grundig, Candi, российские бренды Яндекс, Sber, IRU, Digma, Sunwind, Ballu, которые успешно завоёвывают свою долю и привлекают внимание потребителей. Клиенты становятся более восприимчивыми к инновациям и готовы к покупке данного ассортимента.



Развитие ассортимента по модели ЗР¹

М.Видео-Эльдорадо использует технологии маркетплейса для расширения своего ассортимента. Предложения партнёров дополняют ассортимент как в основных категориях техники и электроники, так и в сопутствующих товарах, привлекая дополнительную аудиторию и усиливая экспертный статус М.Видео-Эльдорадо. Формат ЗР позволяет гибко реагировать на потребности покупателей без создания собственных запасов и финансовой нагрузки.

В 2024 году Компания вдвое увеличила логистическую инфраструктуру для поставщиков собственного маркетплейса за счёт расширения зон хранения ЗР-ассортимента. На сегодняшний день она состоит из объектов в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске и Самаре.

На сайтах и в мобильных приложениях «М.Видео» и «Эльдорадо» представлено около 900 поставщиков, что позволяет существенно расширить ассортимент предлагаемых товаров. Это создаёт удобные условия для покупателей, которые могут найти нужный товар и удовлетворить свою потребность в режиме реального времени.

Мы стремимся поддерживать высокое качество, поэтому обеспечиваем соответствие товаров нашим категориям, а также работаем только с прозрачными и надёжными поставщиками. Меры по контролю качества и оригинальности товаров прозрачны для всех сторон и включают строгую модерацию всех позиций, внутреннюю проверку поставщиков, сертификатов качества и таможенных деклараций. Такой подход позволяет нам предлагать клиентам только тщательно отобранный ассортимент и быть уверенными в его качестве и надёжности.

Ассортимент включает как привычные, так и комплементарные категории: электроинструменты, товары для сада, спорта и здоровья, электронные игрушки, камины, товары для авто.

М.Видео-Эльдорадо обеспечивает продавцам многомиллионную лояльную аудиторию, предлагает конкурентные комиссии, разнообразные форматы сотрудничества, выгодные условия хранения и взаиморасчётов, разветвлённая ИТ-инфраструктура обеспечивает удобство ведения бизнеса. Развитая розничная сеть обеспечивает единые условия по обмену и возврату, а также фирменные сервисные услуги. М.Видео-Эльдорадо также гарантирует качественные услуги по доставке крупногабаритного товара.

Поставщики могут хранить свои товары как на нашем складе, так и осуществлять прямую доставку по адресу покупателя, и мы внимательно отслеживаем все этапы этого процесса. Продавцам доступны различные механизмы продвижения

<10%

составила доля продаж, приходящаяся на поставщиков, в 2024 году

в рамках федеральных промоакций, а также широкие рекламные возможности, включая баннерную рекламу на сайте и indoor-рекламу на цифровых поверхностях в магазинах. Помимо онлайн-витрины, Компания предлагает продавцам уникальную возможность демонстрации товаров на полках магазинов «М.Видео» и «Эльдорадо». Омниканальный формат позволяет покупателям принять решение о приобретении товара на основе личного опыта и консультаций, а продавцам – напрямую взаимодействовать с аудиторией и расширять инструменты продаж. В 2024 году такой возможностью воспользовалось 75 поставщиков. За год продажи товаров, представленных одновременно на полках и онлайн, выросли в 2,5 раза.

Мы также уделяем внимание клиентскому опыту наших поставщиков. Коммерческая команда М.Видео-Эльдорадо проводит глубокие исследования уровня удовлетворённости поставщиков по модели Customer Journey Map (CJM). Мы выявляем аномалии и совместно с профильными подразделениями определяем возможности для улучшения и роста.

~1/3 ПАРТНЁРОВ

субъекты малого бизнеса в 2024 году

Личный кабинет поставщика

Все необходимые этапы взаимодействия с контрагентами проходят в личном кабинете поставщика. Это отдельный сервис, призванный помочь нашим партнёрам работать с базой данных каталога М.Видео-Эльдорадо, создавать карточки товаров, обновлять цены, управлять стоком, участием в акциях и бонусных программах, а также вести переписку с ответственными менеджерами по всем возникающим вопросам.

Помимо поставщиков, в личном кабинете работают все специалисты Компании, связанные с партнёрами: сотрудники поддержки и логистики, специалисты по онбордингу и работе с претензиями.

В личном кабинете поставщику доступны:

- ▶ регистрация и принятие оферты;
- ▶ передача квот;
- ▶ передача цен товаров;
- ▶ управление участием в ценовых акциях;
- ▶ получение базовой отчётности;
- ▶ формирование заказа.

В отчётном году Компания продолжила сотрудничество с продавцами из стран ближнего зарубежья, в результате которого на нашем собственном маркетплейсе стали доступны электроника и бытовая техника напрямую от продавцов из стран СНГ.

¹ ЗР (third parties) – модель работы, при которой продавцами товаров выступают сторонние компании.



Сотрудничество со сторонними маркетплейсами

М.Видео-Эльдорадо сохраняет курс на развитие лучшего бесшовного клиентского опыта во всех клиентских каналах – как собственных, так и внешних. Компания успешно сотрудничает со всеми крупнейшими мультикатегорийными маркетплейсами (Мегамаркет, OZON, Яндекс Маркет, Wildberries) и иными площадками.

Традиционный ритейл претерпевает трансформацию под влиянием онлайн-торговли. Мы приняли стратегию партнёрства и активно присутствуем в качестве продавца на всех крупнейших маркетплейсах. При этом мы выбрали путь непосредственного взаимодействия с поставщиками, что даёт высокую уверенность в качестве наших товаров. М.Видео-Эльдорадо уделяет особое внимание происхождению и сертификации всего ассортимента, что позволяет Компании быть надёжным экспертом по технике.

Покупатели могут заказать товары из ассортимента М.Видео-Эльдорадо и получить их любым удобным способом: в ближайшем пункте выдачи заказов (ПВЗ), магазине или с доставкой. Предпочтительными для Компании форматами передачи заказа являются схемы Click & Collect (самовывоз из магазинов торговой сети) и Delivery

by Seller (доставка силами продавца), которые позволяют контролировать заказ целиком и оказывать клиенту высокий уровень сервиса. При этом схема работы Click & Collect позволяет дать покупателю максимальный уровень сервиса и моментальную доступность товара. Почти две трети всех заказов осуществляется через эту схему, что позволяет обогатить клиентский онлайн-опыт дополнительными услугами и сервисом, возможным только при офлайн-покупке товара.

Стратегия М.Видео-Эльдорадо – быть там, где удобно клиенту. Это позволяет нам поддерживать связь с покупателями и эффективно работать в различных каналах продаж.

Наши преимущества



Уникальная экспертиза в технике, персональный подход к покупателям



Сотрудничество исключительно с прозрачными и добросовестными поставщиками



Высокий уровень сервиса и скорость доставки



Собственные складские мощности и необходимые оптимальные запасы товаров



Предоставление полных гарантийных обязательств на весь товарный ассортимент



Широкая инфраструктура логистики и розницы

3.3. Лучший клиентский опыт

Бесшовный клиентский опыт

Непрерывное развитие отношений с покупателями и фокус на их потребностях позволяет М.Видео-Эльдорадо быть лидером по созданию лучшего клиентского опыта. Он основан на бесшовной модели – контакте с покупателями на стыке офлайн и онлайн, который делает наше взаимодействие одинаково удобным на всех этапах клиентского пути – от выбора и оплаты до доставки и сервисного обслуживания.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо в очередной раз стала лидером омниканального ритейла в категории «Электроника и бытовая техника» по версии OMNI RATING AWARD.

Компания также возглавляет рейтинг Naumen и Фонда «Сколково» по цифровизации клиентского опыта в ритейле.

Благодаря платформе ONE RETAIL мы объединяем сайты, мобильные приложения, розницу и продавцов-консультантов в одно пространство, в котором можно перемещаться из канала в канал, а все ключевые операции доступны через смартфон. Возможность сделать качественный выбор, потратив на это минимальное количество времени, – ключевое преимущество нашего подхода. В результате клиенты довольны таким опытом и готовы возвращаться чаще и покупать больше.

В отчётном году клиенты Компании активно пользовались мобильными инструментами для совершения покупок. Установки пользовательских мобильных приложений М.Видео-Эльдорадо увеличились на 15% к прошлому году, достигнув 76,1 млн¹, а рост трафика в мобильном приложении покупателя составил 4%. Это позволяет нам напрямую коммуницировать с покупателями и эффективно использовать промо- и рекламные механики.

В «М.Видео» и «Эльдорадо» также реализован ряд уникальных для рынка бесшовных и персонализированных сервисов: например, рассрочка без первоначального взноса и переплат до 24 месяцев, самовывоз из магазина уже через 15 мин после онлайн-заказа или на такси в течение двух часов, доставка и установка в один день, доставка из круглосуточных магазинов Москвы, приём техники на утилизацию, экотакси, клиентский чат-бот на базе технологии обработки естественного языка и бесплатное хранение покупок до двух месяцев.

Нововведение отчётного года – установка терминалов самообслуживания в магазинах. По итогам 2024 года их количество составило 15 штук.

Платформа ONE RETAIL

Чтобы обеспечить нашим покупателям лучший сервис в любой точке контакта с М.Видео-Эльдорадо без потери в скорости покупки и качестве услуг, мы развиваем новейшие технологии на мобильной платформе ONE RETAIL.

ONE RETAIL объединяет мобильное приложение покупателя и продавца-консультанта, а также сопутствующие сервисы и ИТ-продукты. Приложение клиента автоматически авторизует его онлайн, а приложение консультанта даёт 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 приносит более высокий средний чек и частоту покупок.

Преимущества ONE RETAIL

1. **Глубокое знание клиентов** – адаптация взаимодействия под **конкретного покупателя**.
2. Динамический **персонализированный сервис** – экспертиза и наиболее выгодные ценовые предложения для клиентов.
3. **Качественный выбор** товаров за счёт **цифровизации** привычных точек касания: **сайта, приложения, магазинов, контакт-центра**.
4. Рост **лояльности клиентов и масштабов бизнеса**.
5. Гибкий подход к изменениям за счёт **постоянной интеграции обратной связи от покупателей**.

✉ Подробнее о финансовых сервисах Компании и М.Рассрочке см. в разделе [«Финтех»](#)

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо запустила подписку на смартфоны с одобренной кредитной линией, что позволяет покупателям объединять выгоду от фирменных услуг трейд-ин и М.Рассрочки.

¹ Общие установки пользовательских мобильных приложений «М.Видео» и «Эльдорадо» на 31 декабря 2024 года.

Развитие клиентского сервиса

Мы нацелены на долгосрочный контакт с покупателем и лидерство по качеству клиентского сервиса. Для этого М.Видео-Эльдорадо выстраивает долгосрочные отношения со своей многомиллионной аудиторией при помощи собственных разработок на базе ML-технологий и аналитики данных – мобильных приложений покупателя и продавца. Приложение продавца анализирует каждую сессию с клиентом, предлагая консультанту индивидуальные рекомендации по улучшению сервиса, а покупателю – персональные товарные рекомендации и цены. Для обеспечения разнообразия рекомендательной выдачи М.Видео-Эльдорадо использует матрицу предпочтений и учитывает несколько сотен различных свойств товаров, в том числе рейтинги и цены.

В большинстве точек контакта с клиентом в отчётном году мы видим положительную динамику:

- ▶ уровень удовлетворённости покупателей (CSI) от общения с поддержкой за последний год вырос до 89,4%, в том числе за счёт многократного повышения скорости обработки запросов с помощью чат-бота;
- ▶ число позитивных отзывов клиентов в различных каналах коммуникации с Компанией выросло за год на 38%, почти на столько же удалось снизить количество жалоб;
- ▶ чаще всего покупатели позитивно отмечают качество обслуживания в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», скорость решения вопросов, связанных с доставкой, оформлением или получением товара, а также проявленную сотрудниками М.Видео-Эльдорадо клиентоориентированность.

Основные приоритеты развития клиентского сервиса



Развитие диджитал-каналов: мессенджеры, чат-боты, виртуальные помощники



Положительная динамика ключевых показателей удовлетворённости покупателей – CSI и NPS



Быстрое реагирование и решение запросов клиентов



Расширение каналов получения обратной связи от покупателей



Фокус на клиентоориентированность



Постоянное совершенствование качества обслуживания

Telegram-бот «ЭМ.Помощник» на основе самообучающейся нейросети помогает сотрудникам магазина быстро получать ответы и находить информацию в базе данных по любым темам, связанным с клиентским обслуживанием. Бот обрабатывает около 25 тыс. запросов в месяц, 75% запросов закрываются автоматически за одну секунду.

Сквозная карта покупательского опыта

Постоянная работа над улучшением покупательского опыта – наша главная задача. Мы разделяем его на четыре главных канала продаж: доставка, pick up, пункт выдачи заказов, покупка в магазине. На каждом этапе, начиная с момента вывода товара и заканчивая, например, его возвратом, мы отслеживаем проблемы и аномалии, с которыми сталкивается клиент, и оперативно вносим необходимые изменения.

Чат-боты для покупателей

М.Видео-Эльдорадо предлагает покупателям бесшовный клиентский опыт в магазинах и онлайн, что позволяет им гибко подходить к выбору каналов покупки и при необходимости поддержки. В целях повышения качества и скорости коммуникаций с покупателями Компания использует искусственный интеллект (далее – ИИ).

В чат-бот М.Видео интегрирован виртуальный амбассадор Эм.Ви. Он обладает широким набором сценариев и конверсионными навыками. Эм.Ви не только решает проблемы пользователей, но и помогает ориентироваться в акциях и рекомендует товары.

Эм.Ви «живёт» во всех диджитал-ресурсах Компании, ведёт социальные сети, появляется в коллаборациях с вендорами, брендами и техноблогерами.

В 2024 году была расширена сценарная база служебных запросов (кредит, возврат, обмен, режим работы магазинов).

Письменную коммуникацию использует 50% клиентов «М.Видео» и «Эльдорадо», виртуальные помощники – Эм.Ви в «М.Видео» и Вадим в «Эльдорадо» – распознают 98% запросов и имитируют живое общение формата «вопрос – ответ». Чат-боты подключены на сайтах «М.Видео» и «Эльдорадо», в приложениях сетей, а также в мессенджерах WhatsApp¹, Telegram, Viber. Чат-бот интегрирован во внутренние ИТ- и CRM-системы Компании, что позволяет Эм.Ви и Вадиму уточнять статус заказа или обращения, рассказывать о программах лояльности, состоянии бонусов, текущих акциях, графике работы магазинов, деталях доставки, возможности доставки заказа на такси, процедурах обмена, возврата и оформления кредита или рассрочки. Чат-бот Эм.Ви умеет предлагать более выгодные и удобные варианты доставки, соединять клиента в онлайн и сотрудника магазина «М.Видео» в офлайне для уточнения состояния товара с витрины. Эм.Ви также обладает доступом к корзине клиента, истории заказов и просмотров, может уточнять наличие товаров, подбирать необходимые аксессуары и рекомендовать услуги.

В 2024 году виртуальные помощники обработали почти 4 млн обращений и ответили более чем на 60% всех письменных обращений клиентов. В 2023 году регулярно чат-ботом пользовалось до 12,8% постоянных клиентов, в 2024 году показатель достиг 14,7%. Чаще всего через чат-боты клиенты задают вопросы, связанные с покупкой товаров, программой лояльности (балансом бонусов и т.д.) и доставкой заказов. Показатель уровня удовлетворённости покупателей (CSI) от общения с чат-ботами в очередной раз подтвердил их эффективность – в 2024 году значение сохранилось на уровне 93%.

¹ WhatsApp принадлежит компании Meta, которая признана в России экстремистской и запрещена.

² Новыми считаются клиенты, которые впервые совершили покупку в отчётном году, а также те, кто совершил покупку вновь после перерыва в два и более года.

Программа лояльности M.Club

Компания стремится развивать обширную базу лояльных и заинтересованных клиентов и выстраивать с ними партнёрские отношения. Интересные промоакции и выгодная программа лояльности – ещё одно преимущество, из-за которого покупатели выбирают М.Видео-Эльдорадо.

Ключевым событием 2024 года стал масштабный запуск единой программы лояльности M.Club. Это позволило объединить на одном счету бонусные рубли клиентов «М.Видео» и «Эльдорадо». Платить едиными бонусными баллами за покупки можно в любых каналах продаж М.Видео-Эльдорадо.

М.Видео-Эльдорадо регулярно проводит промоакции для покупателей с начислением баллов. В преддверии Нового года Компания удвоила действующие бонусные рубли клиентов – участников программы лояльности M.Club. Бонусные баллы можно было потратить до 31 декабря 2024 года включительно. А при покупках с 3 по 31 декабря в каналах продаж «М.Видео» и «Эльдорадо» клиентам были начислены двойные бонусные баллы.

За каждую покупку клиенты получают минимум 3% кэшбэка от суммы чека в любом магазине «М.Видео» и «Эльдорадо» и онлайн-каналах продаж, а до 10% от стоимости покупки начисляются бонусами. Покупатели могут оплатить до 30% стоимости товаров накопленными бонусами. Накопленные баллы от покупок в обоих магазинах суммируются и отображаются в личном кабинете.

Анализ наших клиентов показывает, что Компания способна удерживать около 70% покупателей активными на протяжении пяти лет. Поддержание значения данного показателя на высоком уровне способствует постоянному увеличению доли продаж, генерируемой нашей лояльной базой клиентов. Частотность покупок клиентов выросла на 3% по сравнению с 2023 годом, а средний чек увеличился на 13%. Доля новых клиентов в портфеле Компании в 2024 году составила 35%, что в дальнейшем будет дополнительно стимулировать продажи.

Более 90% покупок совершается клиентами, которые участвуют в программе лояльности. В среднем клиенты оплачивают 10% стоимости покупки бонусами.

>75 млн

человек – общее количество уникальных клиентов М.Видео-Эльдорадо

35%

доля новых клиентов² в портфеле Компании в 2024 году

В области промоакций мы фокусируемся на предложениях, которые выгодно выделяют нас среди конкурентов. Например, при покупке одной единицы техники мы предоставляем скидку 50% на вторую. Кроме того, мы активно развиваем программу кэшбэка и предлагаем 20% возврата за покупку. Это позволяет клиентам экономить до 30% на будущие покупки.

Работа с акциями является частью нашей экспертизы, и консультанты в магазинах помогают клиентам совершать комплексные покупки с максимальной выгодой, используя все доступные преимущества. Интересный пример такой акции – получение годовой подписки на онлайн-кинотеатры при покупке телевизора. Таким образом, мы предлагаем покупателям не просто товар, а полноценные решения для жизни.

3.4. Маркетинговые коммуникации

Одно из конкурентных преимуществ Компании М.Видео-Эльдорадо – сильный бренд с высокой узнаваемостью. Главное послание нашего бренда – «Мы – главные эксперты по технике». Над продвижением данного позиционирования работает команда экспертов М.Team – популярные лидеры мнений в области гаджетов и цифровых устройств. В 2024 году в дополнение к цифровому амбасадору Эм.Ви, известному блогеру, директору по анпакингу М.Видео-Эльдорадо Валентину Петухову (Wylsacom) и телеведущему Александру Пушному в команду М.Team добавились актёр Рузиль Миникаев и спортсменка и телеведущая Ляйсан Утяшева.

Следуя потребностям своих клиентов, мы смогли стать одной из ключевых платформ, на которой покупатели ищут товары, минуя поисковые системы, узнают о товарах, новых брендах, сравнивают и получают дополнительную информацию. М.Видео-Эльдорадо является одной из немногих компаний, сохраняющих доступ к большой платёжеспособной аудитории и способных реализовывать охватную коммуникацию. Как омниканальный игрок, мы активно используем аналитику данных и инструменты машинного обучения для создания лучшего персонализированного покупательского опыта и развития рекомендательных сервисов.

В 2024 году Компания успешно запустила более 13 интегрированных рекламных кампаний с полномасштабной поддержкой во всех основных каналах коммуникации с клиентами.

¹ Источник: Brandlab, «Топ-100 самых дорогих брендов России» https://brandlab.ru/company/blog/BRANDLAB_top100_samykh-dorogikh-brendov-Rossii-v-2024.pdf.

В 2024 году
бренд «М.Видео» стал 6-м по стоимости среди компаний розничной торговли и 27-м среди всех российских брендов¹

«Нереально чёрная пятница»

В течение недели покупателей ждали скидки на сотни различных наименований техники, кэшбэк, подарки к покупкам, сервисы беспроцентной рассрочки и удобные способы получения заказов. Повышенный спрос на бытовую технику и электронику был поддержан рекордным ассортиментом в размере более 200 тыс. SKU, интересными предложениями со скидками до 60%, а также уникальной акцией по розыгрышу 11 квартир. Наибольший рост продаж показали такие товары, как подписки на онлайн-кинотеатры, холодильники, телевизоры, планшетные компьютеры Apple и смартфоны Samsung и iPhone.

Компания стремится увеличивать показатели по восприятию бренда, используя телевидение, наружную рекламу и различные цифровые каналы. Мы постоянно тестируем новые форматы размещения рекламы в диджитал-направлениях, экспериментируем с блогерами, метавселенными и социальными сетями.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо запустила несколько рекламных роликов с участием известного актёра Рузиль Миникаева. В них Рузиль официально стал главным экспертом по технике и работал продавцом в магазине «М.Видео». В своей фирменной манере – с юмором и иронией – он помогал клиентам выбрать нужную технику, рассказывал о разнообразии ассортимента «М.Видео» и уникальных акциях Компании.

White Friday

В преддверии дачного и летнего сезонов М.Видео-Эльдорадо запустила ежегодную акцию White Friday, в рамках которой для покупателей были предусмотрены эксклюзивные условия: на всю цифровую технику кэшбэк составил до 20%, а на бытовую технику, сервисы и другие товары – до 30%.

~100 тыс.

клиентов М.Видео-Эльдорадо стали держателями подписки М.Комбо по результатам 2024 года

Подписка М.Комбо

В октябре 2024 года М.Видео-Эльдорадо первой среди непродуктовых ритейлеров запустила уникальную для рынка подписку М.Комбо – доступ к дополнительным сервисам для клиентов, который упрощает процесс покупки и обслуживания техники, а также даёт приятные бонусы и скидки.

Ключевым преимуществом подписки является круглосуточный доступ к выделенной линии поддержки, на которой высококвалифицированные эксперты помогут закрыть любой вопрос, связанный с техникой. Кроме того, клиенты М.Комбо могут бесплатно оформить доставку товаров при покупке онлайн или в магазине, а также утилизировать старую технику.



Back To School

В отчётном году М.Видео-Эльдорадо запустила промокампанию Back To School с коллаборацией Рузиля Миникаева и Александра Пушного. Главная цель кампании – приблизить бренд к молодым клиентам, найти с ними общий язык и предлагать актуальные решения. В новом ролике звёзды выступили в роли экспертов: Пушной поделился глубокими знаниями в области технологий, а Миникаев, как представитель молодого поколения, проявил способность говорить на одном языке с целевой аудиторией Компании.

Розыгрыш 11 квартир

В конце 2024 года М.Видео-Эльдорадо провела масштабную акцию по розыгрышу 11 квартир в Москве в течение 11 недель. Счастливыми обладателями новой жилплощади стали участники программы лояльности по всей стране, которые совершили покупку от 5 тыс. рублей в каналах продаж М.Видео-Эльдорадо. Шансы на выигрыш повышались за покупку продукции брендов-партнёров – Carrega и умных устройств Сбера.

Товар за 1 рубль

В рамках акции «Товар за 1 рубль» клиенты могли приобрести специальные товары за символическую цену в 1 рубль при покупке подписки М.Комбо. Каждую неделю М.Видео-Эльдорадо предлагала от 1 до 11 позиций, включая популярные товары, такие как Яндекс Алиса, микроволновка Toshiba и кофемашина Caffitaly.

Скидка 50% на второй товар в сегменте бытовой техники

М.Видео-Эльдорадо предложила скидку 50% на второй товар в категории бытовой техники при покупке комплекта. Акция сопровождалась масштабной рекламной кампанией, охватывающей телевидение, наружную рекламу, онлайн-каналы и перформанс-маркетинг. Благодаря этому Компания смогла существенно увеличить продажи бытовой техники и повысить узнаваемость бренда.

Скидки на игровые приставки при покупке телевизоров

В рамках акции Компания предлагала скидки и игровые приставки в подарок при покупке телевизоров:

- ▶ скидка 30% на PlayStation 5 при покупке определённого ряда моделей телевизоров TCL;
- ▶ PlayStation 5 в подарок при покупке определённого ряда моделей телевизоров TCL;
- ▶ PlayStation 5 в подарок при покупке телевизора Hisense.

Одновременно Компания активно развивает направление ритейл-медиа, формируя собственную медиаплощадку. М.Видео-Эльдорадо – лидер по количеству цифровых носителей в ритейле, этот показатель насчитывает более 50 цифровых экранов в каждом магазине, что позволяет построить широкий охват рекламной кампании. Специфика носителей обеспечивает прямой контакт с рекламным сообщением. Сеть М.Видео-Эльдорадо на конец 2024 года насчитывала более 1,2 тыс. магазинов, которые расположены более чем в 370 городах страны. Направление демонстрирует устойчивый интерес рекламодателей к данному каналу продвижения. В дальнейшем Компания планирует развитие своих площадок в рамках парадигмы ритейл-медиа, расширение форматов размещения и привлечение новых внешних рекламодателей.



Цифровой амбассадор Эм.Ви

Виртуальный аватар Эм.Ви имеет уникальное визуальное воплощение и собственный голос, может самостоятельно проводить стримы, общаться с аудиторией через большую языковую модель, помогать ориентироваться в товарах и сервисах. Эм.Ви ведёт социальные сети, блог на площадке бренд-медиа М.Клик и участвует в рекламных кампаниях.

В 2024 году виртуальный фотореалистичный аватар Эм.Ви, инновационный инструмент «М.Видео» для коммуникаций с молодой аудиторией, впервые на рынке получил собственную диджитал-студию для генерации контента. Уникальная разработка Центра технологий Метавёрса Сбербанка и СберМаркетинга – Studio.iVFX позволяет многократно ускорить создание видеоконтента для различных каналов коммуникации за счёт мгновенной синхронизации мимики и речи по звуку или тексту. Автоматизация и упрощение рабочих процессов позволили в несколько раз оптимизировать расходы на монтаж видео.

Развитие лучшего бесшовного клиентского опыта и его цифровизация – наш приоритет. По результатам исследований, проведённых в 2024 году, «М.Видео» и «Эльдорадо» сохранили высокий уровень узнаваемости и покупательской лояльности за счёт эффективно подобранных инструментов и креативных форматов рекламных коммуникаций.

Компания стала победителем премии **ECOM Awards 2024**, организаторами которой являются Минпромторг России и Российская ассоциация экспертов рынка ритейла. Экспертный совет премии присудил Компании первое место в номинации «Лучшая контент-маркетинговая кампания» за ролик с Рузием Минекаевым. Мы также заняли второе место в номинации «Нишевый B2C-маркетплейс года».

Бренд «М.Видео» также стал лауреатом **премии E+ Awards** за лучшие технологии: Эм.Ви является первым коммерческим 3D-инфлюенсером с регулярным выходом видео под любой уровень задач Компании.

Бренд «М.Видео» – лидер омниканального ритейла в категории «Электроника и бытовая техника» по результатам **премии OMNI RATING AWARD 2024**. Платформа ONE RETAIL позволяет Компании находить подход к покупателям, персонифицировать клиентский опыт и предлагать набор цифровых сервисов во всех точках контакта для удобных и приятных покупок.

М.Видео-Эльдорадо также стала лауреатом премии «Проксима» – единственной премии в области рекламы, где победителей определяют рекламодатели. Кейс «Как наши бренд-медиа М.Клик и Эльдоблог приносят ~6 млн MAU» выиграл бронзу в номинации «Электронная коммерция».

3.5. Эффективная логистика

Хранение и распределение товаров

Система хранения и распределения товаров М.Видео-Эльдорадо включает в себя восемь крупных распределительных центров в Москве и регионах и менее крупные складские центры – региональные мультиплатформы. Частью эффективной логистической системы также являются магазины розничной сети, которые используются в том числе как центры хранения товарных запасов, доступных для самовывоза и курьерской доставки.

Широкая географическая представленность Компании наряду с полным онлайн-покрытием в городах присутствия позволяет нашим покупателям получать около 75% ассортимента с доступностью в течение 24 ч, а 43% – в течение 15 мин. Таким образом, магазины поддерживают динамику онлайн-продаж в своём регионе и значительно снижают затраты на развитие логистической инфраструктуры, являясь важнейшим конкурентным преимуществом М.Видео-Эльдорадо перед маркетплейсами и другими онлайн-игроками.



Главными задачами 2024 года для логистики М.Видео-Эльдорадо стали повышение эффективности операционных процессов, оптимизация затрат и улучшение показателей клиентского сервиса. В результате совершенствования логистической функции мы смогли снизить затраты в этой области, повысить оборачиваемость и скорость дистрибуции товара, а также расширить импортные маршруты.

Компания использует разумный подход к расходам в сфере эксплуатации сети магазинов, улучшения процессов складской логистики и «последней мили».

Логистическая инфраструктура¹

Объект	Описание и функционал	География
8 центральных распределительных центров	- Концентрация всех товаров, закупаемых Компанией, на суммарной площади более 500 тыс. кв. м - Распределение товаров в магазины и на региональные мультиплатформы	Чехов (Московская область), Новосибирск, Казань, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Владивосток, Самара
52 региональные мультиплатформы	- Хранение крупной бытовой техники - Доставка товаров в магазины и покупателям в радиусе 150–200 км	Крупные и средние города в регионах России
1 226 магазинов	- Хранение малой бытовой и цифровой техники - Ограниченное хранение - Выдача заказов онлайн- и офлайн-покупателям, курьерам крупной бытовой техники	>370 городов России

¹ На 31 декабря 2024 года.

Совершенствование инфраструктуры

Цифровые разработки в логистике

М.Видео-Эльдорадо инвестирует в разработку современных ИТ-систем, поддерживающих процессы управления товарными запасами и логистические операции. Для планирования закупок, прогнозирования продаж и распределения товаров по объектам в Компании используется собственная ИТ-платформа «Титан». Платформа работает в облачной среде и позволяет гибко и быстро реагировать на рыночные изменения: корректировать алгоритмы распределения товаров в зависимости от поставок, отправлять товары в те магазины, где они наиболее востребованы и быстрее покупаются, тем самым обеспечивая высокий уровень сервиса для клиентов по каждому наименованию на всех объектах.

В дополнение к ИТ-платформе «Титан» Компания активно развивает и внедряет инструменты для повышения точности планирования. Одним из ключевых элементов этой работы является интеллектуальная система прогнозирования продаж Sales Planning. Основанная на алгоритмах машинного обучения, система автоматически анализирует большие объёмы данных, включая историю продаж, сезонные циклы, рыночные тренды и иные релевантные факторы, формируя точный прогноз спроса на 52 недели вперёд по всему товарному ассортименту. Важной особенностью Sales Planning является возможность синергии между автоматизированным анализом и экспертной оценкой: менеджеры могут вносить корректировки в прогноз для учёта специфических рисков или рыночных возможностей, например предстоящих

изменений в каналах дистрибуции. Итоговый план продаж ежедневно интегрируется с платформой «Титан», обеспечивая актуальными данными систему управления товарными запасами. Внедрение данного решения направлено на снижение логистических издержек, оптимизацию работы категорийных менеджеров и ускорение оборачиваемости товаров.

Ценовая политика Компании поддерживается ИТ-системой Pricing, которая обеспечивает оперативное и качественное управление ценами. Используя бизнес-правила и алгоритмы машинного обучения, система ежедневно генерирует рекомендованные цены (регулярные/промо) для всего ассортимента с учётом бизнес-факторов, конкурентов и характеристик товара. Pricing сочетает автоматизацию рутинных ценовых изменений с возможностью экспертного ручного управления. Функционал системы также направлен на оптимизацию продаж товаров с низкой оборачиваемостью, управление ценами на внешних онлайн-площадках и предоставление аналитики для контроля ценообразования.

Собственный маркетплейс

В 2024 году Компания вдвое увеличила логистическую инфраструктуру для поставщиков собственного маркетплейса за счёт расширения зон хранения 3Р-ассортимента. На сегодняшний день она состоит из объектов в Московской области, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске и Самаре. Данное решение позволило сократить сроки доставки заказов с собственного маркетплейса в среднем на один день.



Оборачиваемость товарных запасов

В 2024 году ключевыми вызовами для М.Видео-Эльдорадо стали логистические ограничения в направлении Китая и усложнение процессов проведения трансграничных платежей, что потребовало дополнительных складских запасов для бесперебойного обеспечения магазинов необходимым ассортиментом. Покупатели демонстрировали стабильный спрос на такие бренды, как Haier, Hisense, TCL и Huawei, при этом в 2024 году Компания расширила линейку техники брендов, эксклюзивно представленных в сети М.Видео-Эльдорадо – компьютеров Thunderobot, бытовой техники Carrera и других категорий. Это позволило дополнительно оптимизировать наши цепи поставок.

Несмотря на все вызовы, среднемесячная оборачиваемость запасов осталась на уровне прошлого года, показав незначительный рост с 16,2 до 16,7 недели.

3.6. Единый сервисный центр

Одним из конкурентных преимуществ М.Видео-Эльдорадо как Главного эксперта по технике является сервисное направление, которое Компания развивает под брендом «М.Мастер». М.Мастер – единый центр комплексной помощи клиенту, который охватывает большой спектр услуг в дополнение к текущим, включая доставку, установку и настройку, ремонт и другие услуги, в том числе трейд-ин, возможность выкупа смартфонов и приобретение восстановленной техники.

Услуги можно оформить при покупке крупногабаритной техники как в магазине, так и онлайн. Их оказание осуществляется по всей стране профессиональными бригадами технических специалистов (447 человек по итогам 2024 года) в радиусе до 150 км от магазина.

В 2024 году Компания продолжила развитие фирменных зон М.Мастер для оказания полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах. В прошлом году под брендом «М.Мастер» было открыто более 30 зон по обслуживанию и ремонту техники в восьми крупных городах России.



В восьми магазинах М.Видео-Эльдорадо в шести городах (Москве, Екатеринбурге, Санкт-Петербурге, Казани, Краснодаре и Нижнем Новгороде) начались продажи восстановленной техники, которая была отремонтирована специалистами М.Мастер или сдана клиентами в трейд-ин.

Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также осуществить ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в оперативном режиме, так и с выездом специалистов. М.Мастер принимает для ремонта технику и электронику как купленную в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо», так и у сторонних продавцов.



Гарантия



Прозрачность



Фиксированная цена



Рассрочка на услуги



Доставка и установка в один день



Послепродажная поддержка
с бесплатным выездом

Качественный сервис является ключевым конкурентным преимуществом М.Видео-Эльдорадо. Мы занимаемся не только доставкой, настройкой, обслуживанием и предоставлением услуг по ремонту оборудования в случае его поломки, но и обеспечиваем утилизацию старой техники. Таким образом, мы закрываем полный цикл потребностей клиентов, связанных с техникой, – это уникальная история на рынке бытовой техники и электроники.

М.Мастер – это сервис для организации установочно-ремонтных работ по дому, помогающий клиентам в любых жизненных делах и ситуациях. М.Мастер открывает новый опыт комфортной жизни через экспертизу и неравнодушный сервис.

М.МАСТЕР



Последняя миля

- Доставка товаров покупателям Компании
- Рост экспансии собственной доставки



Сервисные центры

NEW

- Сервисное офлайн-предложение в магазине
- Запущено 30 центров в 8 городах страны



Выездной сервис

- Установка техники на дому, возможность экологичного вывоза техники
- Пилот продаж услуг «М.Мастер» сторонним клиентам



Trade-in

- Покупка нового устройства с зачётом стоимости б/у устройства клиента
- Расширение до 3 500 моделей гаджетов
- Повышение выкупных цен для клиента



Восстановленный товар

NEW

- Продажа брака и выкупленного клиентского товара



Выкуп

NEW

- Запущена услуга выкупа подержанных смартфонов, охватывающая 15 брендов, с мгновенным зачислением денег на карту

Выездной сервис

Доставка, установка и настройка

М.Видео-Эльдорадо предлагает клиентам высокую скорость доставки и комфортные варианты получения товаров. Самовывоз остаётся самым востребованным способом получения товаров, при этом около 10% оформленных в «М.Видео» заказов с доставкой покупатели получают в срок от 2 ч с курьером на такси.

В 2024 году мы произвели порядка 445 тыс. установок крупногабаритной техники, в том числе 233 тыс. – в рамках собственного сервиса установки и доставки. Чаще всего клиенты заказывают установку стиральных и сушильных машин, холодильников, телевизоров, кухонной встраиваемой и климатической техники.

Торговые сети «М.Видео» и «Эльдорадо» предлагают клиентам более чем в 300 городах присутствия сразу несколько удобных форматов получения заказов.

Результаты 2024 года:



самовывоз от 15 мин из удобного магазина или ПВЗ партнёров



экспресс-доставка товаров в течение 2 ч или в удобный временной интервал



стандартная доставка крупногабаритных товаров в удобный временной интервал



доставка и установка в один день



>105 тыс. выполненных заказов в партнёрские ПВЗ и магазины



243 тыс. выполненных заказов



>248 тыс. выполненных заказов



>233 тыс. выполненных заказов

Наличие собственных автомобилей и специалистов позволяет объединить доставку и установку бытовой техники в один визит в целях экономии времени покупателей.

Доставка и установка день в день:

447

собственных специалистов и экспедиторов

150 городов

243 авто

~642
установки в день

С 2023 года в рамках сервиса «последней мили» действует экспресс-доставка крупногабаритной техники. Сервис работает в девяти городах и позволяет покупателям «М.Видео» получать технику в удобный временной интервал в день оформления покупки. Доставку осуществляют партнёры ритейлера – агрегаторы такси.

Переработка

Компания М.Видео-Эльдорадо одной из первых в России запустила программу по утилизации техники. Данная программа развёрнута более чем в 30 регионах России в 800 розничных точках сети. Вывоз непригодной крупногабаритной техники также возможен из дома с доставкой нового товара и через сервис «Экотакси» без покупки товара.

В 2024 году на 20% больше мелкой техники и на 7% больше крупногабаритных устройств было передано клиентами на утилизацию по сравнению с 2023 годом.

В 2024 году проекты по утилизации М.Видео-Эльдорадо получили сразу три премии: Eco Best Awards 2024 в номинации «Компания – лидер популяризации экологической безопасности», Retail Week Awards в номинации «Лучший ESG-проект года в ритейле» и победу в программе «Лучшие ESG-проекты России» в категории «Ответственное потребление и производство. Сокращение воздействия на окружающую среду». С 2019 года на переработку было передано более 340 тыс. единиц электронных устройств и 16,3 млн батареек.

В 2024 году покупатели передали на переработку более 1,6 тыс. т техники и 99 т батареек, что превысило показатели 2023 года на 8 и 16% соответственно.

См. раздел «Развитие проектов в сфере циклической экономики и устойчивого развития»

Собственный автопарк

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо пополнила собственный автопарк и закупила в лизинг 33 автомобиля «Газель NEXT» для доставки крупногабаритных товаров с сервисом установки. На конец года число собственных автомобилей Компании составило более 200 единиц, а штат сервисных специалистов и экспедиторов насчитывал свыше 400 человек. Для дальнейшего развития сервисного направления и расширения географии доставки и установки бытовой техники до конца 2025 года планируется увеличение количества собственных автомобилей.



Услуги в магазинах

В фирменных зонах М.Мастер покупатели могут не только сдать технику в ремонт, получить помощь на месте, но и приобрести восстановленную технику.

В восьми магазинах М.Видео-Эльдорадо в шести городах (Москве, Екатеринбурге, Санкт-Петербурге, Казани, Краснодаре и Нижнем Новгороде) начались продажи восстановленной техники, которая была отремонтирована специалистами М.Мастер или сдана клиентами в трейд-ин.

Восстановление техники

В магазинах М.Видео-Эльдорадо доступна к покупке восстановленная техника, которая ремонтируется в сервисных центрах М.Мастер или сдаётся клиентами по программе трейд-ин или выкупа.

Оценка восстановленного устройства производится инженером сервисного центра М.Мастер с учётом внешнего состояния и с использованием программного обеспечения, исключающего влияние человеческого фактора. Процедура занимает от 15 мин.

Покупатели могут приобрести различную технику Apple, смартфоны Samsung, а также ноутбуки на ОС Windows от таких брендов, как Huawei, Asus, Honor и Thunderobot.

Компания планирует в дальнейшем расширить продажи за счёт восстановленных приставок, смартфонов и планшетов на ОС Android и мелкой бытовой техники.

Услуги выкупа и обмена смартфонов

Мы предлагаем клиентам быстрый и удобный сервис по обмену или выкупу бывшего в употреблении смартфона. В розничных магазинах клиент может обменять свой смартфон и получить скидку на покупку любого товара из широкого ассортимента магазина, а также продать свой гаджет, моментально получив за него денежные средства удобным способом.

Дополнительные услуги

Мы стремимся предлагать нашим покупателям комплексные решения, что подразумевает помощь с покупкой не только товаров, но и сопутствующих аксессуаров и сервисов. Например, после приобретения цифровой техники наши консультанты помогут с подбором и установкой

защитных плёнок на экраны гаджетов, а также с настройкой и установкой необходимого программного обеспечения и приложений.

Страховка

В целях обеспечения покупателей дополнительной защитой и уверенностью в покупках Компания М.Видео-Эльдорадо предлагает широкую линейку страховых программ на товары для дома, здоровья, путешествий и пр.

В партнёрстве с АО «АльфаСтрахование» и CAO «ВСК» М.Видео-Эльдорадо предлагает покупателям различные варианты страховых полисов, которыми можно дополнить приобретение бытовой техники и электроники в розничных магазинах или при получении товаров самовывозом.

Помимо этого, мы предлагаем воспользоваться программами расширенной гарантии от производителей Samsung Smart Care и Huawei Care, которые позволяют получить ремонт устройства в кратчайшие сроки в авторизованных сервисных центрах Samsung или Huawei по всей России. Покупателю достаточно зарегистрировать приобретённый сертификат и предъявить чек о единовременной покупке сертификата вместе с устройством при обращении в сервис.

~2 млн

страховых планов реализовали
«М.Видео» и «Эльдорадо» за 2024 год



Быстросервис

М.Видео-Эльдорадо в партнёрстве со Страховым Домом ВСК (CAO «ВСК») предлагает клиентам оформить полис «Быстросервис ВСК». Программа распространяется как на офлайн-магазины, где действует программа, так и на выездной сервис в радиусе 100 км от города, а для Москвы – на Москву и Московскую область.

«Быстросервис» – это самый быстрый ремонт в «М.Видео», данная программа обеспечивает клиента более широким наполнением, чем гарантия производителя.

В рамках программы клиенты М.Видео-Эльдорадо могут рассчитывать на устранение поломки крупногабаритной бытовой, малой бытовой и портативной техники в течение 72 ч, обмен товара, если мы не отремонтировали технику в установленный срок, ремонт товара в случае неправильной его установки или неправильного использования, устранение неисправностей, возникших в результате скачка напряжения, а также ремонт и устранение мелких механических дефектов и многое другое.

3.7. Финтех

М.Видео-Эльдорадо является лидером российского рынка POS-кредитования и реализует финтех-продукты с помощью собственного финансового брокера – компании «Директ Кредит».

Как Главный эксперт по технике в России, М.Видео-Эльдорадо старается предложить не только широкий ассортимент качественных товаров, но и выгодные финансовые продукты для их приобретения.

В 2024 году Компания при поддержке партнёра «Карбон Копи» запустила программу аренды техники для юридических лиц – предоставление техники для офиса в аренду с последующим выкупом.



Как крупнейший финтех-игрок, мы стремимся предоставить нашим клиентам простые и прозрачные условия покупки и открыть доступ к собственным удобным финансовым инструментам, что особенно актуально в период высоких ставок по банковским кредитам. Для этого мы предлагаем клиентам широкий набор различных финансовых продуктов, делающих покупки в магазинах и онлайн более привлекательными.

В отчётном году для покупателей сети в рамках единого окна стали доступны такие финансовые продукты, как кредит наличными от четырёх финансовых организаций и собственной микрокредитной компании и оформление кредитных и дебетовых карт от трёх банков-партнёров.

Платёжные сервисы

М.Видео-Эльдорадо стремится предоставлять своим клиентам простые и прозрачные условия и новейшие инструменты, а также делать необходимые технологичные товары более доступными.

Для реализации лучшего клиентского опыта Компания обеспечивает безопасность и высокую скорость проведения транзакций при осуществлении оплаты, в том числе с использованием системы быстрых платежей (СБП). Подключение магазинов к СБП с помощью Банка ВТБ позволяет покупателям «М.Видео» бесконтактно оплачивать покупки «у полки» без посещения кассы. Данный функционал реализован благодаря приложению на смартфоне продавца. Покупатели также могут воспользоваться СБП на сайтах, в мобильных приложениях и на кассе магазинов.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо в партнёрстве со Сбером запустила возможность оплаты покупки улыбкой по биометрии, без карты или смартфона. Оплата по биометрии доступна во всех магазинах сети в 370 городах России.



Кредитование

М.Видео-Эльдорадо – один из лидеров сегмента потребительского кредитования. Мы предоставляем покупателям широкий выбор кредитных продуктов: от 15 банков и кредитных организаций в магазинах и онлайн до собственной кредитной платформы.



Кредитование через платформу позволяет покупателям значительно сократить время на оформление повторных покупок: доступны автоматическое заполнение необходимых документов, подписание документов через СМС-сообщения, дополнительные услуги, такие как страхование, юридическая поддержка, сохранение кредитной истории.

15,4%

доля продаж с применением различных вариантов рассрочки или кредита по итогам 2024 года

Развитая мультибанковская кредитная платформа позволила М.Видео-Эльдорадо предлагать покупателям привлекательные кредитные продукты и поддерживать спрос. Несмотря на сохранение высокой ключевой ставки в 2024 году, Компании удалось сохранить рекордный уровень одобрения кредитов – офлайн на уровне 79%, онлайн на уровне 55%.

В области финансовых сервисов М.Видео-Эльдорадо является единственным игроком на рынке бытовой техники и электроники, который предлагает рассрочку до 24 месяцев без переплат практически на весь ассортимент товаров, представленных в магазинах. Более 80% всех сделок с использованием кредитных сервисов осуществляются клиентами Компании в рассрочку.

М.Рассрочка

В 2024 году мы запустили подписку на смартфоны с одобренной кредитной линией, объединив преимущества фирменных услуг трейд-ин и программы М.Рассрочка. Теперь клиенты магазинов «М.Видео» и «Эльдорадо» могут совершать покупки с использованием возобновляемого лимита кредитных средств, не дожидаясь полного погашения предыдущей рассрочки, а ранее купленный смартфон сдать по наиболее выгодной цене.

Покупатели также получили возможность заработать повышенный кэшбэк, воспользоваться сервисным обслуживанием и получить максимальные скидки при сдаче старого смартфона. Программа М.Рассрочка доступна на срок до 24 месяцев, а максимальный возобновляемый лимит составляет 300 тыс. рублей на покупку любых товаров и услуг в магазинах «М.Видео» и «Эльдорадо».

В отчётном году совместный с ОТП Банком продукт 0–0–24 (рассрочка без первоначального взноса и переплат на 24 месяца), несмотря на рекордную ключевую ставку, продолжил действовать в формате акции и был доступен для всех товаров сети.

В 2024 году Компания запустила новую услугу для клиентов, позволяющую быстро оформить заявку на заём и получить деньги на карту в личном кабинете покупателя мобильного приложения М.Видео-Эльдорадо. Сервис был разработан собственной финтех-платформой компании «Директ Кредит».



3.8. ИТ-разработки и информационная безопасность

Приоритетным направлением бизнес-стратегии

М.Видео-Эльдорадо является развитие технологичных продуктов для клиентов и бизнес-функций, дальнейшее совершенствование инструментов аналитики данных и машинного обучения.

Развитые ИТ-компетенции и высокий уровень цифровизации бизнес-процессов позволяют М.Видео-Эльдорадо создавать лучший клиентский опыт и предлагать уникальные сервисы на платформе ONE RETAIL, обеспечивая лояльность покупателей, вовлечённость партнёров и повышение операционной эффективности.

Подробнее о платформе ONE RETAIL см. в разделе [«Лучший клиентский опыт»](#)

С 2023 года Компания обладает международным сертификатом безопасности данных платёжных карт PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard), что подтверждает надёжность платёжной инфраструктуры и гарантирует безопасную работу сайта и приложения с платёжными картами.

М.Тех

С 2022 года в М.Видео-Эльдорадо действует собственная ИТ-компания М.Тех, которая фокусируется на разработке продуктов и ИТ-сервисов для обеспечения омниканального подхода и бесшовного клиентского опыта на всём пути от использования мобильных приложений и сайтов Компании до посещения розничных магазинов, с возможностью потребительского кредитования и электронных платежей. Такой подход также способствует повышению операционной эффективности текущего бизнеса Компании.

М.Тех использует преимущественно облачную инфраструктуру и микросервисную архитектуру. По состоянию на конец 2024 года Компания разрабатывает около 85 цифровых продуктов и решений на основе анализа данных, биометрии, искусственного интеллекта и машинного обучения. Среди ключевых внутренних продуктов: платформы для управления товарами, заказами и клиентскими данными, на основе которых



выстраиваются рекомендательные сервисы, системы по планированию ассортимента, стока, цен и промомероприятий, а также инструменты для повышения эффективности работы всех подразделений Компании. Большой упор делается на повышение качества и скорости работы мобильных приложений для клиентов и консультантов, веб-сервисов и платформы финтех-сервисов.

М.Тех выступает в качестве внешнего партнёра ИТ-разработки для М.Видео-Эльдорадо, а также как платформа для потенциальных продаж собственных ИТ-решений на внешний рынок.

ИТ-инфраструктура

Для повышения гибкости и надёжности ИТ-ландшафта Компании мы продолжаем 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.

Компания М.Видео-Эльдорадо создаёт современную микросервисную платформу, построенную на сотнях независимых компонентов. Данный подход предполагает поддержку независимых конкурирующих frontend-продуктов (мобильных приложений и веб-сайтов) и общих backend-систем, которыми пользуются оба бренда, 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.

Для достижения большей экономической эффективности облачные решения консолидируются в рамках одного стратегического партнёра. Более 70% операций в Компании М.Видео-Эльдорадо поддерживаются облачными решениями. На облачную платформу уже переведены разработка и эксплуатация сайтов и мобильных приложений для клиентов и консультантов обоих брендов.

М.Видео-Эльдорадо активно применяет сервисы автоматизации контейнерной разработки для создания новых цифровых продуктов, управляемую платформу данных для сбора, хранения, анализа и визуализации информации, сервисы на базе машинного обучения.

Компания оперативно и без существенного роста затрат значительно расширяет функционал ключевых для бизнеса продуктов и сервисов и внедряет аналитику данных на всех уровнях принятия решений.

Коммерческо-логистическая платформа

М.Видео-Эльдорадо является дата-ориентированной компанией и автоматизирует процессы управления товарными категориями, от планирования закупок до управления промоактивностями.

Мы разработали и внедрили комплекс решений на основе алгоритмов машинного обучения для управления товарными категориями на всех этапах коммерческого и логистического планирования. Собственная интегрированная платформа управления товарными категориями формирует оптимальный ассортимент каждого магазина, ежедневно корректирует цены с учётом действий конкурентов и рассчитывает оптимальный объём закупки и пополнения стоков «М.Видео» и «Эльдорадо».

Платформа объединяет четыре собственных дата-продукта, которые были разработаны внутренними командами Компании. Они заменили вендорские решения в нашем ИТ-ландшафте:

- ▶ управление ассортиментом («Оптимизатор»);
- ▶ управление товарными запасами («Титан», см. в разделе [«Цифровые разработки в логистике»](#));
- ▶ «Ценообразование»;
- ▶ «Промопланирование».

Интегрированная система позволяет объединить усилия различных подразделений Компании. «Оптимизатор» ежедневно анализирует активность покупателей на сайтах и в мобильных приложениях «М.Видео» и «Эльдорадо» и автоматически формирует наиболее оптимальный ассортимент по каждой товарной категории. Продукты «Ценообразование» и «Промопланирование» используются для предиктивного управления регулярными и промоценами. Более трети активного ассортимента Компании определяется в автоматическом режиме – без непосредственного участия категорийного менеджера.

Все четыре модуля платформы полностью созданы внутри М.Видео-Эльдорадо, их легко адаптировать и поддерживать собственными силами. Это интегрированное решение обходится почти в два раза дешевле при значительном увеличении скорости и точности производимых расчётов.

Информационная безопасность

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо продолжила реализацию Стратегии развития и поддержания информационной безопасности.

Выполнение задач информационной безопасности для поддержки бизнес-целей является целевым состоянием функции информационной безопасности. В 2024 году департамент информационной безопасности смог реализовать восемь дополнительных мер защиты для обеспечения безопасности и отказоустойчивости информационных систем и продуктов.

Новые сервисы информационной безопасности были интегрированы в процесс развития цифровых продуктов для снижения рисков и потенциальных потерь от инцидентов информационной безопасности.

Компания М.Видео-Эльдорадо ответственно относится к обеспечению защиты обрабатываемых персональных данных. В 2024 году были продолжены работы по контролю соответствия процессов обработки и защиты персональных данных требованиям законодательства и регуляторов, проведена оценка дополнительных процессов обработки таких сведений и внедрены дополнительные меры обеспечения безопасности и организации обработки персональных данных, реализуется запланированная дорожная карта.

Ключевые результаты реализации стратегии информационной безопасности

В 2024 году были продолжены импортозамещение средств защиты вендоров, ушедших с российского рынка, и совершенствование защиты цифровых продуктов.

Поддерживались существующие меры защиты данных, определены и запущены дополнительные сервисы безопасности для защиты цифровых продуктов от комплексных угроз, а также проведены образовательные мероприятия для повышения осведомлённости работников в области угроз безопасности.

В целях повышения уровня реагирования Центра реагирования на инциденты информационной безопасности были внедрены дополнительные средства автоматизации.

Для повышения уровня защищённости сформированы и реализуются 11 программ развития информационной безопасности, включающие в себя 88 мер защиты, из которых более 50 уже внедрены.

Строим будущее вместе

[2-22]

Чтобы изменить мир к лучшему, сделать его безопасным и гармоничным, мы начинаем с себя. Мы поддерживаем социальные и экологические инициативы, бережём природу во всём её многообразии и заботимся о безопасной утилизации и переработке отходов.

80 этапов
ЛЕЧЕНИЯ

47 детям с ЧЛП¹
профинансировано



9 МЛН РУБ.

направлено
на природоохранные проекты



¹ Челюстно-лицевые патологии.

Наш подход к устойчивому развитию

Как лидер российского рынка бытовой техники и электроники мы осознаём свою ответственность перед обществом и внедряем устойчивые практики во все аспекты деятельности: корпоративное управление, операционную деятельность, отношения в команде и с обществом, цепочку поставок.

Стратегия устойчивого развития: общее будущее

Устойчивое развитие является неотъемлемой частью стратегии Компании М.Видео-Эльдорадо.



Стратегические приоритеты ESG



Одна планета

- ▶ Снижение выбросов парниковых газов
- ▶ Циркулярная экономика и управление отходами
- ▶ Продвижение товаров для осознанного потребления
- ▶ Мы начинаем с себя, делая мир экологичнее и безопаснее.
- ▶ Мы снижаем экологическое воздействие через оптимизацию собственных операций и цепочки поставок.



Одно сообщество

- ▶ Среда, стимулирующая обучение и рост
- ▶ Безопасность, инклюзивность, разнообразие
- ▶ Развитие местных сообществ
- ▶ Мы инвестируем в людей, помогая им добиваться лучших результатов, обеспечиваем безопасные и комфортные условия труда.
- ▶ Мы опираемся на принципы устойчивого развития на всех этапах покупательского опыта, используя технологии для повышения качества жизни, чтобы заметно влиять на развитие общества в целом.



Единые стандарты

- ▶ Интеграция принципов ESG в систему корпоративного управления
- ▶ Кибербезопасность и персональные данные
- ▶ Наша приверженность ответственному ведению бизнеса интегрирована в наш стратегический план OneRetail, процессы управления рисками, корпоративное управление, а также распространяется на цепочку поставок.



НАША МИССИЯ

Дарим улыбки клиентам и возвращаем улыбки детям с челюстно-лицевыми патологиями.

Благотворительный фонд «Красивые дети в красивом мире» учреждён в 2013 году Компанией М.Видео-Эльдорадо и реализует две благотворительные программы – «Красивые дети» и «Красивый мир».

Программа «Красивые дети»

Задача первой – системная организационная и финансовая поддержка детей с врождёнными патологиями и приобретёнными проблемами в области лица, головы и шеи не только во время хирургического многоэтапного лечения, но и в период реабилитации, а также дальнейшей социализации.

Сайт фонда – <http://www.detipriroda.ru/>

Программа «Красивый мир»

Программа «Красивый мир» направлена на сохранение природы России. Фонд финансирует самые разнообразные проекты в заповедниках и национальных парках. За прошедшие 12 лет реализовано множество проектов, направленных на сохранение бурых медведей, амурских тигров, зубров, северных лесных оленей, орланов-белохвостов, краснокнижных летучих мышей и других видов животных, находящихся под угрозой исчезновения. Фонд поддерживает восстановление уникальных широколиственных лесов, озёрных природных комплексов, содействует борьбе с браконьерством и экологическому просвещению.

Сокращаем объёмы опасных отходов на полигонах через создание удобного сервиса по приёму техники и повышаем уровень осведомлённости о влиянии электролома на окружающую среду.

«Умная переработка» «М.Видео»

«Правильная утилизация» в «Эльдорадо»

Программа по сбору на переработку устаревшей или пришедшей в нерабочее состояние техники реализуется Компанией М.Видео-Эльдорадо с 2019 года. М.Видео-Эльдорадо – первый ритейлер, организовавший подобный регулярный проект по сбору и утилизации бытовой техники и электроники на базе своих магазинов.

Мы поддерживаем и разделяем глобальные инициативы по устойчивому развитию и последовательно внедряем наиболее релевантные Цели устойчивого развития ООН (ЦУР ООН) в свою деятельность, коррелируя их со своими целями и задачами, а также анализируем прогресс достижения. Компания выделяет для себя шесть ключевых целей среди ЦУР ООН:

3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ



8 ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ



10 УМЕНЬШЕНИЕ НЕРАВЕНСТВА



12 ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО



13 БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА



17 ПАРТНЕРСТВО В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ



Взаимодействие с заинтересованными сторонами

Компания М.Видео-Эльдорадо стремится устанавливать партнёрские отношения, вести открытый и прозрачный диалог со всеми заинтересованными сторонами, своевременно информировать их о событиях внутри Компании М.Видео-Эльдорадо, вызовах и достижениях в области устойчивого развития.

К числу заинтересованных сторон Компания М.Видео-Эльдорадо относит лица или организации, которые могут быть прямо или косвенно затронуты нашей деятельностью. Ключевыми заинтересованными сторонами Компании М.Видео-Эльдорадо являются акционеры и инвесторы, сотрудники и их семьи, органы государственной власти, СМИ, покупатели, поставщики и партнёры.



Заинтересованные стороны	Цель взаимодействия	Ожидания в области устойчивого развития
Акционеры и инвесторы	Создание ценности для акционеров и сохранение инвестиционной привлекательности для инвесторов	Приверженность высоким стандартам корпоративного управления Повышение прозрачности и открытости в области устойчивого развития Комфортное и безопасное окружение для достижения лучших результатов
Сотрудники	Создание условий для эффективного и безопасного труда и повышение вовлечённости сотрудников	Регулярные улучшения системы материальной и нематериальной мотивации Гибкие условия для реализации потенциала и наиболее эффективного решения задач Доступ к новейшим технологиям
Покупатели	Повышение лояльности и удержание покупателей, а также привлечение новых клиентов	Выстраивание доверительных и открытых отношений, формирование положительного клиентского опыта Развитие долгосрочных отношений с поставщиками и другими контрагентами с целью обеспечения высокого качества продукта Компании М.Видео-Эльдорадо и её долгосрочной конкурентоспособности
Поставщики и партнёры	Формирование ответственной цепочки поставок и продвижение принципов устойчивого развития	Совершенствование коммуникаций с партнёрами, поиск и внедрение новых инструментов и каналов взаимодействия Соблюдение высоких стандартов в сфере контроля качества и корпоративного поведения Внедрение современных ИТ-решений для повышения автоматизации и эффективности работы системы поставок
СМИ и органы государственной власти	Публичное позиционирование Компании как ответственного, открытого и надёжного игрока на рынке	Выстраивание открытых и партнёрских взаимоотношений с органами власти и средствами массовой информации



Управление персоналом

Мы стремимся создать безопасные и комфортные условия труда, где каждый сможет реализовать свой потенциал и внести вклад в развитие общества.

Мы стимулируем усиление кросс-функционального взаимодействия между командами, обучаем руководителей принципам эффективного управления и работаем над продвижением корпоративной культуры внутри команд.

Мы развиваем инклюзивную рабочую среду, поощряя разнообразие культур и мыслей. Нам важно, чтобы люди ощущали свою ценность, чувствовали справедливое отношение и имели равные возможности на работе.

Наш подход к управлению персоналом

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо активно реализовывала стратегию, направленную на повышение эффективности, вовлечённости и мотивации сотрудников через совершенствование культуры результативности и продвижение корпоративных ценностей. Была продолжена работа по выстраиванию доверительных отношений, нацеленных на длительное и взаимовыгодное сотрудничество с персоналом.

Инициативы Компании по работе с сотрудниками были сосредоточены по следующим направлениям:

- ▶ привлечение и удержание молодых талантов;
- ▶ повышение доверия к бренду работодателя на рынке труда;
- ▶ создание благоприятной среды для профессионального развития и роста;
- ▶ развитие культуры лидерства и высокой результативности;
- ▶ совершенствование процессов в области HR-эффективности, в том числе за счёт генеративных сетей.

Одной из ключевых задач в отчётном году стало расширение привычных каналов привлечения потенциальных кандидатов. Был масштабирован проект «Приведи друга», в рамках которого сотрудники имеют возможность порекомендовать Компанию для трудоустройства своим друзьям

Компания имеет возможности быстрого и гибкого реагирования при любых изменениях рынка, что позволяет контролировать операционную эффективность без резких изменений численности персонала.

или знакомым. В небольших городах стали более активно использоваться локальные источники поиска, включая объявления, газеты и информационные билборды.

Успешно продолжила работу цифровая экосистема М.Видео-Эльдорадо для персонала в магазинах и подразделениях Компании М.Видео-Эльдорадо, занятых в области клиентского сервиса. Такой подход позволяет объединить основные системы планирования и учёта рабочего времени, синхронизировать их работу между собой и сделать сотрудника активным участником планирования и использования своего рабочего времени через маркетплейс рабочих смен и наглядные онлайн-дашборды результативности. Благодаря качественному управлению человеческим капиталом сотрудники Компании работают более эффективно и лучше понимают корреляцию между усилиями и оплатой. Компания имеет возможности быстрого и гибкого реагирования при любых изменениях рынка, что позволяет контролировать операционную эффективность без резких изменений численности персонала.



В 2024 году Компания была отмечена рядом престижных наград, подтверждающих эффективность подхода к управлению персоналом:

Changellenge Best Company Award

Третье место среди компаний мультикатегорийного ритейла

Конкурс HR IT Awards

Первое место в номинации «HR-автоматизация»

Премия HR Brand 2023

Награда в специальной номинации «Для людей дела» с проектом «Склад с человеческим лицом, или Как мы нашли персонал на флагманский склад за два месяца»

Выход в финал главной номинации «Федерация Гранд» с проектом «К старту в М.Видео-Эльдорадо готов»: эмпатичный чат-бот в цифровом проекте адаптации»

Премия «Цифровая пирамида – 2024»

Лауреаты второй степени с собственным ИТ-решением «Кадровый портал»

Эффективность HR-процессов продолжает поддерживать «Кадровый портал», обеспечивающий бесшовную и гибкую интеграцию всех бизнес-процессов Компании с государственными органами и внешними системами, автоматизацию кадрового администрирования в формате одного окна. «Кадровый портал» позволяет автоматически управлять персоналом с момента найма и до увольнения, процессом отпусков, благодаря порталу у сотрудников есть возможность удалённо и оперативно решать кадровые вопросы.

Развитие корпоративной культуры

М.Видео-Эльдорадо уделяет большое внимание развитию корпоративной культуры и взаимодействию сотрудников внутри команд. Отлаженная, системно выстроенная коммуникация на всех уровнях напрямую влияет на производительность, корпоративную культуру, устойчивость и успех Компании.



Экосистема технологичных решений М.Видео-Эльдорадо повышает эффективность внутренних HR-процессов и вовлечённость, стимулирует достижение сотрудниками высоких результатов.

В поддержку стратегии «Лидерство через клиентоориентированность» в 2023 году была сформирована система ценностей, выполняющая роль ориентира для сотрудников. Данная система способствует закреплению статуса М.Видео-Эльдорадо как Главного эксперта по технике и помогает сотрудникам в решении актуальных бизнес-задач. Ценности интегрированы в операционные процессы Компании и служат практической основой для принятия решений, управления проектами и развития кросс-функционального взаимодействия.

На базе ценностей была разработана модель обще-корпоративных компетенций и проведена ежегодная Эм.Оценка целей и компетенций, в которой приняли участие около 3 тыс. сотрудников офиса и розницы. Особый акцент был сделан на развитии гибких навыков (soft skills), включая адаптацию к корпоративной культуре и разделение философии Компании. Этот подход усиливает вовлечённость персонала, создаёт единую ценностную среду и обеспечивает синергию между индивидуальными достижениями сотрудников и долгосрочными целями Компании.

Обновлённые ценности Компании



Честность

Делаем то, что правильно, а не то, что легко



Результативность

От слов к делу



Неравнодушие

Нам не всё равно



Гибкость

Думаем сегодня, что можно изменить завтра



Партнёрство в команде

Все как один – к единой цели!



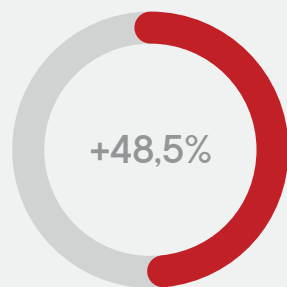
Клиентоориентированность

Мой клиент – моя ответственность

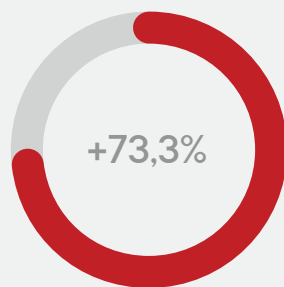
Слушаем, слышим и меняемся

Сила в команде

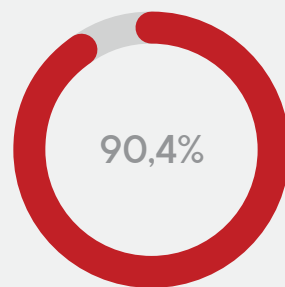
Заботимся о клиенте, чтобы у него не было забот



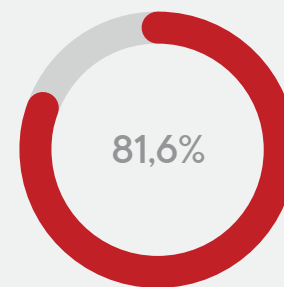
● eNPS



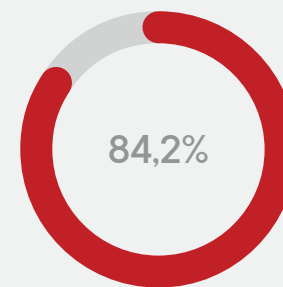
● mNPS



● Вовлечённость



● Лояльность



● Удовлетворённость

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо провела полномасштабный опрос вовлечённости среди всего персонала Компании М.Видео-Эльдорадо. Исследовались такие показатели, как удовлетворённость, вовлечённость, лояльность, eNPS¹ и mNPS².

В опросе приняли участие 92,6% сотрудников, при этом уровень измеряемых показателей оказался одним из лучших значений в отрасли среди компаний в сегменте бытовой техники и электроники. По результатам опроса были выделены две ключевые зоны внимания: «Процессы» и «Признание», для каждой из которых был сформирован план работы для внедрения необходимых изменений и создания комфортной рабочей среды в интересах сотрудников и бизнеса.

Одна из главных задач внутренних коммуникаций – обеспечить вовлечённость команд в открытый диалог с Компанией. В 2024 году М.Видео-Эльдорадо традиционно

провела ежегодную корпоративную конференцию ME.CONF, где топ-руководители рассказывали о достигнутых бизнес-результатах и планах, а также делились историями из жизни. Ключевое сообщение конференции – наши ценности близки каждому сотруднику вне зависимости от его уровня. Конференция впервые собрала всех директоров магазинов «М.Видео» и «Эльдорадо» – в ней приняли участие более 2 тыс. человек.

В 2024 году были созданы и запущены новые информационные каналы для сотрудников в социальных сетях («Telegram» и «ВКонтакте»), а также установлены интерактивные информационные стойки в головном офисе. Это позволило увеличить информированность среди сотрудников различных целевых групп.

С целью увеличения вовлечённости и улучшения качества информации для сотрудников были рассмотрены уже существующие каналы коммуникации,

включая рассылки, дайджесты, бизнес-коммуникации, а также информационные блоги на корпоративном портале ЭМ.LIFE.

Привлечение молодых талантов

Мы уверены, что привлечение и развитие молодых талантов является ключевым фактором успеха Компании на рынке. Для привлечения молодых талантов и формирования преемственности Компания применяет традиционные и передовые инструменты подбора и всегда индивидуально подходит к поиску профессионалов, выбирая наиболее эффективные и релевантные каналы. Молодые специалисты без опыта работы могут присоединиться к Компании в роли продавцов розничных магазинов, пройти практику во время учёбы в вузе или вступить в программу стажировок в головном офисе.

~25%

от общего числа сотрудников Компании М.Видео-Эльдорадо составляют молодые специалисты в возрасте до 25 лет, преимущественно занимающие позиции экспертов розницы

¹ Employee Net Promoter Score (англ.) – индекс удовлетворённости персонала.

² Managerial Net Promoter Score (англ.) – индекс лояльности к руководителю.

См. раздел «[Стажёрские программы и сотрудничество с вузами](#)»

Кадровый состав

Профессиональная команда – главный актив и основное конкурентное преимущество Компании. В 2024 году М.Видео-Эльдорадо фокусировалась на привлечении лучших специалистов и обеспечении их профессионального развития. Компания продолжила уделять внимание операционной эффективности и контролю затрат.

По состоянию на 31 декабря 2024 года списочная численность сотрудников М.Видео-Эльдорадо насчитывала около 26 тыс. человек. В Компании работают специалисты разного возраста, больше половины наших сотрудников относятся к возрастной категории 30–50 лет.

5 лет

средний стаж в Компании

3 898 сотрудников

работают в Компании более 10 лет, из них 2 807 – в рознице

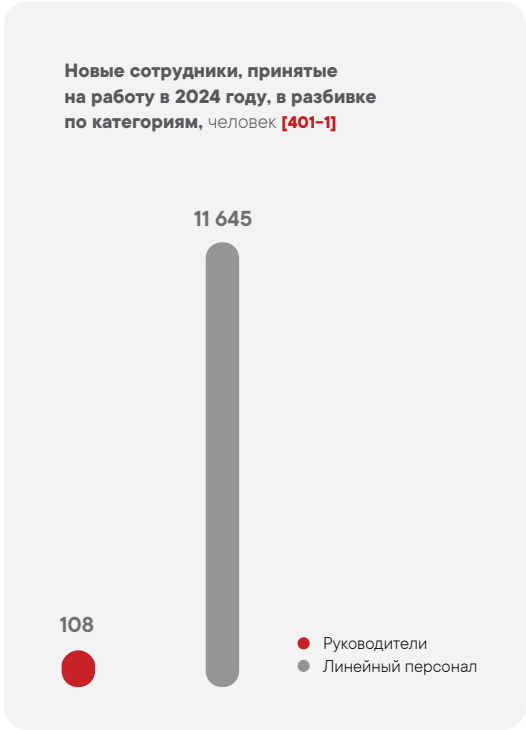
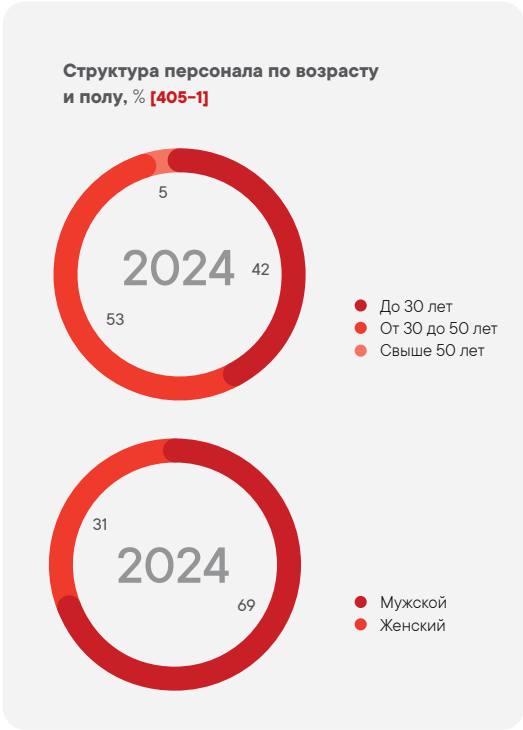
33 года

средний возраст сотрудников

30–50 лет

возраст более половины сотрудников М.Видео-Эльдорадо

¹ Показатели приведены с учётом ООО «Директ Кредит Центр».
² Показатели приведены без учёта ООО «Директ Кредит Центр».



Списочная численность персонала по типу договора и занятости в 2024 году¹, человек [2-7]

Показатель	Бессрочный договор	Срочный договор	Полная занятость	Частичная занятость
Мужчины	14 937	404	15 241	100
Женщины	7 647	222	7 781	88

Создание среды для работы и жизни

Обеспечение равных возможностей

М.Видео-Эльдорадо предоставляет равные карьерные возможности для всех сотрудников, не допуская никаких форм проявления дискриминации и притеснения. Компания никогда не использовала и не использует детский труд или труд по принуждению. Случаев дискриминации в Компании в 2024 году не зафиксировано. [2-23]

В М.Видео-Эльдорадо неукоснительно соблюдается принцип равноправия и отсутствия дискриминации по признаку пола. Доля женщин в списочной численности персонала Компании М.Видео-Эльдорадо сохраняется на уровне 31%. Базовое соотношение окладов у мужчин и женщин составляет 1:1 для всех категорий сотрудников.

Компания М.Видео-Эльдорадо придерживается принципов обеспечения равенства при найме новых сотрудников. На этапе рассмотрения кандидатур рекрутеры Компании М.Видео-Эльдорадо руководствуются исключительно деловыми качествами кандидатов, оценивая прежде всего их профессионализм, лидерские качества, ориентацию на результат и умение работать в команде. Возраст и гендерная принадлежность кандидатов не являются причинами для отказа в приеме на работу, ограничения касаются только специфических должностей.

Важным направлением является развитие инклюзивного трудоустройства. В 2024 году в штате Компании М.Видео-Эльдорадо работало 186 сотрудников с ограниченными возможностями здоровья (0,7% от списочной численности).

Эффективные HR-процессы и мотивация персонала

М.Видео-Эльдорадо постоянно совершенствует подходы к мотивации и повышению эффективности персонала. В отчетном году усилия Компании были сосредоточены на получении честной обратной связи от сотрудников и повышении комфорта условий труда. Это позволило не только удержать ключевой персонал, но и обеспечить возвращение на линейные позиции ранее ушедших сотрудников.

Все сотрудники Компании М.Видео-Эльдорадо могут пользоваться программой скидок и привилегий, включающей более 800 предложений от компаний-партнёров во всех городах присутствия Компании М.Видео-Эльдорадо. В 2024 году сервис скидок и привилегий для персонала помог сотрудникам М.Видео-Эльдорадо сэкономить более 11 млн рублей.



Одним из ключевых индикаторов эффективности управления персоналом является количество внутренних продвижений. В рознице внутренний кандидат всегда в приоритете, поэтому большинство вакансий директоров магазинов закрываются именно внутренними ресурсами. В офисе мы также наращиваем продвижение внутренних кандидатов, в том числе рассматриваем кросс-функциональные перемещения. Таким образом, карьера может быть не только вертикальной, но и горизонтальной. Целевой уровень назначений в Компании за счёт внутреннего кадрового резерва составляет 80%, к концу 2024 года этот показатель достиг 87%.

В 2024 году ключевыми задачами М.Видео-Эльдорадо по увеличению эффективности бизнес-процессов в части управления линейным персоналом (продавцы магазинов) стали:

- ▶ повышение прозрачности мотивации для персонала;
- ▶ увеличение личной эффективности сотрудников и, как результат, рост продаж;
- ▶ повышение уровня линейных руководителей;
- ▶ рост гибкости и точность расчётов численности персонала в магазинах: наши сотрудники должны быть в нужное время в нужном месте;
- ▶ оперативное закрытие потребностей в розничном персонале при положительной динамике продаж за счёт дополнительных рабочих часов на «Бирже смен».

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо продолжила повышать эффективность бизнеса благодаря платформе «Биржа смен», первой в стране автоматизированной системе для шеринга внутреннего персонала в ритейле, созданной М.Видео-Эльдорадо совместно с Verme.

«Биржа смен» соединяет магазины, которым нужны временные работники, и штатных сотрудников, частично занятых на основном рабочем месте, при этом заинтересованных в гибком заработке или новых профессиях. Платформа позволяет сотрудникам находить выгодную подработку, а Компании – квалифицированный временный персонал. В 2024 году благодаря данному решению Компании удалось дополнительно заработать свыше 9 млрд рублей и в 1,5 раза увеличить эффективность более чем 7,5 тыс. сотрудников массовых подразделений.

Компания предоставляет линейным сотрудникам возможность управления своими доходами. Они могут самостоятельно определять дополнительную нагрузку и развивать квалификацию, используя систему дашбордов Sales KPI на корпоративном SuperApp с личных мобильных устройств. Такой подход повышает мотивацию персонала и создаёт новые карьерные возможности. Сервис с элементами геймификации позволяет отслеживать основные показатели эффективности в режиме реального времени и получать оперативную обратную связь по составу чеков, тем самым мотивируя увеличивать свои продажи.

В результате использования системы дашбордов Sales KPI:

89%

сотрудников используют SuperApp постоянно

>2 млн

биржевых часов отработано сотрудниками из 2,8 млн заявленных (рост конверсии на 4,2 п. п. год к году)

>17 млрд руб.

приносит использование системы дашбордов Sales KPI в годовой GMV

Обучение и развитие сотрудников

[404-2]

Одни из приоритетных целей М.Видео-Эльдорадо – обучать и развивать своих сотрудников. В 2024 году мы сохранили бюджет на обучение персонала на уровне прошлого года и предоставили сотрудникам возможность не только повышать экспертность и улучшать технические навыки, но и совершенствовать управленческие компетенции.

Ключевой целевой аудиторией для инвестиций в развитие стали руководители всех уровней. Для каждого управленческого звена разработаны специализированные программы и форматы обучения.

В обучении мы традиционно придерживаемся смешанного формата. В рознице реализуется баланс из диджитал- и human-to-human-решений, в офисе мы чаще применяем онлайн- или офлайн-форматы. В 2024 году значительное внимание уделялось наставничеству и активному привлечению внутренних экспертов к процессу передачи знаний молодым специалистам.

Программы повышения эффективности розничного персонала

В отчётном году мы продолжили повышать эффективность образовательных программ и укреплять экспертность сотрудников розницы в области продаж и взаимодействия с клиентами. В рамках этой работы наш флагманский проект «Академия ТехноЭкспертов» трансформировался в экосистему образовательных решений для обучения продукту и клиентскому сервису. Были созданы «ПРОФИ клубы» по приоритетным продуктовым направлениям, а также внедрены механики вовлечения не только в процесс обучения, но и в подтверждение квалификации, такие как «Диктант продавца» и «Битва ТехноЭкспертов». Охват участия в этих инициативах составил более 90% целевой аудитории.

«Академия ТехноЭкспертов» способствует непрерывному обучению персонала и повышению как личной, так и командной эффективности.

~2,6 тыс.

сотрудников прошли процесс адаптации в 2024 году

87%

уровень NPS, +5 п. п. к 2023 году

Обновлён формат уроков и проверки знаний в «Академии ТехноЭкспертов»

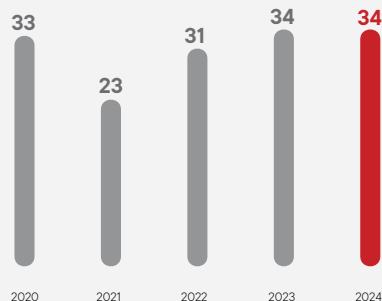
94%

продавцов обучились в рамках «Академии» и успешно прошли все испытания

>90%

сотрудников оставляют положительные отзывы и оценивают обучение в «Академии» на 4 и 5 баллов из 5 возможных

Среднее количество часов обучения на одного сотрудника, чел. ч [404-1]



2024 год стал периодом активного развития и масштабирования наиболее успешных образовательных проектов. Мы продолжили фокусироваться на поиске оптимальных решений и форматов, включая те, которые позволяют использовать потенциал современных технологий. В рамках одного из пилотных проектов мы интегрировали AI-ментора в корпоративное обучение по взаимодействию с клиентами, создав реалистичный голосовой тренажёр для отработки эффективного общения и решения сложных ситуаций. Тренажёр доступен сотрудникам в их смартфонах. Проект позволил продавцам не только практиковаться на реалистичных и уникальных кейсах взаимодействия с клиентами, но и получать персонализированную обратную связь, что значительно повышает качество обучения.

Программы обучения сотрудников офиса

В рамках программ обучения сотрудников офиса в отчётном году мы сосредоточились на расширении возможностей обучения для всех сотрудников вне зависимости от занимаемой должности и направления деятельности. Была проведена работа по поиску оптимальных образовательных форматов, позволяющих проходить обучение, при этом сохраняя эффективность в решении рабочих задач. Одним из ключевых проектов стал SMART.TALKS – внутренний образовательный лекторий, направленный на развитие ключевых компетенций и навыков. Мы организовали и провели 19 мастер-классов на различные темы, от питчинга до эффективного использования MS Excel. Нашими спикерами были приглашённые профессионалы по каждой из тем. Мастер-классы посетили в общей сложности 1,8 тыс. сотрудников офиса.

Ещё одним важным проектом является курс для начинающих руководителей «Плейлист руководителя». Это гибридная программа, которая состоит из четырёх модулей и направлена на адаптацию к новой должностной роли, а также на овладение эффективными инструментами управления. Формат программы сочетает гибкость и комфортный темп обучения теории с возможностью отработать навыки не только самостоятельно, но и на практикумах под руководством экспертов совместно с другими участниками. Особенностью программы является её нарративная составляющая. В процессе обучения менеджмента мы используем музыкальные метафоры, что способствует более глубокому пониманию материала.

Кроме того, в 2024 году мы обновили внутреннюю библиотеку курсов и образовательных программ, добавив в неё 20 новых курсов. Библиотека содержит около 200 курсов по различным направлениям и компетенциям, актуальным для менеджмента и линейных сотрудников.

Ключевые показатели проекта:

4,7 CSI
(общая удовлетворённость участников)

85% NPS
(готовность дать рекомендацию)

95% CSAT
(удовлетворённость спикерами)

Развитие лидерских компетенций менеджмента

Для развития управленческих компетенций в М.Видео-Эльдорадо разработаны и успешно реализуются лидерская программа «Level Up: три ступени лидерства» для офисных сотрудников и программы подготовки кадрового резерва на позиции директора магазина и управляющего регионом для розницы.

В 2024 году была реализована масштабная программа подготовки будущих директоров магазинов в системе «Эм.Pro_ДМ», которая проводилась в очно-заочном формате в две волны. Программа была разработана и проведена на 80% с участием внутренних экспертов и сосредоточена на двух основных

Пять лидеров М.Видео-Эльдорадо вошли в рейтинг «Топ-1000 российских менеджеров» в 2024 году.

направлениях – «Магазин как система» и «Директор как предприниматель». Всего за 2024 год программа позволила подготовить 240 резервистов.

Программа подготовки управляющих регионом в отчётном году также показала свою эффективность: на конец года в резерве оставались трое из 11 участников, остальные были назначены на позиции управляющих. В связи с этим было принято решение продолжить плановую подготовку будущих руководителей регионов и осуществить многоэтапный отбор в программу обучения в 2025 году. По итогам отбора 16 лучших директоров магазинов получили приглашения принять участие в обучении.

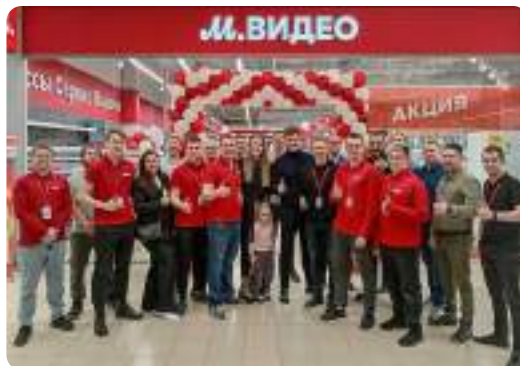
Для повышения уровня лидерских компетенций в офисе для руководителей среднего звена была разработана программа, которая позволила усилить навыки 20 лучших сотрудников в направлениях «Я лидер», «Лидер и команда», «Лидер и среда» в рамках одноимённых модулей. Участники также приобрели опыт в выстраивании нестандартного взаимодействия в формате иммерсивного обучения («диалог в темноте») и работали над развитием эмоционального интеллекта с предварительной диагностикой. Программа получила высокую оценку участников и положительную обратную связь от их руководителей. Показатель NPS (готовность рекомендовать программу) составил 98%.

Формирование системы преемственности и Top Talent review

М.Видео-Эльдорадо стремится возвращать таланты среди своих сотрудников и обеспечивать преемственность на уровнях управления CEO-1 и CEO-2 во всех функциях Компании. Такие руководители имеют уникальную ДНК Компании и способны принимать решения на качественно более высоких уровнях.

В каждой функции на ежегодной основе определяются ключевые для Компании позиции, а затем проводится глубинная оценка сотрудников на данных позициях с точки зрения их эффективности и потенциала. Данная работа включает в себя подготовку сценариев для выбранных ключевых позиций. В результате сотрудники получают индивидуальные планы и задачи по развитию, а также новые предложения в рамках карьерной лестницы и обновлённый подход к мотивации.

В 2024 году продолжилась активная работа по вовлечению руководителей в культуру работы с обратной связью в соответствии с ценностями Компании М.Видео-Эльдорадо. Были организованы два больших мероприятия по выбору преемников на уровне топ-команды (Top Talent review), а также внедрены регулярные инструменты обратной связи от коллег в анонимном формате. Выявление талантов теперь проходит и на уровне дирекций в локальных Talent review, что позволило значительно увеличить количество участников этих мероприятий. Такая работа с молодыми и перспективными сотрудниками даёт им возможности для роста в начале их карьеры в М.Видео-Эльдорадо.

**77**

количество ключевых позиций

72%

доля преемников (1–2 года)

530

количество участников Talent review

Стажёрские программы и сотрудничество с вузами

Компания М.Видео-Эльдорадо поддерживает долгосрочное сотрудничество с крупнейшими вузами страны и привлекает к прохождению практики и стажировки студентов и выпускников Московского государственного института международных отношений МИД Российской Федерации (МГИМО), Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (ФУ), Государственного университета управления (ГУУ), Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (МГУ), Всероссийской академии внешней торговли (ВАВТ) и др.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо сотрудничала с 13 ведущими вузами России.

На ИТ-стажировку чаще всего поступают студенты и выпускники МИФИ и МГТУ им. Н. Э. Баумана, а на М.Стажировку в центральный офис – НИУ ВШЭ и МГУ.

Компания М.Видео-Эльдорадо оказывает помощь студентам в профессиональном самоопределении, способствует трудоустройству и эффективному построению выпускниками карьеры внутри Компании.

Стажировка в М.Видео-Эльдорадо – полугодовая программа, где студенты получают полноценную зарплату, участвуют в различных проектах и имеют возможность понять изнутри, как устроена Компания, какие элементы являются ключевыми для бизнеса. Это позволяет определить свою ценность как сотрудника для Компании и в дальнейшем осознанно подойти к выбору отдела для постоянного трудоустройства.

В течение 2024 года было реализовано три потока стажёрских программ: на позиции в центральный офис и на ИТ-программу стажировок. Более 60% пришедших в Компанию стажёров были приняты на вакансии внутри Компании М.Видео-Эльдорадо.

Здоровье сотрудников и безопасные условия труда

Одной из основных корпоративных ценностей М.Видео-Эльдорадо является безопасность труда и защита здоровья сотрудников во всех бизнес-процессах Компании.

Компания осуществляет централизованное управление безопасностью и охраной труда. Управление деятельностью в данной области регламентировано и организовано в соответствии с требованиями законодательства в области охраны труда, а также действующими в Компании М.Видео-Эльдорадо Политикой в области охраны труда и Положением о системе управления охраной труда. **[403-1]**

Основными показателями результативности системы управления охраной труда являются снижение производственного травматизма и отсутствие профессиональных заболеваний. Ключевые инструменты оценки безопасности:

- ▶ периодическая проверка знаний работников;
- ▶ проведение специальной оценки условий труда;
- ▶ идентификация опасностей и оценка профессиональных рисков.

Меры по улучшению условий труда и предупреждению травматизма

[403-9]
Для минимизации рисков травматизма среди персонала в М.Видео-Эльдорадо применяются инновационные технологии и цифровизация процессов. Компания

М.Видео-Эльдорадо инвестирует дополнительные средства в мероприятия по охране труда, направляя более 1% от затрат на производство услуг вместо установленного законодательством минимального уровня в 0,2%.

Среди мероприятий, направленных на защиту жизни и здоровья сотрудников, регулярно проводятся:

- ▶ специальная оценка условий труда;
- ▶ управление профессиональными рисками;
- ▶ производственный контроль соблюдения санитарного законодательства;
- ▶ инструктажи и обучение безопасным методам и приемам выполнения работ, оказанию первой помощи;
- ▶ тематические вебинары и встречи в режиме диалога, каскадные коммуникации и индивидуальные консультации для сотрудников;
- ▶ аудиты практики охраны труда и соблюдения сотрудниками правил и инструкций по охране труда;
- ▶ обеспечение сотрудников специальной одеждой и обувью в зависимости от выполняемых работ в соответствии с нормативными документами.

При выявлении несоответствий незамедлительно проводятся необходимые корректирующие мероприятия. Более трёх лет в Компании функционирует электронный сервис для сообщений работников в отдел по охране труда о выявленных нарушениях, несчастных случаях и микротравмах. **[2-26]**

Ключевые подразделения на регулярной основе проводят самопроверки состояния охраны труда по чек-листам на электронных платформах с подтверждением фотоотчётами. Такие аудиты проводятся не менее двух раз в год и позволяют использовать единый подход к выявлению опасностей и своевременному проведению корректирующих мероприятий. **[403-2]**

Обучение работников в области безопасности и охраны труда

Обучение является важным инструментом для развития высокой культуры безопасности в Компании М.Видео-Эльдорадо. Все работники и руководители получают информацию об опасностях и о средствах управления рисками на рабочем месте. Это способствует формированию более глубокого понимания законодательных требований и наилучших практик в области охраны здоровья и безопасности труда, а также позволяет повысить уровень безопасности на каждом рабочем месте.

Сотрудники подразделений регулярно проходят обязательное обучение по охране труда. Для качественного обучения специально разработаны и применяются уникальные дистанционные курсы и тематические вебинары.

Руководители и ответственные лица по охране труда проходят обучение на базе специализированных аккредитованных учебных центров, взаимодействие с которыми полностью автоматизировано. Это позволяет обеспечить обучение всех ответственных лиц и оптимизировать время для контроля результатов и организации процесса. **[403-5]**

Результаты в области охраны труда

В М.Видео-Эльдорадо проводится специальная оценка условий труда на всех рабочих местах. В случае выявления недостатков по результатам оценки оперативно принимаются меры для улучшения условий работы сотрудников. Для вновь созданных рабочих мест такая оценка проводится на ежегодной основе. **[403-9]** В зависимости от условий труда и в соответствии с результатами специальной оценки условий труда сотрудникам Компании М.Видео-Эльдорадо предоставляются компенсации.

Обучение работников в области безопасности и охраны труда, человек **[403-5]**

Показатель	2023	2024
Обучение руководителей и специалистов в области охраны труда в учебном центре	1 403	2 097
Обучение по охране труда при работе на высоте в учебном центре	2 024	2 297
Обучение водителей промышленного транспорта до 4 кВт и свыше 4 кВт	354	471
Обучение в области электробезопасности	325	91
Обучение по работе с грузоподъемными механизмами (лифты, подъемники)	11	65
Внутреннее обучение по охране труда работников по безопасным методам и приемам работы, оказанию первой помощи	12 105	19 233

Охват системы управления охраной труда [403-8]

Показатель	2023	2024
Доля сотрудников, охваченных системой управления охраной труда, %	100	100
Всего рабочих мест, подлежащих специальной оценке условий труда	10 212	9 897
Количество рабочих мест, прошедших специальную оценку условий труда, из них отнесены:	5 263	3 412
к I классу	55	64
II классу	3 504	2 743
III классу	1 704	605
IV классу	0	0

Показатели травматизма [403-9]

Показатель	2024
Количество несчастных случаев на производстве, человек	16
в том числе тяжёлых несчастных случаев	1
в том числе смертельных несчастных случаев	0
Коэффициент несчастных случаев со смертельным исходом (FAR)	0
Коэффициент травматизма с потерей рабочего времени (LTIR)	0.38
Количество микротравм	15
Общий регистрируемый коэффициент травматизма (TRIR)	0.75
Коэффициент частоты травматизма на 1 тыс. работников	0.74
Коэффициент тяжести травматизма	37.6

Строгое соблюдение норм безопасности труда и применение средств механизации позволяют минимизировать травматизм на рабочих местах, что, в свою очередь, снижает потерю рабочего времени.



Количество полученных травм в 2024 году в разбивке по типу, шт.



Количество полученных травм в 2024 году в разбивке по причине, %



Развитие местных сообществ



[203-1]

Неравнодушие и ответственность за будущее являются одними из ключевых ценностей Компании М.Видео-Эльдорадо. Ориентируясь на принципы устойчивого развития, мы уделяем большое внимание благотворительной и волонтерской деятельности для достижения следующих целей:

- ▶ помощь уязвимым категориям населения в решении социальных проблем;
- ▶ формирование инклюзивного общества;
- ▶ содействие сохранению и восстановлению природного наследия России;
- ▶ создание условий для развития социальной и общественной инфраструктуры в регионах присутствия;
- ▶ улучшение качества жизни людей в регионах присутствия.

В 2024 году Компания М.Видео-Эльдорадо совместно с благотворительным фондом «Красивые дети в красивом мире» в восьмой раз провела ежегодную благотворительную акцию «Шары добра». За два месяца

покупатели магазинов «М.Видео» и «Эльдорадо» собрали более 27,6 млн рублей, купив благотворительные игрушки. Всего на новогодних ёлках по всей стране появилось 247,7 тыс. добрых украшений, самой популярной из которых стала игрушка со снежным барсом – символом благотворительной деятельности Компании М.Видео-Эльдорадо и фонда. Все собранные средства направлены на финансирование высокотехнологичных операций для детей с врожденными и приобретенными патологиями, а также на поддержку заповедников и национальных парков России. В 2024 году фонд профинансировал 80 этапов лечения 47 детям с челюстно-лицевыми патологиями.

В рамках ежегодного конкурса «Красивый мир» фонда «Красивые дети в красивом мире» десять природоохранных проектов, созданных сотрудниками заповедников, национальных парков и экологических организаций, получили гранты общим объемом 9 млн рублей на сохранение уникальных природных богатств нашей страны и повышение экологической грамотности подростков.

Компания М.Видео-Эльдорадо вошла в топ-3 торговых сетей по социальной эффективности в рейтинге агентства АК&М.

Программа БФ «Красивые дети в красивом мире» стала лауреатом премии «Лучшие социальные проекты России – 2024».

В рамках ежегодной корпоративной конференции ME.CONF фондом «Красивые дети в красивом мире» была вручена ежегодная награда «Добрый дивизион» за вклад сотрудников Компании М.Видео-Эльдорадо в совместные благотворительные проекты.

Особенностью конкурса 2024 года стала специальная номинация М.Видео-Эльдорадо «Охрана природы и биологическое разнообразие», в рамках которой поддержку получило лучшее решение по повышению уровня экологической грамотности и эффективности природоохранной деятельности.

Сотрудники Компании М.Видео-Эльдорадо оказывают финансовую поддержку фонду, в том числе участвуя в корпоративных благотворительных акциях. В 2024 году состоялся десятый, юбилейный благотворительный забег «Бегу за улыбкой», в котором приняли участие не только сотрудники Компании, но и клиенты М.Видео-Эльдорадо. Благодаря усилиям более 4 тыс. участников из 295 городов мероприятие собрало рекордные 1,6 млн рублей. Средства были направлены подопечным фонда «Красивые дети в красивом мире».



М.Видео-Эльдорадо второй год подряд организовала благотворительную акцию «Ёлка добра», в ходе которой исполнила желания подопечных комплексного центра социального обслуживания и реабилитации «Орехово-Зуевский». Более 200 опекунов, среди которых свыше 100 пожилых людей, получили подарки от наших сотрудников: технику, наборы для творчества и др.

Фонд продолжает финансирование проектов, направленных на просветительскую деятельность, сохранение биоразнообразия и редких видов животных и растений, а также на борьбу с лесными пожарами. В 2024 году фонд поддержал 27 природоохранных проектов в заповедниках и национальных парках России и помог спасти от пожаров около 50 тыс. кв. км заповедных степей и лесов, более 3 тыс. диких птиц, пострадавших по вине человека, и свыше 30 видов редких растений и животных от исчезновения.

Для привлечения внимания к сохранению редких животных в заповедниках Компания М.Видео-Эльдорадо и фонд сделали снежного барса символом совместных благотворительных проектов, связанных с охраной окружающей среды. Изображение этой уникальной дикой кошки сопровождает все акции фонда «Красивые дети в красивом мире» и Компании М.Видео-Эльдорадо.

В сентябре 2024 года Компания М.Видео-Эльдорадо поддержала фестиваль «Мой снежный барс». Программа фестиваля включала творческий конкурс, благодаря которому более 250 человек внесли вклад в распространение идей по сохранению снежного барса.



За 10 лет реализации благотворительного забега «Бегу за улыбкой»:

~500 тыс. км
преодолели наши сотрудники

11,3 млн руб.
собрано на помощь детям

Развитие проектов в сфере циклической экономики и устойчивого развития

Цель М.Видео-Эльдорадо – 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.

Мы вносим вклад в ответственное потребление и развитие всей отрасли переработки в России – как главный эксперт по технике, мы помогаем клиентам не только с её выбором, покупкой и обслуживанием, но и с переработкой, не допуская попадания отработанных устройств на полигоны твёрдых бытовых отходов. Механизм расширенной ответственности производителя и импортёра за утилизацию вышедших из обращения потребительских товаров позволяет М.Видео-Эльдорадо реализовывать свою экологическую ответственность общественно полезным способом через инвестиции в отрасль переработки.

В проект входят

800 МАГАЗИНОВ
в 36 РЕГИОНАХ
России



Результаты программ утилизации М.Видео-Эльдорадо¹:

7,3 тыс. т
передано на лицензированные предприятия для переработки, из них:

340 тыс.
устройств

16,3 млн
батареек

В 2024 году проекты М.Видео-Эльдорадо по утилизации получили сразу три премии: Eco Best Awards 2024 в номинации «Компания-лидер популяризации экологической безопасности», Retail Week Awards в номинации «Лучший ESG-проект года в ритейле, а также Компания М.Видео-Эльдорадо стала победителем программы «Лучшие ESG-проекты России» в категории «Ответственное потребление и производство. Сокращение воздействия на окружающую среду».

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо сохранила фокус на развитии первой в России федеральной инфраструктуры сбора на утилизацию бытовой техники и электроники от покупателей и продолжила реализацию программ утилизации «Умная переработка» («М.Видео») и «Правильная утилизация» («Эльдорадо»). В этих двух программах участвуют восемь крупнейших лицензированных заводов по переработке электронных отходов.

В отчётном году клиенты передали на переработку 54 тыс. единиц техники общим весом 1,6 тыс. т (рост на 8% по сравнению с 2023 годом) и 4,9 млн батареек общим весом 99 т (на 16% больше, чем годом ранее). Эти результаты подтверждают устойчивый рост интереса россиян к экологическим инициативам М.Видео-Эльдорадо и ответственному потреблению техники и электроники.

М.Видео-Эльдорадо владеет самой большой в России инфраструктурой по сбору электролома.

¹ Суммарно за весь срок действия программ.

Отвечая на запрос экологически ответственных покупателей, М.Видео-Эльдорадо продолжает поддерживать экологические программы, такие как сервис «Экотакси» – услугу вывоза и утилизации устаревших устройств. Количество регионов, охваченных данным сервисом, в 2024 году составило 18.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо запустила принципиально новый продукт – подписку М.Комбо с уникальным набором сервисов и предложений, частью которых стала возможность бесплатной утилизации старой техники. Ещё одним драйвером роста количества утилизируемой техники через программы М.Видео-Эльдорадо стало денежное вознаграждение клиенту от компании-партнёра ООО «Мои платежи» за сдачу техники от трёх единиц.

Вся полученная от покупателей техника регистрируется в автоматизированной сквозной IRM-системе (собственный ИТ-продукт Компании) и отправляется на одно из шести лицензированных предприятий по переработке. После утилизации в производство возвращается до 97% материалов, извлекаемых из сдаваемой техники, от металлов до дефицитного АБС-пластика. Полученное сырьё идёт как в производство различных бытовых изделий, так и на промышленные нужды: ремонт дорожного покрытия или производство деталей автомобилей.



Лидерами по количеству собранной техники и батареек в 2024 году стали Москва, Санкт-Петербург, Самара, Казань, Уфа, Челябинск, Нижний Новгород, Воронеж и Волгоград. В список лидеров вошли новые города (Уфа, Воронеж и Волгоград), что свидетельствует о росте популярности экологической программы М.Видео-Эльдорадо в регионах и усилении экологической активности россиян за пределами крупнейших мегаполисов.

В 2024 году Компания М.Видео-Эльдорадо продолжила реализовывать инициативы по достижению углеродной нейтральности, сбору и утилизации оборудования

и материалов, образовавшихся в процессе собственной деятельности. Мы передали на переработку специализированным предприятиям 13,6 тыс. т упаковки от товара (картона, плёнки, скотча и палет), из них 4 тыс. т – в 2024 году.

В 2024 году М.Видео-Эльдорадо и Российский экологический оператор продолжили сотрудничество в сфере утилизации электронных отходов. РЭО была создана карта сбора электронных отходов на сайте и в специальном приложении, на которую были нанесены магазины М.Видео-Эльдорадо, поддерживающие программы утилизации.



Вклад 2024 года:

~2,6 тыс. т

передано на лицензированные предприятия для переработки, из них:

55 тыс.

устройств

~5 млн

батареек

Выбираем передовые практики управления

В вопросе корпоративного управления мы следуем лучшим принципам и мировым практикам. Мы совершенствуем собственную управленческую систему, рассматривая ее как стратегический ресурс для роста и устойчивости бизнеса.

3 НЕЗАВИСИМЫХ ДИРЕКТОРА,



включая председателя Совета директоров (треть от общего числа директоров)

4,5 БАЛЛА



(отлично/эффективно) – результат самооценки работы Совета директоров



Система корпоративного управления

Заявление Совета директоров Общества о соблюдении принципов и рекомендаций корпоративного управления, закреплённых Кодексом корпоративного управления

В соответствии с Кодексом корпоративного управления, одобренным Банком России и рекомендованным к применению акционерными обществами, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам (письмо от 10 апреля 2014 года № 06-52/2463), именуемым далее «Кодекс», а также рекомендациями Банка России по составлению отчёта о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления (письмо Банка России от 27 декабря 2021 года № ИН-06-28/102 «О раскрытии в годовом отчёте публичного акционерного общества отчёта о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления», далее – рекомендации Банка России), устанавливающими принципы корпоративного управления в акционерных обществах, Совет директоров Общества в своей деятельности обязуется следовать наиболее полному и точному их соблюдению. При этом Совет директоров Общества констатирует, что отдельные положения (принципы) Кодекса в настоящее время не выполняются (частично или полностью) в силу ряда обстоятельств, подробно описанных в разделе «Объяснения

отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления» в [приложении «Отчёт о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления» к настоящему Годовому отчёту](#).

В качестве методологии, по которой Обществом проводилась оценка соблюдения принципов и рекомендаций корпоративного управления, закреплённых Кодексом, применялись рекомендации Банка России. Общество использовало форму отчёта о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления, рекомендованную Банком России.

В рамках оценки среди прочего анализировалось соответствие практики корпоративного управления и внутренних процедур Общества принципам и рекомендациям Кодекса. Результаты оценки содержатся в отчёте о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления, являющемся частью настоящего Годового отчёта.

Под корпоративным управлением Общество понимает совокупность элементов и процессов, обеспечивающих управление и контроль за его деятельностью и включающих систему взаимоотношений между исполнительными органами Общества, его Советом директоров, акционерами и другими заинтересованными сторонами.

Общество уделяет большое внимание системе корпоративного управления и её совершенствованию, понимая, что следование принципам и лучшим практикам корпоративного управления – важнейшее условие его успешного развития.

Система корпоративного управления Общества основана на требованиях действующего законодательства Российской Федерации и Правилах листинга ПАО Московская Биржа.

При построении и совершенствовании корпоративного управления Общество также руководствуется принципами и рекомендациями Кодекса и иными рекомендациями Банка России.

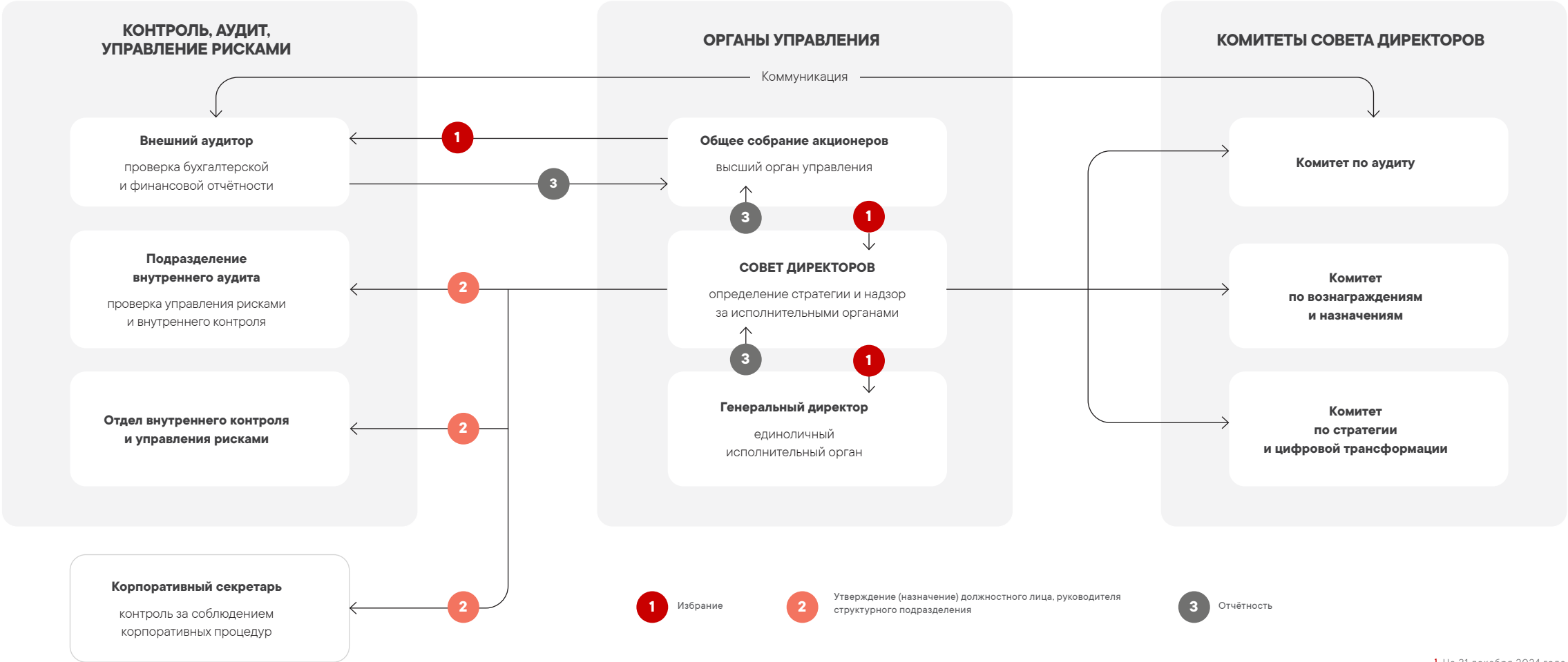
Ключевые принципы корпоративного управления:

- ▶ равное и справедливое отношение ко всем акционерам при реализации ими права на участие в управлении Обществом;

- ▶ осуществление Советом директоров стратегического управления деятельностью Общества, определение основных принципов и подходов организации системы управления рисками и внутреннего контроля, контроль деятельности исполнительных органов;
- ▶ профессионализм и эффективность деятельности Совета директоров, подотчётность Совета директоров акционерам Общества;
- ▶ осуществление исполнительным органом руководства текущей деятельностью Общества в интересах обеспечения его долгосрочного устойчивого развития и получения акционерами выгоды от этой деятельности, подотчётность исполнительного органа Совету директоров Общества и его акционерам;
- ▶ своевременное раскрытие полной и достоверной информации об Обществе, обеспечивающее прозрачность его деятельности для акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц;
- ▶ 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;
- ▶ учёт ESG-факторов и определение стратегии устойчивого развития Общества и всех активов, входящих в Компанию М.Видео-Эльдорадо¹.

¹ Здесь и далее под дочерними организациями Компании М.Видео-Эльдорадо понимаются хозяйственные общества, находящиеся под прямым и (или) косвенным контролем ПАО «М.Видео».

Система корпоративного управления¹ [2-9]



¹ На 31 декабря 2024 года.

Ключевые изменения
в корпоративном управлении
в 2024 году

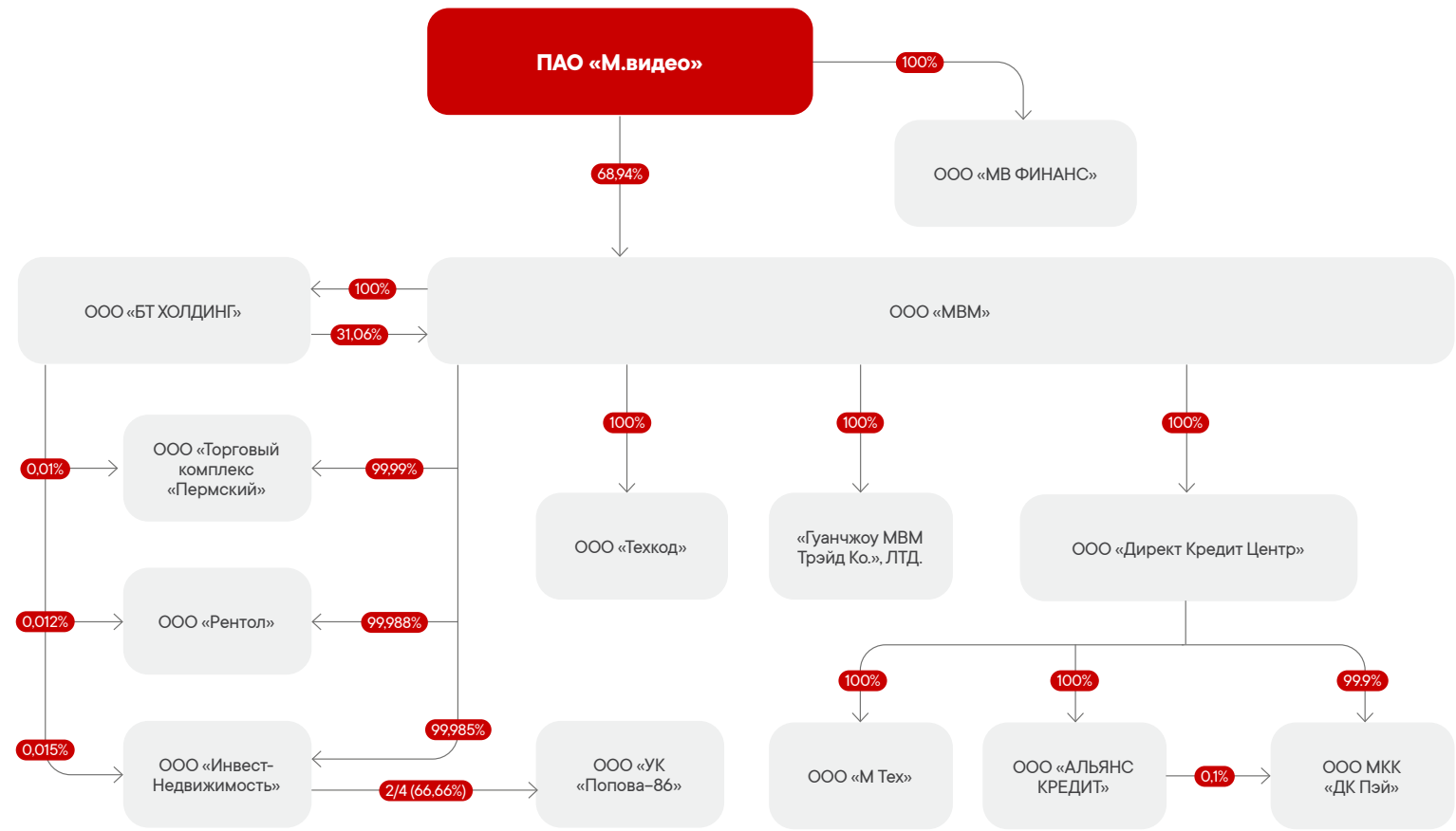
В отчётном году годовым общим собранием акционеров Общества были утверждены [изменения в Устав Общества](#), связанные с увеличением количества объявленных акций.

Изменения в структуре Компании
М.Видео-Эльдорадо

В отчётном году Компания М.Видео-Эльдорадо продолжала вести работу по совершенствованию корпоративной структуры для обеспечения наиболее эффективного управления в организациях, входящих в Компанию М.Видео-Эльдорадо, а также предпринимала шаги по расширению спектра деятельности путём учреждения новых юридических лиц.

В рамках Компании М.Видео-Эльдорадо в отчётном году было учреждено общество с ограниченной ответственностью «Техкод», 100%-ная дочерняя организация основной операционной структуры Компании М.Видео-Эльдорадо – общества с ограниченной ответственностью «МВМ», основным видом деятельности которого является оптовая торговля бытовыми электротоварами.

Корпоративная структура Компании М.Видео-Эльдорадо¹



¹ На 31 декабря 2024 года.

Органы управления

Общее собрание акционеров

Общее собрание акционеров является высшим органом управления Общества, которым принимаются решения по основным вопросам деятельности Общества.

Перечень вопросов, относящихся к компетенции общего собрания акционеров, определён Федеральным законом «Об акционерных обществах» и [Уставом Общества](#).

📄 Положение об общем собрании акционеров ПАО «М.видео»

В 2024 году проведено три общих собрания акционеров, на которых рассмотрены следующие ключевые вопросы:

- ▶ о распределении прибыли (в том числе выплата (объявление) дивидендов) и убытков ПАО «М.видео» по результатам 2023 года;
- ▶ о досрочном прекращении полномочий и избрании членов Совета директоров Общества;
- ▶ об утверждении аудитора Общества;
- ▶ об определении количества, номинальной стоимости, категории (типа) объявленных акций Общества и прав, предоставляемых этими акциями;
- ▶ об утверждении изменений в Устав Общества.

Совет директоров

Совет директоров является ключевым элементом системы корпоративного управления Общества, осуществляющим общее руководство деятельностью Общества.

Совет директоров подотчётен общему собранию акционеров: члены Совета директоров избираются решением общего собрания акционеров, при этом их полномочия могут быть в любой момент прекращены решением общего собрания акционеров. **[2-10]**

Компетенция Совета директоров определена в Уставе Общества и чётко разграничена с компетенцией исполнительного органа, осуществляющего руководство текущей деятельностью Общества. **[2-17]** Совет директоров осуществляет стратегическое управление Обществом, определяет основные принципы и подходы к организации в Обществе системы управления рисками и внутреннего контроля.

📄 Положение о Совете директоров ПАО «М.видео»

В целях осуществления указанных функций за Советом директоров закреплены следующие полномочия:

- ▶ определение приоритетных направлений деятельности Общества; **[2-12]**
- ▶ утверждение (изменение) плана долгосрочного стратегического развития (стратегии) Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, в том числе маркетинговой стратегии, стратегии развития и поддержания бренда, утверждение отчётов об исполнении стратегии Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, а также определение порядка и периодичности представления таких отчётов; **[2-14]**
- ▶ утверждение системы управления рисками и внутреннего контроля Общества, утверждение политики в области управления рисками и внутреннего контроля Общества, утверждение матрицы рисков Общества.

Совет директоров также реализует иные функции в рамках компетенции, определённой Федеральным законом «Об акционерных обществах» и Уставом Общества.

Одной из важнейших функций Совета директоров является формирование эффективных исполнительных органов и обеспечение 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 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);
- ▶ контроль исполнения решений Совета директоров и общего собрания акционеров.

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 Компании М.Видео-Эльдорадо застрахована. По итогам проведения конкурса в 2024 году для страхования ответственности директоров и должностных лиц Компании М.Видео-Эльдорадо было выбрано САО «ВСК». Страховая сумма составила 1,1 млрд рублей. Дополнительно была застрахована ответственность независимых директоров на сумму 180 млн рублей. Страхование ответственности членов Совета директоров является их дополнительной привилегией, позволяющей повысить эффективность ответственности и мотивировать компетентных специалистов войти в состав Совета директоров.

Информация о деятельности Совета директоров, включая сведения о проведенных заседаниях, раскрывается на официальном сайте Общества в форме сообщений о существенных фактах, а также в составе Годового отчета Общества, что обеспечивает информационную прозрачность деятельности Совета директоров.

Общество и дочерние организации Компании М.Видео-Эльдорадо не выдавали займов (кредитов) членам Совета директоров.

В течение 2024 года уведомлений от членов Совета директоров о наличии у них конфликта интересов (в том числе связанного с участием в органах управления конкурентов Общества) не поступало.

Общим собранием акционеров Общества 28 декабря 2020 года был определен количественный состав Совета директоров – девять человек.

Состав Совета директоров формируется из лиц, имеющих безупречную деловую и личную репутацию и обладающих знаниями, навыками и опытом, которые позволяют им выполнять все обязанности членов Совета директоров, а также непосредственно способствовать эффективной работе Совета директоров с учетом баланса интересов акционеров, Общества, менеджмента и иных заинтересованных лиц. [2-10] В соответствии с принципом диверсификации состав Совета директоров Общества является разнообразным с точки зрения профессиональной специализации («финансы и кредит», «экономика и управление на предприятии», «юриспруденция», «коммерция (ритейл)» и пр.).

Состав Совета директоров

В 2024 году действовали четыре состава Совета директоров – состав, избранный годовым общим собранием акционеров 27 июня 2023 года, состав, избранный внеочередным

общим собранием акционеров 12 января 2024 года, состав, избранный годовым общим собранием акционеров 14 июня 2024 года, и состав, избранный внеочередным общим собранием акционеров 26 сентября 2024 года.

Информирование впервые избранных членов Совета директоров

В Обществе действует формализованная программа ознакомительных мероприятий для впервые избранных членов Совета директоров.

Целью программы является максимально быстрое и эффективное ознакомление впервые избранных членов Совета директоров со всеми существенными аспектами деятельности Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо и принятыми практиками корпоративного управления для введения в должность и формирования понимания у впервые избранных членов Совета директоров своей роли. В рамках прохождения программы члены Совета директоров получают всю необходимую информацию об основных правах и обязанностях члена Совета директоров, основных документах Общества и порядке ознакомления с ними, порядке взаимодействия вновь избранных членов Совета директоров

с топ-менеджментом Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, порядке и формах проведения заседаний Совета директоров и комитетов Совета директоров, а также информацию о системе корпоративного управления Общества, ответственности членов Совета директоров и страховании ответственности членов Совета директоров Общества.

В 2024 году впервые избранные в состав Совета директоров члены Совета директоров прошли программу ознакомительных мероприятий, реализованную в том числе в рамках ИТ-решения (системы сопровождения работы органов управления Общества), которое используется Обществом в целях организации и оптимизации работы Совета директоров и его комитетов.

Независимые директора

Активная работа независимых директоров в составе Совета директоров Общества, объективность их суждений и конструктивные предложения поддерживают уровень доверия к Компании М.Видео-Эльдорадо со стороны акционеров и инвесторов на неизменно высоком уровне, обеспечивают качество и взвешенность принимаемых управленческих решений, учитывающих интересы различных групп заинтересованных сторон, а также способствуют неукоснительному соблюдению принципов корпоративного управления.

В состав Совета директоров Общества входят три независимых директора, обладающих обширным руководящим опытом, а также глубоким опытом в областях ритейла, онлайн-торговли, управления рисками, информационных технологий. В отношении независимых членов Совета директоров оценка соответствия критериям независимости проводится в течение срока действия их полномочий в Совете директоров на регулярной основе в рамках процедуры подтверждения соответствия критериям листинга ПАО Московская Биржа.

Председатель Совета директоров

Одна из ключевых ролей в организации работы Совета директоров принадлежит председателю Совета директоров Общества. Председатель Совета директоров обеспечивает эффективную организацию деятельности Совета директоров и взаимодействие его с органами Общества, в частности:

- ▶ планирует и организует работу Совета директоров;
- ▶ созывает заседания Совета директоров и председательствует на них;

- ▶ определяет ключевые вопросы, подлежащие рассмотрению Советом директоров, осуществляет выбор оптимальной формы заседания для обсуждения вопросов, организует на заседаниях ведение протокола;
- ▶ обеспечивает открытое обсуждение вопросов, рассматриваемых на заседании, учёт мнений всех членов Совета директоров при выработке решений, подводит итоги дискуссии и формулирует принимаемые решения;
- ▶ оглашает предложения и мнения членов Совета директоров, поступившие на его имя, по вопросам, относящимся к компетенции Совета директоров;
- ▶ обеспечивает эффективную работу комитетов Совета директоров;
- ▶ при необходимости формирует предложения по совершенствованию работы Совета директоров и комитетов Совета директоров с учётом результатов оценки работы Совета директоров и комитетов Совета директоров.

В рамках следования лучшим практикам корпоративного управления в течение 2024 года председателем Совета директоров Общества являлся независимый директор.

Эффективное выполнение функций и задач, связанных с руководством деятельностью Совета директоров Общества, подтверждается в том числе:

- ▶ участием в 100% заседаний Совета директоров Общества в течение отчётного года;
- ▶ регулярным личным участием в очных заседаниях Совета директоров;
- ▶ проведением регулярных рабочих встреч с членами Совета директоров и представителями менеджмента Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
- ▶ координацией и обеспечением динамики работы Совета директоров.

Заседания Совета директоров

Заседания Совета директоров проводились регулярно на плановой основе, а также по мере необходимости принятия решений по вопросам, относящимся к его компетенции. В 2024 году Совет директоров продолжил свою стабильную работу, преимущественно в рамках плановых заседаний. Всего в отчётном году было проведено 18 заседаний Совета директоров, из которых 13 – очно и 5 – в форме заочного голосования. Как и прежде, основное количество заседаний было проведено в очном формате с неизменно высоким процентом участия членов Совета директоров.

В отчётном году на заседаниях Совета директоров было рассмотрено 183 вопроса. [2-16] Основное внимание в отчётном году Совет директоров продолжил уделять вопросам, имеющим приоритетное значение



для операционных показателей и финансовых результатов Компании М.Видео-Эльдорадо, среди которых можно выделить следующие:

- ▶ ежеквартально рассматривались и утверждались отчёты об исполнении плана деятельности и развития (бизнес-плана) и бюджета Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
- ▶ рассмотрены вопросы, связанные с функционированием системы внутреннего аудита и системы управления рисками, а именно: существенное внимание было уделено актуализации перечня и структуры существенных рисков Компании М.Видео-Эльдорадо и их индикаторов, результатами которой стали утверждение Советом директоров по рекомендации комитета по аудиту обновлённой матрицы рисков Компании М.Видео-Эльдорадо, а также внедрение в Компании М.Видео-Эльдорадо комплексов высокоэффективных мероприятий по управлению рисками и их митигации;
- ▶ произведена оценка выполнения в 2023 году корпоративных целей (Очень Важных Целей (WIGs)), а также утверждены целевые показатели корпоративных целей (Очень Важных Целей (WIGs)) на 2024 год;
- ▶ рассмотрен и одобрен бюджет Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо на 2024 год;
- ▶ обеспечено формирование корпоративных органов управления дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, а также определены позиции по вопросам, вынесенным на рассмотрение корпоративных органов управления дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
- ▶ обеспечено проведение всех процедур, необходимых для созыва общих собраний акционеров, подготовлены и утверждены информация и материалы к собраниям, и даны необходимые рекомендации по вопросам повестки.

Оценка деятельности Совета директоров

[2-18]

Существенным элементом инструментария повышения эффективности работы Совета директоров является регулярная оценка эффективности его деятельности одним из следующих способов:

- ▶ самостоятельно Советом директоров Общества (само-оценка) на ежегодной основе;
- ▶ путём привлечения независимого консультанта (не реже одного раза в три года).

В декабре отчётного года была проведена процедура самооценки эффективности работы Совета директоров в составе, избранном на годовом общем собрании акционеров Общества 26 сентября 2024 года, результаты которой были рассмотрены в первом квартале года, следующего за отчётным.

Критерии оценки

В рамках процедуры самооценки член Совета директоров Общества выбирал вариант оценки утверждения, приведённого в графе «Критерии и показатели», по пятибалльной шкале. При этом максимальный балл отражал полное соответствие утверждению, а минимальный – несоответствие оцениваемого критерия. Открытые вопросы предлагали члену Совета директоров высказаться о текущем положении дел в Обществе и поразмышлять о возможных способах оптимизации функционирования Совета директоров, повышения результативности его работы.

Эффективность оцениваемого компонента на предмет соответствия критериям, определённым в анкетах для самооценки работы Совета директоров и комитетов Совета директоров Общества, определялась по следующим правилам:

- ▶ если общая оценка компонента составила $\geq 4,5$ балла – отлично/эффективно, компонент по большинству оценённых параметров соответствует лучшей практике;
- ▶ если общая оценка компонента составила $\geq 3,5$, но $< 4,5$ балла – хорошо/эффективно, компонент в целом соответствует надлежащим практикам. Отдельные аспекты требуют корректировки и могут быть улучшены;
- ▶ если общая оценка компонента составила $\geq 2,5$, но $< 3,5$ балла – удовлетворительно/неэффективно, большинство аспектов компонента не соответствуют надлежащим практикам и требуют корректировки;
- ▶ если общая оценка компонента составила $< 2,5$ балла – критично, требуются безотлагательное вмешательство и существенные изменения.

Итоговые результаты самооценки

Общая оценка деятельности Совета директоров ПАО «М.видео» и его комитетов составила 4,5 балла, что соответствует значениям $\geq 4,5$ – отлично/эффективно.

Рекомендации, сформулированные по итогам самооценки, будут учтены Обществом, Советом директоров и комитетами Совета директоров в своей деятельности в целях повышения эффективности работы Совета директоров.

Вознаграждения и компенсации

[2-19], [2-20]

Членам Совета директоров выплачивается вознаграждение и компенсируются расходы в соответствии с [Положением о вознаграждениях и компенсациях, выплачиваемых членам Совета директоров](#).

Работа комитетов Совета директоров

Комитеты Совета директоров созданы в целях содействия эффективной работе Совета директоров в решении вопросов, входящих в их компетенцию. В Обществе функционируют три комитета Совета директоров: **[2-13]**

- ▶ комитет по аудиту;
- ▶ комитет по вознаграждениям и назначениям;
- ▶ комитет по стратегии и цифровой трансформации.

☑ Положение о комитете по аудиту Совета директоров ПАО «М.видео»

☑ Положение о комитете по вознаграждениям и назначениям Совета директоров ПАО «М.видео»

☑ Положение о комитете Совета директоров по стратегии и цифровой трансформации ПАО «М.видео»

☑ Подробно ознакомиться с деятельностью комитетов в 2024 году можно в приложении [«Отчёты комитетов Совета директоров»](#)



Комитет по аудиту

Основной целью деятельности комитета по аудиту (далее по тексту настоящего раздела – комитет) является обеспечение эффективной работы Совета директоров в решении вопросов, относящихся к контролю за финансово-хозяйственной деятельностью Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо.

Комитет сформирован исключительно из независимых членов Совета директоров.

Заседания комитета по аудиту проводились исключительно в очной форме, регулярно, в соответствии с планом комитета на 2024 год и с учётом возникающих оперативных потребностей Общества или внешнего аудитора, а деятельность комитета соответствовала ожиданиям и перечню функциональных обязанностей комитета по аудиту. В 2024 году в рамках семи заседаний комитета по аудиту было рассмотрено 22 вопроса.

Заседания Комитета по аудиту



Комитет по вознаграждениям и назначениям

Основной целью деятельности комитета по вознаграждениям и назначениям (далее по тексту настоящего раздела – комитет) является обеспечение эффективной работы Совета директоров в решении вопросов, относящихся к деятельности Общества, а также дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, исполнительных органов управления и иных ключевых руководящих работников Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо.

Комитет сформирован исключительно из независимых членов Совета директоров.

В отчётном году комитетом рассмотрены все вопросы, связанные с его компетенцией, необходимые для эффективного поддержания деятельности Компании М.Видео-Эльдорадо и её развития.

В 2024 году проведено десять заседаний комитета по вознаграждениям и назначениям, в рамках указанных заседаний комитета было рассмотрено 42 вопроса. Из десяти заседаний комитета по вознаграждениям и назначениям восемь было проведено очно и два – в форме заочного голосования.

Заседания Комитета по вознаграждениям и назначениям



Комитет по стратегии и цифровой трансформации

Основной целью деятельности комитета по стратегии и цифровой трансформации (далее по тексту настоящего раздела – комитет) является обеспечение эффективной работы Совета директоров в решении вопросов, относящихся к деятельности Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, в области стратегии Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, а также в области развития информационно-технологических систем, необходимых Обществу и дочерним организациям Компании М.Видео-Эльдорадо.

В состав комитета по стратегии и цифровой трансформации входят пять членов Совета директоров, из которых трое – независимые директора.

В 2024 году в рамках пяти заседаний комитета было рассмотрено шесть вопросов.

Все заседания комитета проводились в очной форме.

Заседания Комитета по стратегии и цифровой трансформации



Отчёты о работе комитетов Совета директоров Общества приведены в [приложении к настоящему Годовому отчёту](#)

Корпоративный секретарь

Корпоративный секретарь является должностным лицом Общества, назначается Советом директоров и принимает все необходимые меры по обеспечению подготовки и проведения общего собрания акционеров и заседаний Совета директоров в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, Устава и иных внутренних документов Общества. Корпоративный секретарь Общества отвечает за надлежащую реализацию процедур, обеспечивающих 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.

📄 Положение о корпоративном секретаре ПАО «М.видео»

Сведения о корпоративном секретаре

Евстигнеева Инна Юрьевна

С 8 апреля 2022 года по настоящее время.

Год рождения: 1992.

Образование:

- ▶ **2014 год** – МГЮА им. О. Е. Кутафина.
Международно-правовой институт, специалист.
- ▶ **2014 год** – МГЮА им. О. Е. Кутафина.
Международно-правовой институт, переводчик английского языка в сфере профессиональной коммуникации.

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

До назначения корпоративным секретарём ПАО «М.видео» занимала должность старшего юриста по корпоративному праву ООО «МВМ». Ранее являлась руководителем отдела корпоративного сопровождения бизнеса российских компаний Группы TWINO, работающих под брендами Ezaem и Moneza, занимала должность ведущего юрисконсульта Группы компаний TAVINCO.

По информации, имеющейся у Общества, должностей в органах управления иных юридических лиц в течение не менее чем пяти последних лет не занимала.

Доля участия лица в уставном капитале Общества: 0%.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества: 0%.

В отчётном 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.

Единоличный исполнительный орган – генеральный директор

Единоличный исполнительный орган, которым является генеральный директор, осуществляет руководство текущей деятельностью Общества и организацию выполнения решений общего собрания акционеров и Совета директоров. **[2-11]**

Генеральный директор вправе принимать решения по любым вопросам, не относящимся к компетенции Общего собрания акционеров и Совета директоров.

Генеральный директор подотчётен Общему собранию акционеров и Совету директоров.

📄 Положение о единоличном исполнительном органе (генеральном директоре) ПАО «М.видео»

Сведения о генеральном директоре Общества

Ужахов Билан Абдурахимович

С 30.08.2022 по 20.02.2025

Либ Феликс Григорьевич

С 20.02.2025 по настоящее время

Риски, аудит и контроль

Совет директоров определяет основные принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в Компании.

Наличие эффективно функционирующей системы управления рисками и внутреннего контроля позволяет обеспечить разумную уверенность в достижении стратегических и операционных целей Компании, достоверности раскрываемой информации и соблюдении нормативно-правовых требований. Задачами процессов управления рисками и внутреннего контроля являются своевременное выявление, регулярный мониторинг и пересмотр ключевых рисков, оценка вероятности и последствий их наступления, а также подготовка и обеспечение выполнения мероприятий, направленных на снижение вероятности и (или) воздействия рисков на деятельность Компании.

Создавая стоимость для акционеров, Компания сталкивается с необходимостью принятия управленческих решений с учётом факторов неопределённости, которые способны оказать как положительное, так и отрицательное влияние на достижение поставленных целей. Одним из способов снижения неопределённости является повышение уровня информированности акционеров, руководства и сотрудников Компании о наличии подобных факторов, оценка их возможного влияния.

Для обеспечения эффективной работы процессов управления рисками и внутреннего контроля в Компании применяется трёхуровневая модель.

Первый уровень

Бизнес-подразделения, ответственные за управление рисками на постоянной текущей основе, организацию и использование эффективных механизмов контроля.

Второй уровень

Подразделения, ответственные за координацию управления рисками и внутреннего контроля, системы комплаенса, и другие подразделения, обеспечивающие построение и поддержание эффективной системы управления рисками и внутреннего контроля.

Третий уровень

Внутренний аудит, который обеспечивает проведение проверок и независимую оценку эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля в Компании.

В течение 2024 года Компания продолжила работу по пересмотру и анализу рисков, контрольных процедур в ключевых бизнес-процессах / областях деятельности, выявление недостатков внутреннего контроля и подготовку рекомендаций по их устранению.

Управление рисками

Управление рисками в Компании М.Видео-Эльдорадо централизовано на уровне холдинговой компании – ПАО «М.видео» и представляет собой комплекс мер, а также 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 неотъемлемой части корпоративной культуры и всех бизнес-процессов Компании.



Ключевые риски Компании

Компания продаёт товары, спрос на которые чувствителен к изменениям экономических условий и факторов, таких как процентные ставки, доступность потребительского кредитования, ожидания потребителей, уровень занятости, уровень инфляции, рост доходов населения, уровень долговой нагрузки домохозяйств.

Сохранение высокого уровня процентных ставок способно привести к дальнейшему снижению спроса на электронику и бытовую технику из-за роста склонности домохозяйств к сбережению. Высокие процентные ставки и ограничения необеспеченного кредитования также снижают доступность потребительских кредитов, что дополнительно замедляет потребительский спрос и, как следствие, может негативно сказаться на операционных и финансовых результатах Компании.

Кроме того, высокие процентные ставки повышают стоимость привлечения и снижают доступность заёмного капитала, а также способны привести к росту затрат Компании на обслуживание долга, ограничить возможности финансирования текущих операций и планов развития Компании.

На деятельность Компании могут существенно повлиять новые ограничения со стороны иностранных государств в отношении Российской Федерации, отдельных отраслей российской экономики и компаний, а также самоограничение операций на российском рынке со стороны зарубежных компаний, что способно привести к сокращению объёма доступных каналов поставок и расчётов и, как следствие, росту транзакционных издержек, сокращению доступности товаров для продажи.

Компания осуществляет деятельность на высококонкурентном рынке, предложение на котором формируется как крупными продавцами, так и множеством мелких игроков, использующих инфраструктуру мультикатегорийных маркетплейсов. Усиление конкуренции на рынке бытовой техники и электроники способно привести к снижению объёма продаж и прибыльности операций Компании.

Недостаток предложения на рынке труда на фоне роста спроса на специалистов рабочих профессий и офисный персонал со стороны других игроков рынка и компаний из иных отраслей может привести к росту дефицита работников и, как следствие, недостижению операционных целей Компании, незапланированному увеличению затрат на поиск и удержание работников, аутсорсинг.

К числу наиболее значимых для Компании рисков также относятся следующие:

- риски роста цен на основные ресурсы, используемые Компанией для осуществления деятельности, включая рост стоимости логистики, складского хранения и обработки товаров, арендных платежей, коммуникаций с покупателями;
- риск повышения террористической угрозы в регионах осуществления деятельности Компании;
- риски несоответствия применимым требованиям, в том числе в области налогообложения, таможенного оформления импортных поставок;
- риски прерывания деятельности, утечки и утраты данных в результате потери стабильности и сбоев в работе информационных систем, умышленных действий третьих лиц;
- валютный риск;
- риск потерь при авансировании поставок зарубежным поставщикам;
- риск аварий на объектах Компании.

Компания М.Видео-Эльдорадо предпринимает необходимые усилия и реализует мероприятия, направленные на снижение воздействия рисков на свою деятельность.

Управление рисками как часть корпоративной культуры

Компания признаёт управление рисками неотъемлемой частью своей корпоративной культуры, стремится повышать информированность сотрудников в этой области и стимулировать восприятие управления рисками как элемента повседневной деятельности каждого члена команды. Компания считает участие сотрудников в управлении рисками, включая их выявление и оценку, ценным и обязательным вкладом в успешное развитие бизнеса.

Аудит и контроль

Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью Общества осуществляют:

- ▶ Совет директоров (комитет по аудиту);
- ▶ подразделение внутреннего аудита;
- ▶ отдел внутреннего контроля и управления рисками;
- ▶ внешний аудитор.

Совет директоров (комитет по аудиту)

Вопросы по аудиту и контролю, отнесённые к компетенции Совета директоров, предварительно рассматривает комитет по аудиту. От лица Совета директоров комитет по аудиту взаимодействует с ключевыми участниками финансово-хозяйственной деятельности Общества и обеспечивает предварительное рассмотрение и подготовку рекомендаций для Совета директоров по вопросам внутреннего аудита, включая утверждение годового плана деятельности подразделения внутреннего аудита.

📄 Подробно ознакомиться с деятельностью комитета по аудиту в 2024 году можно в [приложении «Отчёты комитетов Совета директоров»](#)

Подразделение внутреннего аудита

В Обществе создано подразделение внутреннего аудита. Независимость подразделения внутреннего аудита достигается путём разграничения функциональной (содержательное подчинение) и административной (организационно-структурный статус) подотчётности.

Руководитель подразделения внутреннего аудита в своей деятельности (функционально) подотчётен и подконтролен Совету директоров, а административно – генеральному директору, назначается и освобождается от занимаемой должности генеральным директором на основании решения Совета директоров.

Деятельность подразделения внутреннего аудита регулируется [Положением о внутреннем аудите Общества](#), утверждённым Советом директоров¹.

Целью внутреннего аудита является содействие Совету директоров Общества, комитету по аудиту, генеральному директору Общества и менеджменту дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо в повышении эффективности управления дочерними организациями Компании М.Видео-Эльдорадо, совершенствовании финансово-хозяйственной и операционной деятельности путём системного и последовательного анализа и оценки системы управления рисками и внутреннего контроля, а также корпоративного управления как инструментов обеспечения разумной уверенности в достижении поставленных перед Компанией М.Видео-Эльдорадо целей.

- Задачами подразделения внутреннего аудита являются:
- обеспечение защиты законных интересов всех акционеров Общества;
 - предоставление Совету директоров, комитету по аудиту, генеральному директору Общества и менеджменту дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо объективной информации о наличии и вероятности наступления рисков и угроз, состоянии бизнес-процессов Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - повышение уровня информированности Совета директоров, комитета по аудиту, генерального директора Общества и менеджмента дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо о состоянии и направлениях развития системы управления рисками, системы корпоративного управления и внутреннего контроля Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - проведение в рамках установленного порядка внутреннего аудита Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - предоставление консультаций исполнительным органам и менеджменту Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо в рамках функций внутреннего аудита.

Комитетом по аудиту и Советом директоров на регулярной основе рассматриваются отчёты руководителя подразделения внутреннего аудита, оценивается его эффективность.

В отчётном году решением Совета директоров Общества² руководителем подразделения внутреннего аудита Общества назначена Буянова Ольга Михайловна.

Сведения о руководителе подразделения внутреннего аудита в 2024 году

Янко Артём Николаевич

С сентября 2020 года по 11 марта 2024 года.

Год рождения: 1985.

Образование: высшее – экономист по специальности «бухгалтерский учёт, анализ и аудит», Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского.

С августа 2015 года по январь 2019 года занимал должность руководителя отдела внутреннего аудита ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», с сентября 2020 года по 11 марта 2024 года являлся руководителем подразделения внутреннего аудита Общества и руководителем департамента по внутреннему аудиту ООО «МВМ».

Доля участия лица в уставном капитале Общества: 0%.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества: 0%.

Буянова Ольга Михайловна

С 12 марта 2024 года по настоящее время.

Год рождения: 1987.

Образование: высшее – менеджер по специальности «информационный менеджмент», Государственный университет управления.

С октября 2019 года по март 2024 года занимала должность руководителя департамента по оценке рисков и внутреннему контролю АО «Почта России», с июня 2019 года по март 2024 года являлась членом ревизионной комиссии ПАО «Почта Банк». С 12 марта 2024 года является руководителем подразделения внутреннего аудита ПАО «М.видео» и руководителем департамента по внутреннему аудиту ООО «МВМ».

Доля участия лица в уставном капитале Общества: 0%.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества: 0%.

¹ Протокол от 20 декабря 2024 года № 271/2024.

² Протокол от 11 марта 2024 года № 259/2024.

Отдел внутреннего контроля и управления рисками

В Обществе создан отдел внутреннего контроля и управления рисками. Функциями и задачами отдела являются:

- ▶ обеспечение функционирования системы управления рисками и внутреннего контроля, разработка и актуализация внутренних нормативных и методологических документов;
- ▶ подготовка и актуализация матрицы рисков Компании, оценка рисков, мониторинг выполнения мероприятий по управлению рисками, подготовка регулярной отчетности по рискам;
- ▶ методическое и экспертное сопровождение владельцев и координаторов рисков в части выявления, анализа и оценки рисков;
- ▶ анализ ключевых бизнес-процессов на достаточность и полноту контрольных процедур, выявление недостатков и разработка мер по их исправлению.

Основной документ в области внутреннего контроля и управления рисками – [Политика о системе внутреннего контроля и управления рисками](#), утверждённая Советом директоров ПАО «М.видео»¹.

Решением Совета директоров Общества² руководителем отдела внутреннего контроля и управления рисками Общества назначен Стрилецкий Дмитрий Георгиевич.

Стрилецкий Дмитрий Георгиевич

С 3 апреля 2023 года по настоящее время.

Год рождения: 1982.

Образование: высшее – экономист по специализации «финансы и кредит», Государственный университет – Высшая школа экономики (НИУ ВШЭ).

С сентября 2017 года по май 2020 года занимал должность заместителя начальника управления методологии риск-менеджмента и внутреннего контроля ПАО «НК «Роснефть», с августа 2021 года по настоящее время является руководителем отдела внутреннего контроля и управления рисками ООО «МВМ», с 3 апреля 2023 года по настоящее время – руководителем отдела внутреннего контроля и управления рисками ПАО «М.видео».

Доля участия лица в уставном капитале Общества: 0%.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества: 0%.



¹ Протокол от 17 декабря 2021 года № 210/2021.

² Протокол от 28 марта 2023 года № 241/2023.

Результаты оценки надёжности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля Общества

Существующие в Обществе системы внутреннего контроля и управления рисками соответствуют подходам и принципам, установленным Советом директоров и руководством Общества, во всех существенных аспектах обеспечивают объективное представление о текущем состоянии и перспективах Общества, достоверность, своевременность и прозрачность финансовой и нефинансовой отчётности Общества, приемлемость принимаемых Обществом рисков, соответствие требованиям законодательства и внутренним нормативным документам Общества.

Внешний аудитор

Общество привлекает внешнего аудитора, который осуществляет проверку финансово-хозяйственной деятельности Общества. Основной мерой, принятой Обществом и аудиторской организацией для снижения зависимости друг от друга, является процесс тщательного рассмотрения кандидатуры аудитора на предмет его независимости от Общества. Аудиторская организация (лица, занимающие должности в органах управления и органах контроля за финансово-хозяйственной деятельностью аудиторской организации) является полностью независимой от Общества (лиц, занимающих должности в органах управления и органах контроля за финансово-хозяйственной

деятельностью Общества) в соответствии с требованиями статьи 8 Федерального закона от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» (далее – Закон об аудиторской деятельности). Размер денежного вознаграждения аудиторской организации не ставился в зависимость от результатов проведённых проверок.

Объективность выбора аудитора достигается путём проведения тендерной процедуры. Аудитор (аудиторская организация) выбирается на уровне Компании М.Видео-Эльдорадо. Выбранная по результатам тендера аудиторская организация рассматривается комитетом по аудиту для дальнейших рекомендаций Совету директоров ПАО «М.видео».

К участию в конкурсе приглашаются только те кандидаты, которые соответствуют требованиям к независимости аудиторских организаций, предъявляемым статьёй 8 Закона об аудиторской деятельности. Оценка заявок участников тендерной процедуры осуществляется по ценовому критерию.

В рамках тендерных процедур были произведены сбор и оценка коммерческих предложений (заявок) компаний – участников тендерной процедуры. По итогам тендерных процедур было принято решение комитету по аудиту дать рекомендации Совету директоров ПАО «М.видео» принять решения:

- ▶ рекомендовать общему собранию акционеров ПАО «М.видео» назначить акционерное общество «Деловые Решения и Технологии» аудиторской организацией для проведения аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности Общества за 2024 год;

- ▶ назначить акционерное общество «Деловые Решения и Технологии» аудиторской организацией для проведения аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности отдельных структур в составе Компании М.Видео-Эльдорадо за 2024 год.

В соответствии с пунктом 14.2 Устава Общества общее собрание акционеров утверждает аудитора Общества. Размер оплаты его услуг определяется Советом директоров. В соответствии с Положением о комитете по аудиту в компетенцию данного комитета входит в том числе вопрос подготовки рекомендаций для Совета директоров по вопросу о кандидатуре аудитора Общества, осуществляющего аудит бухгалтерской (финансовой) отчётности Общества, подготовленной в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учёта (РСБУ) и (или) международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) для последующего утверждения данной кандидатуры общим собранием акционеров и по вопросу определения размера оплаты услуг аудитора, а также вопрос утверждения условий договора с аудитором, осуществляющим аудит.

Комитетом по аудиту были даны соответствующие рекомендации по вопросу избрания на годовом общем собрании акционеров аудитора для осуществления проверки финансово-хозяйственной деятельности Общества за 2024 год.

На основании рекомендации комитета по аудиту Совет директоров рекомендовал общему собранию акционеров принять следующее решение: назначить акционерное

общество «Деловые Решения и Технологии» аудиторской организацией для проведения аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности Общества за 2024 год.

На годовом общем собрании акционеров 14 июня 2024 года принято решение назначить акционерное общество «Деловые Решения и Технологии» аудиторской организацией для проведения аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности Общества за 2024 год.

Совет директоров на основании рекомендации комитета по аудиту утвердил оплату услуг аудитора. Фактический размер вознаграждения аудитора, причитающегося за последний завершённый отчётный год, составляет 29,4 млн рублей, в том числе за аудит (проверку) отчётности 23,7 млн рублей (в том числе обязательный – 23,7 млн рублей), за оказание сопутствующих аудиту и прочих связанных с аудиторской деятельностью услуг – 5,7 млн рублей.



Деловая этика и комплаенс

Компания М.Видео-Эльдорадо неукоснительно соблюдает нормы действующего законодательства и высокие принципы деловой этики. Честное, прозрачное, добросовестное и этическое ведение бизнеса в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и лучшими мировыми практиками, поддержание высочайшего уровня деловой репутации и культуры комплаенса в дочерних организациях Компании М.Видео-Эльдорадо, минимизация любых комплаенс-рисков, а также последствий их реализации являются одними из целей, которые преследует Компания М.Видео-Эльдорадо в сфере комплаенса.

Соблюдение законодательства и принципов деловой этики регламентируется [Кодексом деловой этики](#), [Политикой противодействия коррупции](#), Положением о конфликте интересов, а также рядом специальных комплаенс-политик и процедур, действующих в ключевой операционной структуре Компании М.Видео-Эльдорадо, ООО «МВМ», включая [Политику соблюдения антимонопольного законодательства](#) (Антимонопольную политику).

В Компании М.Видео-Эльдорадо утверждены и действуют [Политика о системе внутреннего контроля и управления рисками](#) и Политика комплаенс-контроля ПАО «М.видео». Политика о системе внутреннего контроля и управления рисками определяет направления деятельности ПАО «М.видео» в области построения и функционирования [системы внутреннего контроля и управления рисками](#). Политика комплаенс-контроля, в свою очередь, выражает официальную позицию Компании М.Видео-Эльдорадо по вопросам выявления, оценки, описания и минимизации комплаенс-рисков. [\[2-23\]](#)

В ключевой операционной структуре Компании М.Видео-Эльдорадо, ООО «МВМ», действует комитет по деловой этике и комплаенсу (далее – комитет), целью которого является минимизация и устранение комплаенс-рисков, а также принятие решений о мотивирующих мероприятиях в связи с обнаружением нарушений в сфере комплаенса. [\[2-24\]](#) На заседаниях комитета регулярно рассматриваются в том числе вопросы о конфликте интересов, утверждаются меры по снижению рисков и осуществляется контроль за их реализацией.

Приоритетные направления

Исходя из текущей ситуации, влияющей на деятельность Компании М.Видео-Эльдорадо, приоритетными в 2024 году можно выделить следующие направления:

- ▶ проведение обучающих мероприятий для сотрудников в области комплаенса в обновлённых форматах;
- ▶ регулярный мониторинг, подготовку и утверждение новых редакций Кодекса деловой этики и Положения о конфликте интересов;
- ▶ мониторинг санкционных рисков и принятие необходимых мер по их митигации;
- ▶ внедрение изменённых подходов к оценке благонадежности контрагентов.



Санкционные риски

Санкции иностранных государств, вводимые в отношении Российской Федерации, её граждан и компаний, отказ крупнейших иностранных производителей от сотрудничества существенно повлияли на чувствительные для Компании М.Видео-Эльдорадо сферы, включая поставки бытовой техники и электроники, возможности использования банковских услуг и осуществления денежных переводов в иностранной валюте, логистику и транспортировку товаров и пр.

По результатам мониторинга и оценки рисков Компанией М.Видео-Эльдорадо разрабатывались и оперативно внедрялись необходимые меры для снижения влияния санкционных рисков на деятельность её организаций. Проводится оценка влияния вводимых иностранными государствами запретов на ведение внешнеэкономической деятельности дочерними организациями Компании М.Видео-Эльдорадо, и принимаются меры для снижения их негативного воздействия.

Операционная структура Компании М.Видео-Эльдорадо, ООО «МВМ», осуществляет самостоятельный ввоз товаров в Россию как из государств – членов ЕАЭС, так и из иностранных государств, что позволяет обеспечить доступность и наличие необходимых и привычных для российских покупателей товаров сектора бытовой техники и электроники.

Проверка контрагентов

Главной ответственностью дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо являются клиенты, которые ожидают, что мы предложим им качественные товары по честной цене. Компания М.Видео-Эльдорадо стремится к тому, чтобы сохранить доверие своих клиентов и контрагентов.

В ООО «МВМ» действует [Кодекс поведения поставщика](#). В 2024 году для целей применения контрагентами Кодекса ссылки на его соблюдение были включены в общие условия договоров, размещаемые [на сайте Компании](#).

Дочерние организации Компании М.Видео-Эльдорадо стремятся поддерживать деловые отношения исключительно с лицами, которые выполняют требования законодательства Российской Федерации и общепринятые нормы делового поведения. Перед началом сотрудничества с любым контрагентом Компания М.Видео-Эльдорадо осуществляет проверку его благонадежности, чтобы отношения с ним были максимально выгодными и прозрачными для каждой из сторон. Порядок проверки установлен Политикой по проверке контрагентов ООО «МВМ». **[2-23]** В 2024 году были пересмотрены и усовершенствованы подходы к оценке рисков сотрудничества с разными категориями контрагентов, а именно введена система рассматриваемых разрядов-тиров для общей оценки каждого контрагента и определения возможных условий работы с ним с различными показателями в зависимости от вида операции и типа контрагента.

Процедура проверки контрагентов включает в себя сбор и анализ информации о деятельности контрагента, подтверждение её достоверности и определение потенциального консолидированного индекса риска взаимодействия с данным контрагентом, а также хранение информации о результатах комплексной проверки, которая осуществляется через новую систему Due Diligence. **[2-24]** Проверки проводятся также в отношении контрагентов – нерезидентов Российской Федерации. При их проведении учитываются изменения в законодательстве иностранных государств и опыт сотрудничества с конкретным контрагентом.

>4 тыс.

проверок были проведены в 2024 году

Целью процесса аккредитации контрагентов является минимизация рисков взаимодействия дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо с неблагонадежными контрагентами путём анализа информации и документов.

Деловая этика

Компания М.Видео-Эльдорадо осуществляет свою деятельность в соответствии с высокими принципами деловой этики, которые установлены [Кодексом деловой этики ПАО «М.видео»](#) (далее – Кодекс) и всей Компании М.Видео-Эльдорадо в целом в новой редакции, утверждённой в ноябре 2024 года.

Кодекс определяет основополагающие принципы поведения, которые соответствуют базовым ценностям Компании М.Видео-Эльдорадо. Основные подконтрольные дочерние организации Компании М.Видео-Эльдорадо также утвердили Кодекс в новой редакции, а также новую редакцию Положения о конфликте интересов ПАО «М.видео» в качестве локальных нормативных актов. Соблюдение Кодекса поведения обязательно для всех сотрудников. Каждый сотрудник Компании М.Видео-Эльдорадо проходит обязательное ознакомление с Кодексом, обязуется его соблюдать и руководствуется им при выполнении своих должностных обязанностей. **[205-2]**

В 2024 году были обновлены и проведены для сотрудников обучающие онлайн- и очные курсы по темам: «Противодействие коррупции», «Соблюдение антимонопольного законодательства», «Комплаенс и деловая этика».

Кроме того, проводились кампании по информированию сотрудников о действующих в Компании М.Видео-Эльдорадо правилах делового поведения,

в частности в рамках внутренних коммуникаций осуществлялись тематические рассылки по вопросам борьбы с коррупцией, этики делового общения, декларирования конфликта интересов, правил дарения и получения подарков и участия в сторонних развлекательных мероприятиях.

Готовность к диалогу и прозрачность всех процессов – одни из ключевых составляющих корпоративной культуры Компании М.Видео-Эльдорадо и системы управления рисками. В Компании М.Видео-Эльдорадо работают линия справедливости и линия доверия, через которые любой сотрудник или деловой партнёр может сообщить информацию о нарушениях Кодекса деловой этики или действующего законодательства со стороны персонала Компании М.Видео-Эльдорадо по каналам связи, доступным на [официальном сайте Компании М.Видео-Эльдорадо](#). **[2-26]** Так, в 2024 году на линию доверия комплаенса поступило 95 обращений от сотрудников дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, покупателей и контрагентов.

Все поступившие обращения были рассмотрены, проводились внутренние проверки и расследования, для подготовки разъяснений привлекались сотрудники ответственных подразделений. По результатам были предприняты меры для исключения выявленных нарушений. Заявителям предоставлена обратная связь. Компания М.Видео-Эльдорадо гарантирует обратившимся лицам строгое соблюдение режима конфиденциальности и защиты персональных данных.

Недопущение конфликта интересов

[2-11], [2-15]

Компания М.Видео-Эльдорадо стремится минимизировать риски наступления конфликта интересов, а также любых сопутствующих нарушений правил деловой этики и их последствий. Кодекс деловой этики и Положение о конфликте интересов ПАО «М.видео» предусматривают обязательный порядок декларирования и урегулирования конфликта интересов.

Процессы декларирования конфликта интересов в Компании М.Видео-Эльдорадо автоматизированы, это позволяет уменьшить влияние человеческого фактора, сделать данные процессы более прозрачными и эффективными. Сотрудники ежегодно информируются о необходимости декларировать ситуации конфликта интересов, предоставляются разъяснения действующих в Компании М.Видео-Эльдорадо правил.

Вся заявленная информация о конфликте интересов и нарушениях в сфере комплаенса проверяется в рамках проведения внутренних расследований и рассматривается на заседаниях комитета по деловой этике и комплаенсу ООО «МВМ». По результатам принимаются решения по устранению или снижению рисков. В 2024 году в рамках ежегодной кампании по декларированию конфликта интересов от сотрудников поступило 5 960 уведомлений о конфликте интересов через электронную форму декларирования.

В 2024 году комитетом по деловой этике и комплаенсу ООО «МВМ» были рассмотрены и вынесены решения по 22 ситуациям, которые потенциально могли привести к конфликту интересов и нарушениям норм деловой этики, согласованы и реализованы меры по митигации рисков и недопущению конфликта интересов. Сотрудники, допустившие нарушение процедур, были привлечены к дисциплинарной ответственности.

Противодействие коррупции

Компания М.Видео-Эльдорадо придерживается принципа нулевой терпимости к любым проявлениям коррупции. Любая вероятность коррупции расценивается руководством как прямая угроза деловой репутации дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, их экономической эффективности и эффективности комплаенс-контроля.

Сотрудники, а также контрагенты должны неукоснительно следовать требованиям законодательства в сфере противодействия коррупции, а также Политики противодействия коррупции ПАО «М.видео».

В ООО «МВМ» применяется процедура уведомления о предоставлении и получении подарков, организации развлекательных мероприятий или участия в них в целях противодействия оказанию незаконного влияния на контрагентов, сотрудников и частных лиц. [205-3]

Договоры с контрагентами, а также Кодекс поведения поставщика ООО «МВМ» содержат в том числе заявление об обязательствах контрагента по соблюдению антикоррупционного законодательства, требований Политики противодействия коррупции, а также требования по информированию о любых случаях нарушения антикоррупционного законодательства или указанной Политики.

В 2024 году в Компании М.Видео-Эльдорадо проводилось обязательное обучение для сотрудников по обновлённым курсам «Противодействие коррупции» и «Комплаенс и деловая этика».

На линию справедливости в 2024 году поступило 155 обращений с информацией о возможных финансовых нарушениях, по которым были проведены внутренние расследования и проверки и приняты меры по исключению рисков и минимизации негативных последствий.



Соблюдение антимонопольного законодательства

Компания М.Видео-Эльдорадо неукоснительно соблюдает требования и на постоянной основе осуществляет снижение рисков нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации. **[2-27]**

В ООО «МВМ» действует Антимонопольная политика, которая до её утверждения была одобрена Федеральной антимонопольной службой с точки зрения соответствия положениям ст. 9.1 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», содержащей нормы об организации системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства.

Система внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства направлена на внедрение в деятельность в операционной структуре Компании М.Видео-Эльдорадо высоких стандартов корпоративной этики, формирование максимальной заинтересованности и личной ответственности в соблюдении антимонопольного законодательства руководством и сотрудниками при осуществлении их должностных полномочий, совершении действий, влияющих на бизнес Компании, проведение мероприятий по выявлению и оценке рисков нарушения руководством и сотрудниками антимонопольного законодательства, а также по их снижению. Организация антимонопольного комплаенса способствует повышению эффективности и успешности деятельности Компании.



В 2024 году сотрудники отдельных подразделений ООО «МВМ» прошли онлайн-обучение по обновлённому курсу «Соблюдение антимонопольного законодательства».

В ООО «МВМ» также действует Ценовая политика, определяющая общие принципы, которых придерживается Компания в сфере определения розничных цен на товары как в розничной сети, так и на онлайн-площадках.

Крупные сделки и сделки, в совершении которых имеется заинтересованность

Отчёт о совершённых Обществом в 2024 году сделках, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имелась заинтересованность, и крупными сделками, приведён в [§ приложении к настоящему Годовому отчёту](#).

Соблюдение законодательства о налогах и сборах

Дочерние организации Компании М.Видео-Эльдорадо неукоснительно соблюдают требования применимого законодательства о налогах и сборах, а также на постоянной основе осуществляют снижение риска соответствующих нарушений, в том числе осуществляя проверку всех своих контрагентов, проводя контроль за правильностью оформления финансовых документов, исполняя требования законодательства и рекомендации контролирующих органов. **[2-27]**

Соблюдение трудового законодательства

[2-22]

Компания М.Видео-Эльдорадо неукоснительно соблюдает требования трудового законодательства Российской Федерации, а также на постоянной основе осуществляет снижение рисков нарушений в этой области. **[2-27]**

Компания М.Видео-Эльдорадо стремится соблюдать права человека и право на труд в повседневной деятельности. Одной из важнейших задач Компании М.Видео-Эльдорадо является предотвращение любых несчастных случаев, травм и заболеваний, связанных с работой. В 2024 году Компания М.Видео-Эльдорадо оперативно реагировала на все текущие изменения трудового законодательства и принимала необходимые меры в части обеспечения защиты прав сотрудников.

Соблюдение экологического законодательства

Компания М.Видео-Эльдорадо продолжает неукоснительно соблюдать требования экологического законодательства Российской Федерации, а также на постоянной основе осуществляет снижение рисков релевантных нарушений. Соответствующие положения закреплены в Кодексе деловой этики ПАО «М.видео». [2-27]

Дочерние организации Компании М.Видео-Эльдорадо следуют практикам ведения бизнеса, которые помогают в сохранении баланса в окружающей среде: стремятся к экономии электроэнергии, используя энергосберегающие технологии, и к эффективному использованию природных ресурсов, применяя добросовестные практики утилизации техники, элементов питания для повторного использования сырья и минимизации количества отходов.



Защита прав потребителей

Общество стремится к неукоснительному соблюдению требований законодательства о защите прав потребителей, реализует программы, направленные на улучшение клиентского сервиса, а также на постоянной основе принимает все необходимые меры для снижения и устранения рисков нарушений в данной области. Дочерние организации Компании М.Видео-Эльдорадо на постоянной основе ведут открытую и ответственную коммуникацию с потребителями, предоставляя полную и правдивую информацию о товарах, работах, услугах, сервисе, гарантийном обслуживании. [2-25] Обращения потребителей рассматриваются в кратчайшие сроки не только в магазинах Компании М.Видео-Эльдорадо, но также с участием специалистов центрального офиса операционной структуры Компании М.Видео-Эльдорадо ООО «МВМ», и принимаются меры для исключения нарушений прав потребителей.

Защита коммерческой тайны, персональных данных и конфиденциальной информации

Дочерние организации Компании М.Видео-Эльдорадо и сотрудники с максимальной ответственностью относятся к сбору, хранению, обработке и уничтожению персональных данных, а также сведений, образующих коммерческую тайну, и иной конфиденциальной информации.

Требования и процедуры, направленные на снижение рисков соответствующих нарушений, содержатся в Политике в отношении обработки персональных данных, а также в Положении о конфиденциальной информации и коммерческой тайне. С данными документами сотрудники дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо проходят обязательное ознакомление. [2-23]

Компания М.Видео-Эльдорадо обеспечивает соблюдение своими сотрудниками законодательства об [инсайдерской информации](#), стремясь предотвратить любой случай её использования во вред интересам Компании М.Видео-Эльдорадо. Соответствующие вопросы регламентированы [Положением об инсайдерской информации](#). [2-24]

Планы на 2025 год

В 2025 году запланировано проведение мероприятий по обновлению процедур контроля за прохождением сотрудниками обязательного обучения и ознакомления с локальными нормативными актами в области комплаенса, утверждение новой редакции Политики по проверке контрагентов, завершение внедрения процедур таможенного комплаенса.

Надежный актив в портфеле инвестора

Будучи публичной компанией, мы неукоснительно соблюдаем требования российского законодательства. Как ответственный эмитент, обеспечиваем доступность информации о нашей деятельности, ведем открытый и честный диалог с нашими инвесторами и акционерами.

1,8 МЛРД РУБ.

уставный капитал
Компании



>20%

акций в свободном
обращении (free float)



Информация о количестве акций
Общества:

179 768 227
шт.

Категория акций: обыкновенные.
Указанные акции Общества являются
голосующими.

В отчётном году акции Общества, находящиеся в распоряжении Общества, отсутствовали.

Количество акций Общества, принадлежащих подконтрольным ему юридическим лицам: 1 387 750 акций (0,772% уставного капитала) принадлежат ООО «МВМ». Категория, форма акций: обыкновенные именные бездокументарные.

Сведения о количестве акционеров

Общее количество лиц с ненулевыми остатками на лицевых счетах, зарегистрированных в реестре акционеров Общества на дату окончания отчётного года: 85.

Общее количество номинальных держателей акций Общества: 21.

Общее количество лиц, включённых в составленный последним список лиц, для составления которого номинальные держатели акций Общества представляли данные о лицах, в интересах которых они владели (владеют) акциями Общества: 235 151.

Категория (тип) акций Общества, владельцы которых подлежали включению в последний имеющийся у Общества список: акции обыкновенные.

Дата, на которую в таком списке указывались лица, имеющие право осуществлять права по акциям Общества: 31 декабря 2024 года.

У Общества отсутствуют сведения о существовании долей владения акциями, превышающих 5%, помимо уже раскрытых Обществом.



Уставный капитал

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 счёт размещения среди акционеров 179 768 227 (Сто семьдесят девять миллионов семьсот шестьдесят восемь тысяч двести двадцать семь) обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 (Десять) рублей каждая. Уставный капитал Общества оплачен полностью.

Динамика котировок акций ПАО «М.видео» на Московской бирже

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-A 23.08.2007
Номинальная стоимость каждой акции	10 руб.
Общее количество размещённых акций	179 768 227 шт.
Количество дополнительных акций, находящихся в процессе размещения ¹	–
Количество объявленных акций	100 млн обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 руб. каждая

Код, присвоенный акциям ПАО «М.видео»

Код ценной бумаги	Торговая площадка	Вид и категория ценной бумаги	Листинг
MVID	Московская биржа	Акция обыкновенная	Котировальный список первого (высшего) уровня

¹ 1 июля 2024 года Банком России зарегистрирован дополнительный выпуск 30 млн обыкновенных именных бездокументарных акций ПАО «М.видео» номинальной стоимостью 10 рублей каждая.

Отчёт о выплаченных дивидендах

Категория (тип) акций: акции обыкновенные.

Государственный регистрационный номер выпуска ценных бумаг: 1-02-11700-А.

Дата присвоения государственного регистрационного номера: 23 августа 2007 года.

Дивидендная политика определяет принципы, которыми руководствуется Совет директоров при принятии решения о распределении прибыли и выплате дивидендов.

[Положение о дивидендной политике ПАО «М.видео»](#)

История дивидендных выплат по акциям ПАО «М.видео»

Отчётный период	Общий размер объявленных дивидендов, руб.	Размер дивиденда в расчёте на одну акцию, руб.	Доля объявленных дивидендов в чистой прибыли отчётного периода, %	Общий размер выплаченных дивидендов, руб.	Орган управления Общества, принявший решение об объявлении дивидендов, дата принятия такого решения, дата составления и номер протокола собрания (заседания) органа управления Общества, на котором принято такое решение
2020 год	6 831 192 626	38,00	138,4 ¹	6 831 192 626	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 07.05.2021 Дата составления протокола: 12.05.2021 Номер протокола: 33
Девять месяцев 2021 года	6 291 887 945	35,00	99,94	6 291 887 945	Общее собрание акционеров Дата принятия решения: 03.12.2021 Дата составления протокола: 07.12.2021 Номер протокола: 34
2021 год	Годовым общим собранием акционеров, состоявшимся 23.06.2022 ² , принято решение утвердить следующее распределение чистой прибыли ПАО «М.видео», полученной по результатам 2021 отчётного года: - часть чистой прибыли в размере 6 291 887 945 руб. была направлена на выплату дивидендов по результатам девяти месяцев 2021 года – промежуточные дивиденды, ранее выплаченные по результатам девяти месяцев 2021 года в соответствии с решением внеочередного общего собрания акционеров ПАО «М.видео» от 03.12.2021 (протокол от 07.12.2021 № 34); - оставшуюся часть чистой прибыли по итогам 2021 года не распределять, дивиденды не выплачивать				
2022 год	Годовым общим собранием акционеров, состоявшимся 27.06.2023, принято решение дивиденды по результатам 2022 года не выплачивать ³				
2023 год	Годовым общим собранием акционеров, состоявшимся 14.06.2024, принято решение дивиденды по результатам 2023 года не выплачивать ⁴				

¹ Указана доля объявленных дивидендов в чистой прибыли отчётного периода (2020 год). При этом дивиденды выплачиваются за счёт всей чистой прибыли, полученной по результатам 2020 года, и части нераспределённой прибыли прошлых лет.

² Протокол годового общего собрания акционеров от 23 июня 2022 года № 35.

³ Протокол годового общего собрания акционеров от 28 июня 2023 года № 37.

⁴ Протокол годового общего собрания акционеров от 17 июня 2024 года № 39.

Облигации

В 2024 году в обращении находилось три выпуска биржевых облигаций ООО «МВ Финанс» (100%-я дочерняя компания ПАО «М.видео»): МВ ФИНАНС 001P-03, МВ ФИНАНС 001P-04, МВ ФИНАНС 001P-05 общим номинальным объемом 15,75 млрд рублей.

В течение 2024 года были успешно погашены облигации двух выпусков: МВ ФИНАНС 001P-01 (дата погашения – 18 апреля 2024 года) и МВ ФИНАНС 001P-02 (дата погашения – 7 августа 2024 года).

События после отчётной даты:

- 23 апреля 2025 года ООО «МВ ФИНАНС» выкупило по ofercie 5 152 298 облигаций серии 001P-04 — почти на 5,2 млрд рублей, остаток долга составляет 1,8 млрд рублей;
- 16 апреля 2025 года Компания объявила о старте, а 29 апреля сообщила о размещении двухлетних биржевых облигаций серии 001P-06 объёмом 2 млрд рублей со ставкой купона 26,0%.

Параметры облигаций, находившихся в обращении на 31 декабря 2024 года

Серия	001P-03	001P-04	001P-05
Регистрационный номер выпуска	4B02-03-00590-R-001P		
Объём эмиссии, руб.	5 000 000 000	7 000 000 000	3 750 000 000
Количество ценных бумаг, шт.	5 000 000	7 000 000	3 750 000
Номинальная стоимость каждой ценной бумаги, руб.	1 000	1 000	1 000
Дата размещения	26.07.2022	21.04.2023	16.08.2024
Дата погашения	22.07.2025	17.04.2026	06.08.2026
Длительность купона, дней	91	91	30
ISIN-код	RU000A104ZK2	RU000A106540	RU000A109908
Ставка купона, %	Фиксированная, 12,35	Фиксированная, 13,05	Плавающая, КС ¹ + 4,25%
Кредитный рейтинг	«A(RU)», прогноз «стабильный» от АКРА	«A(RU)», прогноз «стабильный» от АКРА	«A(RU)», прогноз «стабильный» от АКРА

¹ КС – значение ключевой ставки Банка России за 7-й рабочий день, предшествующий дате начала i-го купонного периода, публикуемое на официальном сайте Банка России в сети Интернет.

Кредитные рейтинги

Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство (АКРА) в отчётном году подтвердило текущий кредитный рейтинг ПАО «М.видео» на уровне «A(RU)», присвоенный годом ранее, повысив прогноз по нему со «стабильного» на «позитивный». «Позитивный» прогноз АКРА предполагает возможность повышения рейтинга на горизонте 12–18 месяцев. По оценке АКРА, кредитный рейтинг М.Видео-Эльдорадо обусловлен высокими оценками операционного риск-профиля Компании, крупным размером бизнеса, высокой рентабельностью, а также сильными оценками ликвидности и денежного потока. АКРА отмечает, что изменение прогноза по рейтингу Компании М.Видео-Эльдорадо на «позитивный» связано с ожидаемым агентством дальнейшим ростом продаж и рентабельности бизнеса в 2024–2026 годах, что отразится в том числе на улучшении оценок долговой нагрузки и покрытия.

Рейтинговое агентство «Эксперт РА» в 2024 году подтвердило рейтинг кредитоспособности ПАО «М.видео» на уровне «ruA». Прогноз по рейтингу изменён с «развивающегося» на «стабильный». По сообщению агентства, рейтинг кредитоспособности ПАО «М.видео» обусловлен сдержанной оценкой риск-профиля отрасли, сильными рыночными и конкурентными позициями, приемлемым уровнем долговой нагрузки при низком покрытии процентных платежей, а также высоким уровнем ликвидности и низким уровнем корпоративных рисков. Изменение прогноза по рейтингу на «стабильный» связано с увеличением финансовых результатов и достижением Компанией М.Видео-Эльдорадо ранее заявленных целей по уровню долговой нагрузки.

АКРА

A(RU)

Прогноз «Позитивный»

ПАО «М.видео»

Дата рейтингового действия¹:
21.02.2024²**Expert****«ruA»**

Прогноз «Стабильный»

ПАО «М.видео»

Дата рейтингового действия¹:
18.03.2024³¹ Дата присвоения/подтверждения рейтинга.² 14 февраля 2025 года АКРА подтвердило кредитный рейтинг ПАО «М.видео» на уровне «A(RU)», изменив прогноз на «стабильный».³ 17 марта 2025 года «Эксперт РА» подтвердил рейтинг кредитоспособности ПАО «М.видео» на уровне «ruA» и изменил прогноз на «негативный».

Раскрытие информации

Компания уделяет особое внимание тому, чтобы существенная информация о её деятельности становилась доступной одновременно для всех акционеров. Компания неукоснительно соблюдает требования положений российского законодательства в части публичного раскрытия информации с учётом допустимых ограничений согласно Постановлению Правительства Российской Федерации от 4 июля 2023 года № 1102 «Об особенностях раскрытия и (или) предоставления информации, подлежащей раскрытию и (или) предоставлению в соответствии с требованиями Федерального закона «Об акционерных обществах» и Федерального закона «О рынке ценных бумаг».

Информация раскрывается на [странице в сети Интернет информационного агентства ООО «Интерфакс-ЦРКИ»](#). Отдельная информация дублируется на [сайте Компании](#), включая иностранные переводы раскрытой публично информации Компании.

Взаимодействие с акционерами и инвесторами

М.Видео-Эльдорадо поддерживает открытый диалог с широким кругом инвесторов и акционеров, стремясь обеспечить прозрачность и информированность участников рынка ценных бумаг о своей деятельности.

В целях эффективного взаимодействия с инвесторами и акционерами в Компании действует несколько каналов коммуникации:

- ▶ раздел «Инвесторам» корпоративного сайта: www.mvideoeldorado.ru/ru/shareholders-and-investors;
- ▶ электронная почта для обращений: ir@mvideo.ru;
- ▶ почтовый адрес для письменных обращений: Россия, 105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 40/12, корпус 20.

Начиная с ноября 2023 года Компания активно взаимодействует с частными инвесторами в социальной сети для инвесторов «Т-Пульт» через свой официальный канал [MVID_official](#).

Список прошедших и предстоящих ключевых событий Компании доступен в разделе [«Календарь инвестора»](#) корпоративного сайта.

Основные вопросы, интересовавшие инвесторов в 2024 году:

- ▶ устойчивость бизнеса;
- ▶ долговая нагрузка и её целевые показатели;
- ▶ преимущества М.Видео-Эльдорадо по сравнению с другими игроками, конкуренция с маркетплейсами;
- ▶ развитие электронной коммерции и работа собственного маркетплейса;
- ▶ корпоративное управление;
- ▶ ключевые тенденции покупательского поведения;
- ▶ макроэкономическое влияние, высокая ключевая ставка;
- ▶ акционерный капитал, выплата дивидендов.



Приложения



Приложение № 1. Об Отчёте

[2-3]

Годовой отчёт Компании М.Видео-Эльдорадо за 2024 год (далее – Отчёт) адресован широкому кругу заинтересованных сторон и отражает основные результаты Компании в области стратегического и корпоративного управления, финансовой и операционной деятельности, а также деятельности по направлению устойчивого развития.

Настоящий Отчёт содержит информацию о средне- и долгосрочных планах Компании М.Видео-Эльдорадо. Планы и намерения носят прогнозный характер, их осуществимость зависит в том числе от ряда политических, экономических и правовых факторов, находящихся вне зоны влияния Компании (ситуации на ключевых рынках, изменений налогового и экологического законодательства и пр.). По этой причине фактические показатели результативности будущих лет могут отличаться от прогнозных заявлений, опубликованных в настоящем Отчёте.

Тема настоящего Отчёта – **«Главный эксперт по качественной технике»**. Тема призвана подчеркнуть стремление Компании быть первым выбором для удовлетворения любой потребности покупателей в технике и профессиональном сервисе. Качество во всём, что мы делаем, – наш главный приоритет, будь то первоклассный ассортимент, экспертный сервис или бесшовная кросс-канальная коммуникация с клиентом.

В Отчёте используются следующие термины: [2-2]

- ▶ Компания М.Видео-Эльдорадо, Компания, М.Видео-Эльдорадо, ПАО «М.видео», Общество – публичное акционерное общество «М.видео», а также все общества, прямо или косвенно подконтрольные Компании по состоянию на 31 декабря 2024 года;
- ▶ «М.Видео», бренд – сеть магазинов общества с ограниченной ответственностью «МВМ» (ООО «МВМ») под брендом «М.Видео»;
- ▶ «Эльдорадо», бренд – сеть магазинов общества с ограниченной ответственностью «МВМ» (ООО «МВМ») под брендом «Эльдорадо».

Отчёт подготовлен в соответствии с требованиями российского законодательства, а также с использованием Стандартов отчётности в области устойчивого развития (Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards, GRI Standards).

Мы стремимся к соблюдению баланса интересов стейкхолдеров, обеспечивая полное и своевременное раскрытие релевантной для них информации. [2-29]

В 2024 году перечень существенных тем был актуализирован для раскрытия в настоящем Отчёте путём онлайн-анкетирования топ-менеджмента М.Видео-Эльдорадо, по итогам которого все темы были признаны существенными (актуальными), у некоторых тем был отмечен рост значимости ↑. [3-1], [3-3]

Перечень ранжированных по значимости существенных тем [3-2]

1. Безопасность и доступность продукции, качество сервиса и доверие ↑
2. Этика бизнеса, противодействие коррупции и соблюдение принципов честной конкуренции ↑
3. Благополучие сотрудников и достойные условия труда ↑
4. Развитие персонала и карьерный рост ↑
5. Операционная эффективность и экономическая результативность
6. Охрана труда и здоровье на рабочем месте ↑
7. Циркулярная экономика и управление отходами ↑
8. Технологии, инновации и цифровая трансформация бизнеса
9. Вклад в развитие местных сообществ и волонтерство ↑
10. Кибербезопасность и защита персональных данных
11. Ответственный маркетинг
12. Разнообразие, инклюзивность и равные возможности

Приложение № 2. Отчёт о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления

Настоящий отчёт о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления был рассмотрен и утверждён Советом директоров ПАО «М.видео».

Совет директоров подтверждает, что приведённые в настоящем отчёте данные содержат полную и достоверную информацию о соблюдении Обществом принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления за 2024 год.

N	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	3	4	5
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 создаёт 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 своё мнение по рассматриваемым вопросам	1. Общество предоставляет доступный способ коммуникации с обществом, такой как горячая линия, электронная почта или форум в сети Интернет, позволяющий акционерам высказать своё мнение и направить вопросы в отношении повестки дня в процессе подготовки к проведению общего собрания. Указанные способы коммуникации были организованы обществом и предоставлены акционерам в ходе подготовки к проведению каждого общего собрания, прошедшего в отчётный период	Соблюдается	
1.1.2	Порядок сообщения о проведении общего собрания и предоставления материалов к общему собранию даёт акционерам возможность надлежащим образом подготовиться к участию в нем	1. В отчётном периоде сообщение о проведении общего собрания акционеров размещено (опубликовано) на сайте общества в сети Интернет не позднее чем за 30 дней до даты проведения общего собрания, если законодательством не предусмотрен больший срок. 2. В сообщении о проведении собрания указаны документы, необходимые для допуска в помещение. 3. Акционерам был обеспечен доступ к информации о том, кем предложены вопросы повестки дня и кем выдвинуты кандидаты в совет директоров и ревизионную комиссию общества (в случае, если её формирование предусмотрено уставом общества)	Соблюдается	

N	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	1. В отчётном периоде акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам совета директоров общества в период подготовки к собранию и в ходе проведения общего собрания. 2. Позиция совета директоров (включая внесённые в протокол особые мнения (при наличии) по каждому вопросу повестки общих собраний, проведённых в отчётный период, была включена в состав материалов к общему собранию. 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 отчётном периоде	Частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки, в части предоставления акционерам возможности задать вопросы членам исполнительных органов и членам Совета директоров в ходе проведения собрания. В соответствии со ст. 2 и ст. 3 Федерального закона от 25.02.2022 № 25–ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об акционерных обществах» и о приостановлении действия отдельных положений законодательных актов Российской Федерации» Совет директоров принял решение о проведении в отчётном году годового общего собрания акционеров Общества и внеочередного общего собрания акционеров Общества, состоявшегося 26.09.2024, в форме заочного голосования. При принятии решения о выборе заочного формата годового и внеочередных общих собраний акционеров учитывались следующие факторы: 1) продолжавшие действовать в 2024 году законодательные положения в части снятия запрета на проведение общих собраний акционеров в форме заочного голосования; 2) в реалиях нестабильной геополитической ситуации, приведшей к необходимости оперативной адаптации и оптимизации бизнес-модели, выбор заочной формы для общих собраний акционеров позволяет снизить издержки Общества без ущерба для прав и интересов акционеров; 3) у Общества имеется положительная практика проведения общих собраний акционеров в заочной форме – по результатам ранее проведённых в заочной форме общих собраний акционеров: Общество не получило от своих акционеров отрицательной обратной связи, Обществом также не выявлено негативного влияния заочного формата проведения собраний на активность акционеров. При этом акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам Совета директоров Общества в любой момент, в том числе до проведения общих собраний 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. В то же время при подготовке к внеочередному общему собранию акционеров Общества, состоявшемуся 12.01.2024, у Общества отсутствовало право его созыва в заочной форме, учитывая, что повестка внеочередного общего собрания акционеров содержала вопросы о досрочном прекращении полномочий и избрании Совета директоров, а соответствующие законодательные положения в части снятия запрета на проведение общих собраний акционеров в форме заочного голосования ещё не были продлены на 2024 год. Руководствуясь требованиями законодательства Российской Федерации, Советом директоров Общества было принято решение о созыве внеочередного общего собрания акционеров в форме совместного присутствия акционеров. Акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам Совета директоров Общества как в период подготовки к внеочередному общему собранию (через корпоративного секретаря и руководителя управления по взаимодействию с инвесторами), так и в ходе проведения внеочередного общего собрания лично. В связи с прекращением действия в 2025 году законодательных положений в части снятия запрета на проведение общих собраний акционеров в форме совместного присутствия, в 2025 году Общество вернётся к практике проведения общих собраний акционеров в очном формате и, как следствие, обеспечит акционерам возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам Совета директоров Общества в ходе проведения общего собрания, а также продолжит придерживаться практики подготовки к общим собраниям акционеров. Пункты 2 и 3 критериев оценки соблюдаются

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 отчётном периоде

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
1.1.4	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	1. Уставом общества установлен срок внесения акционерами предложений для включения в повестку дня годового общего собрания, составляющий не менее 60 дней после окончания соответствующего календарного года. 2. В отчётном периоде общество не отказывало в принятии предложений в повестку дня или кандидатов в органы общества по причине опечаток и иных несущественных недостатков в предложении акционера	Соблюдается	
1.1.5	Каждый акционер имел возможность беспрепятственно реализовать право голоса самым простым и удобным для него способом	1. Уставом общества предусмотрена возможность заполнения электронной формы бюллетеня на сайте в сети Интернет, адрес которого указан в сообщении о проведении общего собрания акционеров	Соблюдается	

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
1.1.6	Установленный обществом порядок ведения общего собрания обеспечивает равную возможность всем лицам, присутствующим на собрании, высказать своё мнение и задать интересующие их вопросы	1. При проведении в отчётном 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, акционерам была предоставлена возможность высказать своё мнение и задать интересующие их вопросы по повестке дня. 2. Обществом были приглашены кандидаты в органы управления и контроля общества и предприняты все необходимые меры для обеспечения их участия в общем собрании акционеров, на котором их кандидатуры были поставлены на голосование. Присутствовавшие на общем собрании акционеров кандидаты в органы управления и контроля общества были доступны для ответов на вопросы акционеров. 3. Едиличный исполнительный орган, лицо, ответственное за ведение бухгалтерского учёта, председатель или иные члены комитета совета директоров по аудиту были доступны для ответов на вопросы акционеров на общих собраниях акционеров, проведённых в отчётном периоде. 4. В отчётном периоде общество использовало телекоммуникационные средства для обеспечения дистанционного доступа акционеров для участия в общих собраниях либо советом директоров было принято обоснованное решение об отсутствии необходимости (возможности) использования таких средств в отчётном периоде	Частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пунктам 1, 2, 3 критериев оценки. В отчётном периоде годовое общее собрание акционеров Общества и внеочередное общее собрание акционеров Общества, состоявшееся 26.09.2024, проводились в заочной форме в силу обстоятельств, описанных в комментариях к пункту 1 критериев оценки принципа 1.1.3 настоящего отчёта¹. Акционерам была предоставлена возможность высказать своё мнение и задать интересующие их вопросы, в том числе кандидатам в члены Совета директоров Общества, лицу, осуществляющему полномочия единоличного исполнительного органа, лицу, ответственному за ведение бухгалтерского учёта, членам комитета Совета директоров по аудиту до проведения 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. Указанные выше лица были доступны для ответов на вопросы акционеров. Также в отчётном периоде 12.01.2024 состоялось внеочередное общее собрание акционеров Общества в форме совместного присутствия. При подготовке к проведению внеочередного общего собрания акционерам была предоставлена возможность задать любые интересующие их вопросы единоличному исполнительному органу Общества, лицу, ответственному за ведение бухгалтерского учёта, председателю и иным членам комитета Совета директоров по аудиту (действовавшего в тот момент состава), а также кандидатам в члены Совета директоров 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 внеочередного общего собрания акционеров контакты корпоративного секретаря (номер телефона, адрес электронной почты) указывались также в сообщении о проведении внеочередного общего собрания акционеров. При проведении внеочередного общего собрания акционеров в форме совместного присутствия 12.01.2024 Общество обеспечило акционерам все условия для комфортного очного участия в собрании. В рамках собрания для докладов по вопросам повестки дня было отведено достаточное количество времени, отдельно предусматривалось время для обсуждения этих вопросов, акционерам была предоставлена возможность высказать своё мнение и задать интересующие их вопросы как по вопросам повестки дня, так и по другим интересующим их вопросам, связанным с деятельностью Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо. Обществом на внеочередное общее собрание акционеров были приглашены кандидаты в Совет директоров Общества и предприняты все необходимые меры для обеспечения возможности их участия в общем собрании акционеров. Кандидаты в Совет директоров, присутствовавшие на внеочередном общем собрании акционеров Общества, были открыты для диалога с акционерами и способствовали ведению активного и конструктивного обсуждения с акционерами как вопросов повестки, так и вопросов за её рамками, относящихся к деятельности Общества. Также в составе материалов к общему собранию акционеров Общества Общество раскрывает необходимую информацию о квалификации и опыте работы кандидатов, которая позволяет акционерам принять взвешенное и обоснованное решение. В связи с прекращением действия в 2025 году законодательных положений в части снятия запрета на проведение общих собраний акционеров в форме совместного присутствия, в 2025 году Общество вернётся к проведению общих собраний акционеров преимущественно в очном формате и будет продолжать следовать вышеописанной практике всестороннего и полного информирования акционеров как в ходе подготовки к общим собраниям, так и в ходе их проведения с предоставлением беспрепятственной возможности задавать любые интересующие их вопросы единоличному исполнительному органу Общества, лицу, ответственному за ведение бухгалтерского учёта, председателю и иным членам комитета Совета директоров по аудиту (действовавшего в тот момент состава), а также кандидатам в члены Совета директоров.

¹ Здесь и далее в целях повышения информативности предоставляемых пояснений, в том случае, если они содержат повторяющиеся аргументы, доводы и объяснения, в настоящем отчёте указывается отсылочное положение к соответствующему пункту критериев оценки настоящего отчёта, содержащего полный текст пояснений.

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
				Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 4 критериев оценки. В отчётном периоде Общество не использовало телекоммуникационные средства для обеспечения дистанционного доступа акционеров для участия в общих собраниях ввиду отсутствия у Общества такой возможности. В условиях необходимости использования любых возможностей для снижения издержек в реалиях текущей нестабильной геополитической ситуации выделение ресурсов на приобретение дополнительных телекоммуникационных средств представлялось нерациональным в отчётном году. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и с соблюдением всех прав и законных интересов акционеров всем акционерам, зарегистрированным в реестре акционеров Общества, были направлены бюллетени для голосования по вопросам повестки в установленный нормативный срок заказными письмами, акционерам, не зарегистрированным в реестре, – через номинального держателя. Всем акционерам были обеспечены время и возможность проголосовать по вопросам повестки дня в предусмотренном действующим законодательством Российской Федерации порядке. В то же время Общество рассматривает возможность проведения общих собраний акционеров с использованием телекоммуникационных средств для обеспечения дистанционного доступа акционеров. Нестабильность отчётного года не позволила Обществу выделить ресурсы для реализации указанной инициативы. В 2025 году Общество намерено, после вступления в силу соответствующих положений законодательства Российской Федерации, связанных с проведением дистанционных общих собраний акционеров, вернуться к анализу рынка соответствующего программного обеспечения, а также наблюдать за складывающейся в этой области практикой других эмитентов, с тем чтобы в 2026 году рассмотреть на уровне Совета директоров вопрос возможного перехода к использованию такой формы проведения собраний
1.2 Акционерам предоставлена равная и справедливая возможность участвовать в прибыли общества посредством получения дивидендов				
1.2.1	Общество разработало и внедрило прозрачный и понятный механизм определения размера дивидендов и их выплаты	1. Положение о дивидендной политике общества утверждено советом директоров и раскрыто на сайте общества в сети Интернет. 2. Если дивидендная политика общества, составляющего консолидированную финансовую отчётность, использует показатели отчётности общества для определения размера дивидендов, то соответствующие положения дивидендной политики учитывают консолидированные показатели финансовой отчётности. 3. Обоснование предлагаемого распределения чистой прибыли, в том числе на выплату дивидендов и собственные нужды общества, и оценка его соответствия принятой в обществе дивидендной политике, с пояснениями и экономическим обоснованием потребности в направлении определённой части чистой прибыли на собственные нужды в отчётном периоде были включены в состав материалов к общему собранию акционеров, в повестку дня которого включён вопрос о распределении прибыли (в том числе о выплате (объявлении) дивидендов)	Частично соблюдается	Пункты 1 и 2 критериев оценки соблюдаются. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки. В связи с неопределённостью политической и экономической ситуации в стране до момента их стабилизации Советом директоров в рамках подготовки к проведению общего собрания акционеров по итогам 2023 года общему собранию акционеров Общества было рекомендовано чистую прибыль по итогам 2023 года не распределять, дивиденды не выплачивать. Таким образом, решение о направлении определённой части чистой прибыли на собственные нужды Общества не выносилось на общее собрание акционеров Общества. Материалы к годовому общему собранию акционеров по итогам 2023 года содержали все необходимые документы, позволяющие сделать выводы о результатах деятельности Общества в отчётном году, однако не содержали подробных обоснований предлагаемого Советом директоров решения в части распределения чистой прибыли. Общество намерено исправить данный недостаток в рамках подготовки к годовому общему собранию акционеров по итогам 2024 года и обеспечить наличие в составе материалов к общему собранию акционеров, в повестку дня которого включён вопрос о распределении прибыли (в том числе о выплате (объявлении) дивидендов), обоснования предлагаемого распределения чистой прибыли, в том числе на выплату дивидендов и собственные нужды Общества, и оценки его соответствия принятой в Обществе дивидендной политике

N	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	1. В Положении о дивидендной политике общества помимо ограничений, установленных законодательством, определены финансовые/экономические обстоятельства, при которых обществу не следует принимать решение о выплате дивидендов	Соблюдается	
1.2.3	Общество не допускает ухудшения дивидендных прав существующих акционеров	1. В отчётном 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 счёт общества, помимо дивидендов и ликвидационной стоимости	1. В отчётном периоде иные способы получения лицами, контролирующими общество, прибыли (дохода) за счёт общества помимо дивидендов (например, с помощью трансфертного ценообразования, необоснованного оказания обществу контролирующим лицом услуг по завышенным ценам, путём замещающих дивиденды внутренних займов контролирующему лицу и (или) его подконтрольным лицам) не использовались	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	1. В течение отчётного периода лица, контролирующие общество, не допускали злоупотреблений правами по отношению к акционерам общества, конфликты между контролирующими лицами общества и акционерами общества отсутствовали, а если таковые были, совет директоров уделил им надлежащее внимание	Соблюдается	
1.3.2	Общество не предпринимает действий, которые приводят или могут привести к искусственному перераспределению корпоративного контроля	1. Квазиказначейские акции отсутствуют или не участвовали в голосовании в течение отчётного периода	Соблюдается	
1.4	Акционерам обеспечены надёжные и эффективные способы учёта прав на акции, а также возможность свободного и необременительного отчуждения принадлежащих им акций			
1.4	Акционерам обеспечены надёжные и эффективные способы учёта прав на акции, а также возможность свободного и необременительного отчуждения принадлежащих им акций	1. Используемые регистратором общества технологии и условия оказываемых услуг соответствуют потребностям общества и его акционеров, обеспечивают учёт прав на акции и реализацию прав акционеров наиболее эффективным образом	Соблюдается	

N	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	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	1. Совет директоров имеет закреплённые в уставе полномочия по назначению, освобождению от занимаемой должности и определению условий договоров в отношении членов исполнительных органов. 2. В отчётном периоде комитет по номинациям (назначениям, кадрам) рассмотрел вопрос о соответствии профессиональной квалификации, навыков и опыта членов исполнительных органов текущим и ожидаемым потребностям общества, продиктованным утверждённой стратегией общества. 3. В отчётном периоде советом директоров рассмотрен отчёт (отчёты) единоличного исполнительного органа и коллегиального исполнительного органа (при наличии) 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	1. В течение отчётного периода на заседаниях совета директоров были рассмотрены вопросы, связанные с ходом исполнения и актуализации стратегии, утверждением финансово-хозяйственного плана (бюджета) общества, а также рассмотрением 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	1. Принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе определены советом директоров и закреплены во внутренних документах общества, определяющих политику в области управления рисками и внутреннего контроля. 2. В отчётном периоде совет директоров утвердил (пересмотрел) приемлемую величину рисков (риск-аппетит) общества либо комитет по аудиту и (или) комитет по рискам (при наличии) рассмотрел целесообразность вынесения на рассмотрение совета директоров вопроса о пересмотре риск-аппетита общества	Соблюдается	
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	1. В обществе разработана, утверждена советом директоров и внедрена политика (политики) по вознаграждению и возмещению расходов (компенсаций) членов совета директоров, исполнительных органов общества и иных ключевых руководящих работников общества. 2. В течение отчётного периода советом директоров были рассмотрены вопросы, связанные с указанной политикой (политиками)	Соблюдается	

Соблюдается

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.1.5	Совет директоров играет ключевую роль в предупреждении, выявлении и урегулировании внутренних конфликтов между органами общества, акционерами общества и работниками общества	1. Совет директоров играет ключевую роль в предупреждении, выявлении и урегулировании внутренних конфликтов. 2. Общество создало систему идентификации сделок, связанных с конфликтом интересов, и систему мер, направленных на разрешение таких конфликтов	Соблюдается	
2.1.6	Совет директоров играет ключевую роль в обеспечении прозрачности общества, своевременности и полноты раскрытия обществом информации, необременительного доступа акционеров к документам общества	1. Во внутренних документах общества 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	1. В течение отчётного периода совет директоров рассмотрел результаты самооценки и (или) внешней оценки практики корпоративного управления в обществе	Соблюдается	
2.2 Совет директоров подотчётён акционерам общества				
2.2.1	Информация о работе совета директоров раскрывается и предоставляется акционерам	1. Годовой отчёт общества за отчётный период включает в себя информацию о посещаемости заседаний совета директоров и комитетов каждым из членов совета директоров. 2. Годовой отчёт содержит информацию об основных результатах оценки (самооценки) качества работы совета директоров, проведённой в отчётном периоде	Соблюдается	
2.2.2	Председатель совета директоров доступен для общения с акционерами общества	1. В обществе существует прозрачная процедура, обеспечивающая акционерам возможность направления председателю совета директоров (и, если применимо, старшему независимому директору) обращений и получения обратной связи 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	1. В отчётном 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 так далее	Соблюдается	

N	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	1. Во всех случаях проведения общего собрания акционеров в отчётном периоде, повестка дня которого включала вопросы об избрании совета директоров, общество представило акционерам биографические данные всех кандидатов в члены совета директоров, результаты оценки соответствия профессиональной квалификации, опыта и навыков кандидатов текущим и ожидаемым потребностям общества, проведённой советом директоров (или его комитетом по номинациям), а также информацию о соответствии кандидата критериям независимости согласно рекомендациям 102–107 Кодекса и информацию о наличии письменного согласия 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	1. В отчётном периоде совет директоров проанализировал собственные потребности в области профессиональной квалификации, опыта и навыков и определил компетенции, необходимые совету директоров в краткосрочной и долгосрочной перспективе	Соблюдается	
2.3.4	Количественный состав совета директоров общества даёт 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	1. В отчётном периоде совет директоров рассмотрел вопрос о соответствии количественного состава совета директоров потребностям общества и интересам акционеров	Соблюдается	

N	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	1. В течение отчётного 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 преобладает над формой	1. В отчётном 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 отчётный период совет директоров (или комитет по номинациям совета директоров) по крайней мере один раз рассмотрел вопрос о независимости действующих членов совета директоров (после их избрания). 3. В обществе разработаны процедуры, определяющие необходимые действия члена совета директоров в том случае, если он перестаёт быть независимым, включая обязательства по своевременному информированию об этом совета директоров	Соблюдается	
2.4.3	Независимые директора составляют не менее одной трети избранного состава совета директоров	1. Независимые директора составляют не менее одной трети состава совета директоров	Соблюдается	
2.4.4	Независимые директора играют ключевую роль в предотвращении внутренних конфликтов в обществе и совершении обществом существенных корпоративных действий	1. Независимые директора (у которых отсутствовал конфликт интересов) в отчётном периоде предварительно оценивали существенные корпоративные действия, связанные с возможным конфликтом интересов, а результаты такой оценки предоставлялись совету директоров	Соблюдается	

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.5 Председатель совета директоров способствует наиболее эффективному осуществлению функций, возложенных на совет директоров				
2.5.1	Председателем совета директоров избран независимый директор либо из числа избранных независимых директоров определён 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 определён старший независимый директор. 2. Роль, права и обязанности председателя совета директоров (и, если применимо, старшего независимого директора) должным образом определены во внутренних документах общества	Соблюдается	
2.5.2	Председатель совета директоров обеспечивает конструктивную атмосферу проведения заседаний, свободное обсуждение вопросов, включённых в повестку дня заседания, контроль за исполнением решений, принятых советом директоров	1. Эффективность работы председателя совета директоров оценивалась в рамках процедуры оценки (самооценки) качества работы совета директоров в отчётном 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	1. Обязанность председателя совета директоров принимать меры по обеспечению своевременного предоставления полной и достоверной информации членам совета директоров по вопросам повестки заседания совета директоров закреплена во внутренних документах общества	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				
2.6.1	Члены совета директоров принимают решения с учётом всей имеющейся информации, в отсутствие конфликта интересов, с учётом 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 счёт общества	Соблюдается	
2.6.2	Права и обязанности членов совета директоров чётко сформулированы и закреплены во внутренних документах общества	1. В обществе принят и опубликован внутренний документ, чётко определяющий права и обязанности членов совета директоров	Соблюдается	

N	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	1. Индивидуальная посещаемость заседаний совета и комитетов, а также достаточность времени для работы в совете директоров, в том числе в его комитетах, проанализирована в рамках процедуры оценки (самооценки) качества работы совета директоров в отчётном периоде. 2. В соответствии с внутренними документами общества члены совета директоров обязаны уведомлять совет директоров о своём намерении войти в состав органов управления других организаций (помимо подконтрольных обществу организаций), а также о факте такого назначения	Соблюдается	
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	1. В соответствии с внутренними документами общества члены совета директоров имеют право получать информацию и документы, необходимые членам совета директоров общества для исполнения ими своих обязанностей, касающиеся общества и подконтрольных ему организаций, а исполнительные органы общества обязаны обеспечить предоставление соответствующей информации и документов. 2. В обществе реализуется 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 учётом масштабов деятельности и стоящих перед обществом в определённый период времени задач	1. Совет директоров провёл не менее шести заседаний за отчётный год	Соблюдается	
2.7.2	Во внутренних документах общества закреплён порядок подготовки и проведения заседаний совета директоров, обеспечивающий членам совета директоров возможность надлежащим образом подготовиться к его проведению	1. В обществе утверждён 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 пять дней до даты его проведения. 2. В отчётном периоде отсутствующим в месте проведения заседания совета директоров членам совета директоров предоставлялась возможность участия в обсуждении вопросов повестки дня и голосовании дистанционно – посредством конференц- и видео-конференц-связи	Соблюдается	
2.7.3	Форма проведения заседания совета директоров определяется с учётом важности вопросов повестки дня. Наиболее важные вопросы решаются на заседаниях, проводимых в очной форме	1. Уставом или внутренним документом общества предусмотрено, что наиболее важные вопросы (в том числе перечисленные в рекомендации 168 Кодекса) должны рассматриваться на очных заседаниях совета директоров	Соблюдается	

N	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 голосов всех избранных членов совета директоров	1. Уставом общества предусмотрено, что решения по наиболее важным вопросам, в том числе изложенным в рекомендации 170 Кодекса, должны приниматься на заседании совета директоров квалифицированным большинством, не менее чем в ¾ голосов, или же большинством голосов всех избранных членов совета директоров	Частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки. Уставом Общества не предусмотрено, что решения по вопросам, изложенным в рекомендации 170 Кодекса, должны приниматься на заседании Совета директоров квалифицированным большинством, не менее чем в ¾ голосов, или же большинством голосов всех избранных членов Совета директоров. Уставом Общества предусмотрено, что решения Совета директоров принимаются большинством голосов членов Совета директоров Общества, принимающих участие в заседании, если Федеральным законом «Об акционерных обществах» не предусмотрено иное. Риски, связанные с частичным исполнением рекомендации 170 Кодекса, нивелируются традиционно активным участием членов Совета директоров в заседаниях (как правило, 100%-ное участие), а также принятием решений Советом директоров на основе консенсуса (в большинстве случаев единогласно). Особо значимые вопросы предварительно глубоко прорабатываются в рамках работы комитетов Совета директоров, в связи с чем Общество не планирует вносить изменения в Устав Общества в этой части. Общество находит нецелесообразным изменение кворума, необходимого для принятия решений Советом директоров, в том числе в связи с тем, что это может негативно сказаться на оперативности принятия решений
2.8 Совет директоров создаёт комитеты для предварительного рассмотрения наиболее важных вопросов деятельности общества				
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, 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 одного раза в квартал в течение отчетного периода	Соблюдается	
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, а также условия (события), при наступлении которых комитет по вознаграждениям рассматривает вопрос о пересмотре политики общества по вознаграждению членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников	Соблюдается	

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
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. Во внутренних документах общества определены задачи комитета по номинациям (или соответствующего комитета с совмещённым функционалом), включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 186 Кодекса. В целях формирования совета директоров, наиболее полно отвечающего целям и задачам общества, комитет по номинациям в отчётном периоде самостоятельно или совместно с иными комитетами совета директоров или уполномоченное подразделение общества по взаимодействию с акционерами организовал взаимодействие с акционерами, не ограничиваясь кругом крупнейших акционеров, в контексте подбора кандидатов в совет директоров общества	Соблюдается	
2.8.4	С учётом 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 (комитет по стратегии, комитет по корпоративному управлению, комитет по этике, комитет по управлению рисками, комитет по бюджету, комитет по здоровью, безопасности и окружающей среде и др.)	1. В отчётном периоде совет директоров общества рассмотрел вопрос о соответствии структуры совета директоров масштабу и характеру, целям деятельности и потребностям, профилю рисков общества. Дополнительные комитеты либо были сформированы, либо не были признаны необходимыми	Соблюдается	
2.8.5	Состав комитетов определён таким образом, чтобы он позволял проводить всестороннее обсуждение предварительно рассматриваемых вопросов с учётом различных мнений	1. Комитет по аудиту, комитет по вознаграждениям, комитет по номинациям (или соответствующий комитет с совмещённым функционалом) в отчётном периоде возглавлялись независимыми директорами. 2. Во внутренних документах (политиках) общества предусмотрены положения, в соответствии с которыми лица, не входящие в состав комитета по аудиту, комитета по номинациям (или соответствующий комитет с совмещённым функционалом) и комитета по вознаграждениям, могут посещать заседания комитетов только по приглашению председателя соответствующего комитета	Соблюдается	
2.8.6	Председатели комитетов регулярно информируют совет директоров и его председателя о работе своих комитетов	1. В течение отчётного периода председатели комитетов регулярно отчитывались о работе комитетов перед советом директоров	Соблюдается	

N	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. Во внутренних документах общества определены процедуры проведения оценки (самооценки) качества работы совета директоров. 2. Оценка (самооценка) качества работы совета директоров, проведённая в отчётном периоде, включала оценку работы комитетов, индивидуальную оценку каждого члена совета директоров и совета директоров в целом. 3. Результаты оценки (самооценки) качества работы совета директоров, проведённой в течение отчётного периода, были рассмотрены на очном заседании совета директоров	Частично соблюдается	Пункты 1 и 3 критериев оценки соблюдаются. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки. Оценка (самооценка) качества работы Совета директоров Общества, проведённая в отчётном периоде, не включала индивидуальную оценку каждого члена Совета директоров Общества ввиду того, что Общество не видит проведение индивидуальной оценки членов Совета директоров Общества уместным и необходимым. Самооценка качества работы Совета директоров Общества, проведённая в отчётном периоде, включала в себя оценку работы Совета директоров Общества в целом, а также оценку работы комитетов Совета директоров. Все члены Совета директоров Общества обладают значительным опытом работы на руководящих должностях, многие – в релевантных для деятельности Общества областях. В совокупности члены Совета директоров Общества обладают широким набором профессиональных компетенций, которые оцениваются на этапе выдвижения кандидатов в члены Совета директоров Общества и их последующего избрания. Состав Совета директоров Общества сбалансирован с точки зрения профессиональной квалификации, опыта и деловых навыков его членов. Положительные результаты работы Общества свидетельствуют в числе прочего об эффективной работе его Совета директоров, и проведение индивидуальной оценки эффективности работы членов Совета директоров представляется Обществу излишним ввиду отсутствия, по мнению Общества, негативных последствий, связанных с несоблюдением данной рекомендации. Используемые Обществом анкеты для проведения самооценки Совета директоров были разработаны в рамках комитета по вознаграждениям и назначениям Совета директоров Общества и единогласно рекомендованы членами комитета по вознаграждениям и назначениям Совета директоров Общества для проведения самооценки качества работы Совета директоров Общества. Общество не собирается внедрять практику проведения индивидуальной оценки членов Совета директоров в рамках ежегодной самооценки качества работы Совета директоров Общества

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
2.9.2	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)	1. Для проведения независимой оценки качества работы совета директоров в течение трёх последних отчётных периодов по меньшей мере один раз обществом привлекалась внешняя организация (консультант)	Не соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки. В течение трёх последних отчётных периодов Обществом не привлекалась внешняя организация (консультант) для проведения независимой оценки качества работы Совета директоров Общества ввиду сложившейся в течение последних двух лет сложной геополитической обстановки, в условиях которой усилия и ресурсы Общества в первую очередь сосредоточены на решении операционных задач и преодолении последствий санкционного давления, оказываемого на Российскую Федерацию. Последний раз внешняя оценка качества работы Совета директоров Общества с привлечением независимых консультантов проводилась в 2020 году. Независимая оценка качества работы Совета директоров подлежит проведению не реже одного раза в три года, в связи с чем Обществом её проведение было запланировано в рамках отчётного года. В то же время под влиянием изменений геополитической ситуации в мире в отчётном году (как и в 2022 году) состав Совета директоров Общества претерпевал изменения. В таких обстоятельствах проведение Советом директоров независимой внешней оценки было нецелесообразно, поскольку изменившаяся внешняя среда, непродолжительный период работы состава Совета директоров не позволяют получить объективную информацию о происходящих процессах, в том числе о качестве работы Совета директоров. Кроме того, направление ресурсов Компании М.Видео-Эльдорадо в отчётном году на привлечение экспертов для проведения внешней оценки качества работы Совета директоров представлялось несвоевременным. Общество намеревается стремиться обеспечить проведение внешней оценки качества работы Совета директоров Общества по итогам работы в 2026 корпоративном году
3.1 Корпоративный секретарь общества обеспечивает 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. На сайте общества в сети Интернет и в годовом отчёте представлена биографическая информация о корпоративном секретаре (включая сведения о возрасте, образовании, квалификации, опыте), а также сведения о должностях в органах управления иных юридических лиц, занимаемых корпоративным секретарём в течение не менее чем пяти последних лет	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	1. В обществе принят и раскрыт внутренний документ – положение о корпоративном секретаре. 2. Совет директоров утверждает кандидатуру на должность корпоративного секретаря и прекращает его полномочия, рассматривает вопрос о выплате ему дополнительного вознаграждения. 3. Во внутренних документах общества закреплено право корпоративного секретаря запрашивать, получать документы общества и информацию у органов управления, структурных подразделений и должностных лиц общества	Соблюдается	

N	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, создаёт 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	1. Вознаграждение членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества определено с учётом результатов сравнительного анализа уровня вознаграждения в сопоставимых компаниях	Соблюдается	
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 неё коррективы	1. В течение отчётного периода комитет по вознаграждениям рассмотрел политику (политики) по вознаграждениям и (или) практику её (их) внедрения, осуществил оценку их эффективности и прозрачности и при необходимости представил соответствующие рекомендации совету директоров по пересмотру указанной политики (политик)	Соблюдается	
4.1.3	Политика общества по вознаграждению содержит 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	1. 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	Соблюдается	

N	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	1. В политике (политиках) по вознаграждению или в иных внутренних документах общества установлены правила возмещения расходов членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых работающих 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	1. В отчётном периоде общество выплачивало вознаграждение членам совета директоров в соответствии с принятой в обществе политикой по вознаграждению. 2. В отчётном периоде обществом в отношении членов совета директоров не применялись формы краткосрочной мотивации, дополнительного материального стимулирования, выплата которого зависит от результатов (показателей) деятельности общества. Выплата вознаграждения за участие в отдельных заседаниях совета или комитетов совета директоров не осуществлялась	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 определённых показателей деятельности, а члены совета директоров не участвуют в опционных программах	1. Если внутренний документ (документы) – политика (политики) по вознаграждению общества – предусматривает (предусматривают) предоставление акций общества членам совета директоров, должны быть предусмотрены и раскрыты чёткие правила владения акциями членами совета директоров, нацеленные на стимулирование долгосрочного владения такими акциями	Соблюдается	
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	1. 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	

N	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	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	1. В течение отчётного 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 проведённой 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. При определении размера выплачиваемого вознаграждения членам исполнительных органов и иным ключевым руководящим работникам общества учитываются риски, которое несёт общество, с тем чтобы избежать создания стимулов к принятию чрезмерно рискованных управленческих решений	Соблюдается	
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)	1. В случае, если 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 предусматривает, что право реализации таких акций и иных финансовых инструментов наступает не ранее чем через три года с момента их предоставления. При этом право их реализации обусловлено достижением определённых показателей деятельности общества	Не соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки. В 2023 году Советом директоров Общества была утверждена новая программа долгосрочной мотивации для членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Компании М.Видео-Эльдорадо. Программа утверждена на три года и предусматривает мотивационные выплаты участвующим в ней сотрудникам тремя траншами в денежной форме (в форме денежной премии) в течение срока действия программы при достижении определённых показателей деятельности Компании М.Видео-Эльдорадо. В условиях сложившей геополитической ситуации и нестабильности обстановки Общество пришло к выводу о недостаточной эффективности программ мотивации, основанных на использовании акций Общества (финансовых инструментов, основанных на акциях Общества), так как такие программы, как правило, используются для мотивации на реализацию долгосрочных целей по развитию бизнеса. В текущих же реалиях для Общества было важно обеспечить мотивирование сотрудников на преодоление текущих вызовов в связи со сложной геополитической ситуацией. В 2026 году, после завершения текущей утверждённой программы, Общество не исключает возможности внедрения программы долгосрочной мотивации с использованием акций Общества (финансовых инструментов, основанных на акциях Общества)
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	1. Сумма компенсации («золотой парашют»), выплачиваемая обществом в случае досрочного прекращения полномочий членам исполнительных органов или ключевым руководящим работникам по инициативе общества и при отсутствии с их стороны недобросовестных действий, в отчётном периоде не превышала двукратного размера фиксированной части годового вознаграждения.	Соблюдается	

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
5.1	В обществе создана эффективно функционирующая система управления рисками и внутреннего контроля, направленная на обеспечение разумной уверенности в достижении поставленных перед обществом целей			
5.1.1	Советом директоров общества определены принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе	1. Функции различных органов управления и подразделений общества в системе управления рисками и внутреннего контроля четко определены во внутренних документах / соответствующей политике общества, одобренной советом директоров	Соблюдается	
5.1.2	Исполнительные органы общества обеспечивают создание и поддержание функционирования эффективной системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе	1. Исполнительные органы общества обеспечили распределение обязанностей, полномочий, ответственности в области управления рисками и внутреннего контроля между подотчётными им руководителями (начальниками) подразделений и отделов	Соблюдается	
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 отчётности общества, разумность и приемлемость принимаемых обществом рисков	1. В обществе утверждена антикоррупционная политика. 2. В обществе организован безопасный, конфиденциальный и доступный способ (горячая линия) информирования совета директоров или комитета совета директоров по аудиту о фактах нарушения законодательства, внутренних процедур, кодекса этики общества	Соблюдается	
5.1.4	Совет директоров общества принимает необходимые меры, для того чтобы убедиться, что действующая в обществе система управления рисками и внутреннего контроля соответствует определённым советом директоров принципам и подходам к её организации и эффективно функционирует	1. В течение отчётного периода совет директоров (комитет по аудиту и (или) комитет по рискам (при наличии) организовал проведение оценки надёжности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля. 2. В отчётном периоде совет директоров рассмотрел результаты оценки надёжности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля общества и сведения о результатах рассмотрения включены в состав годового отчёта общества	Соблюдается	
5.2	Для систематической независимой оценки надёжности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля и практики корпоративного управления общество организывает проведение внутреннего аудита			
5.2.1	Для проведения внутреннего аудита в обществе создано отдельное структурное подразделение или привлечена независимая внешняя организация. Функциональная и административная подотчётность подразделения внутреннего аудита разграничены. Функционально подразделение внутреннего аудита подчиняется совету директоров	1. Для проведения внутреннего аудита в обществе создано отдельное структурное подразделение внутреннего аудита, функционально подотчётное совету директоров, или привлечена независимая внешняя организация с тем же принципом подотчётности	Соблюдается	

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
5.2.2	Подразделение внутреннего аудита проводит оценку надёжности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля, а также оценку корпоративного управления, применяет общепринятые стандарты деятельности в области внутреннего аудита	1. В отчётном периоде в рамках проведения внутреннего аудита дана оценка надёжности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля. 2. В отчётном периоде в рамках проведения внутреннего аудита дана оценка практики (отдельных практик) корпоративного управления, включая процедуры информационного взаимодействия (в том числе по вопросам внутреннего контроля и управления рисками) на всех уровнях управления общества, а также взаимодействия с заинтересованными лицами	Соблюдается	
6.1 Общество и его деятельность являются прозрачными для акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц				
6.1.1	В обществе разработана и внедрена информационная политика, обеспечивающая эффективное информационное взаимодействие общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц	1. Советом директоров общества утверждена информационная политика общества, разработанная с учётом рекомендаций Кодекса. 2. В течение отчётного периода совет директоров (или один из его комитетов) рассмотрел вопрос об эффективности информационного взаимодействия общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц и целесообразности (необходимости) пересмотра информационной политики общества	Частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пунктам 1 и 2 критериев оценки. Советом директоров Общества на текущий момент не была утверждена информационная политика Общества, разработанная с учётом рекомендаций Кодекса, в виде единого документа. В настоящее время Общество осуществляет информационное взаимодействие с акционерами, инвесторами и иными заинтересованными лицами, руководствуясь нормами, закреплёнными в различных внутренних документах Общества, а также положениями действующего законодательства Российской Федерации, придерживаясь баланса между соблюдением прав и законных интересов акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц и необходимыми мерами в рамках противодействия санкционному давлению. В отчётном периоде Совет директоров (его комитеты) не рассматривал вопрос об эффективности информационного взаимодействия Общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц и целесообразности (необходимости) пересмотра информационной политики Общества, так как геополитические и экономические события 2024 года и последовавший за ними период нестабильности и напряжённости отчётного года потребовали от Общества и его органов управления оперативного пересмотра приоритетов выполнения стоящих перед ними задач со смещением фокуса внимания на решение вопросов, связанных с адаптацией бизнес-модели к новой действительности и концентрацией на операционной деятельности. В настоящее время Общество ведёт активную работу по разработке новой редакции информационной политики. В 2025 году вопрос об эффективности информационного взаимодействия Общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц будет рассмотрен в рамках заседания Совета директоров Общества вместе с проектом новой редакции информационной политики Общества для утверждения

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
6.1.2	Общество раскрывает информацию о системе и практике корпоративного управления, включая подробную информацию о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса	1. Общество раскрывает информацию о системе корпоративного управления в обществе и общих принципах корпоративного управления, применяемых в обществе, в том числе на сайте общества в сети Интернет. 2. 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). 3. В случае наличия лица, контролирующего общество, общество публикует меморандум контролирующего лица относительно планов такого лица в отношении корпоративного управления в обществе	Частично соблюдается	Пункт 1 критериев оценки соблюдается. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки. Информация, указанная в пункте 2 критериев оценки, временно не раскрывается в целях защиты прав и законных интересов лиц, входящих в состав органов управления Общества, на фоне неослабевающего санкционного давления. Общество намерено устранить данное несоответствие рекомендациям Кодекса в 2025–2026 годах при условии изменения внешних и внутренних факторов, служащих основанием для применения антисанкционных мер в части раскрытия информации. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки. Общество не публиковало меморандум контролирующего лица относительно его планов в отношении Общества в связи с тем, что такой меморандум не поступал в Общество. Контролирующий акционер Общества своевременно предоставляет публичный доступ к информации обо всех своих планах в отношении Общества с помощью различных каналов раскрытия информации, руководствуясь принципами защиты конфиденциальной информации и прав акционеров Общества. Если контролирующим акционером Общества будет принят меморандум относительно планов такого лица в отношении корпоративного управления в Обществе, то указанный меморандум будет публично раскрыт
6.2	Общество своевременно раскрывает полную, актуальную и достоверную информацию об обществе для обеспечения возможности принятия обоснованных решений акционерами общества и инвесторами			
6.2.1	Общество раскрывает информацию в соответствии с принципами регулярности, последовательности и оперативности, а также доступности, достоверности, полноты и сравнимости раскрываемых данных	1. В обществе определена процедура, обеспечивающая координацию работы всех структурных подразделений и работников общества, связанных с раскрытием информации или деятельностью которых может привести к необходимости раскрытия информации. 2. В случае, если ценные бумаги общества обращаются на иностранных организованных рынках, раскрытие существенной информации в Российской Федерации и на таких рынках осуществляется синхронно и эквивалентно в течение отчётного года. 3. Если иностранные акционеры владеют существенным количеством акций общества, то в течение отчётного года раскрытие информации осуществлялось не только на русском, но также на одном из наиболее распространённых иностранных языков	Частично соблюдается	Пункты 1 и 2 критериев оценки соблюдаются. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 3 критериев оценки. В течение отчётного года раскрытие информации осуществлялось Обществом на русском языке. Принимая во внимание, что перевод информации и документации требует привлечения дополнительных материальных ресурсов, Общество рассмотрит возможность полного раскрытия информации на английском языке в случае получения Обществом соответствующего запроса от иностранных акционеров. В течение отчётного года таких запросов от акционеров в адрес Общества не поступало. В рамках совершенствования используемых Обществом практик Общество планирует не позднее 2026 года начать осуществлять раскрытие информации не только на русском, но и на английском языке

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
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	1. В информационной политике общества определены подходы к раскрытию сведений об иных событиях (действиях), оказывающих существенное влияние на стоимость или котировки его ценных бумаг, раскрытие сведений о которых не предусмотрено законодательством. 2. Общество раскрывает информацию о структуре капитала общества в соответствии с рекомендацией 290 Кодекса в годовом отчёте и на сайте общества в сети Интернет. 3. Общество раскрывает информацию о подконтрольных организациях, имеющих для него существенное значение, в том числе о ключевых направлениях их деятельности, о механизмах, обеспечивающих подотчётность подконтрольных организаций, полномочиях совета директоров общества в отношении определения стратегии и оценки результатов деятельности подконтрольных организаций. 4. Общество раскрывает нефинансовый отчёт – отчёт об устойчивом развитии, экологический отчёт, отчёт о корпоративной социальной ответственности или иной отчёт, содержащий нефинансовую информацию, в том числе о факторах, связанных с окружающей средой (в том числе экологические факторы и факторы, связанные с изменением климата), обществом (социальные факторы) и корпоративным управлением, за исключением отчёта эмитента эмиссионных ценных бумаг и годового отчёта акционерного общества	Частично соблюдается	Пункты 1 и 3 критериев оценки соблюдаются. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки. Информация, указанная в пункте 2 критериев оценки, временно не раскрывается в целях защиты прав и законных интересов контролирующих лиц Общества. Общество намерено стремиться устранить данное несоответствие рекомендациям Кодекса в 2025–2026 годах при условии изменения внешних и внутренних факторов, служащих основанием для применения антисанкционных мер в части раскрытия информации, либо изменения действующего законодательства Российской Федерации. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 4 критериев оценки. В отчётном периоде Общество раскрывает нефинансовую информацию, в том числе о факторах, связанных с окружающей средой, с обществом (социальные факторы) и корпоративным управлением, в качестве отдельного раздела в составе Годового отчёта Общества
6.2.3	Годовой отчёт, являясь одним из наиболее важных инструментов информационного взаимодействия с акционерами и другими заинтересованными сторонами, содержит информацию, позволяющую оценить итоги деятельности общества за год	1. Годовой отчёт общества содержит информацию о результатах оценки комитетом по аудиту эффективности процесса проведения внешнего и внутреннего аудита. 2. Годовой отчёт общества содержит сведения о политике общества в области охраны окружающей среды, социальной политике общества	Соблюдается	

N	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			
6.3.1	Реализация акционерами права на доступ к документам и информации общества не сопряжена с неоправданными сложностями	1. В информационной политике (внутренних документах, определяющих информационную политику) общества определён необременительный порядок предоставления по запросам акционеров доступа к информации и документам общества. 2. В информационной политике (внутренних документах, определяющих информационную политику) содержатся положения, предусматривающие, что в случае поступления запроса акционера о предоставлении информации о подконтрольных обществу организациях общество предпринимает необходимые усилия для получения такой информации у соответствующих подконтрольных обществу организаций	Частично соблюдается	Пункт 1 критериев оценки соблюдается. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки. Положения, предусматривающие, что в случае поступления запроса акционера о предоставлении информации о подконтрольных Обществу организациях Общество предпринимает необходимые усилия для получения такой информации у соответствующих подконтрольных Обществу организаций, в настоящий момент отсутствуют, так как на текущий момент в Обществе не была утверждена информационная политика Общества, разработанная с учётом рекомендаций Кодекса, в виде единого документа. В настоящее время Общество осуществляет информационное взаимодействие с акционерами, инвесторами и иными заинтересованными лицами, руководствуясь нормами, закреплёнными в различных внутренних документах Общества, а также положениями действующего законодательства Российской Федерации, придерживаясь баланса между соблюдением прав и законных интересов акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц и необходимыми мерами в рамках противодействия санкционному давлению. В рамках разработки в 2025 году новой информационной политики Общество планирует предусмотреть в новой редакции информационной политики необходимые положения, связанные с действиями Общества при поступлении запроса акционера о предоставлении информации о подконтрольных Обществу организациях
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 отчётного периода общество не отказывало в удовлетворении запросов акционеров о предоставлении информации либо такие отказы были обоснованными. 2. В случаях, определённых информационной политикой общества, акционеры предупреждаются о конфиденциальном характере информации и принимают на себя обязанность по сохранению её конфиденциальности	Соблюдается	

N	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	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			
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 определён перечень (критерии) сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, и такие действия отнесены к компетенции совета директоров общества	1. Уставом общества определён перечень (критерии) сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями. Принятие решений в отношении существенных корпоративных действий уставом общества 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	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	1. В обществе предусмотрена процедура, в соответствии с которой независимые директора заявляют о своей позиции по существенным корпоративным действиям до их одобрения	Соблюдается	

N	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	1. Уставом общества с учётом особенностей его деятельности к компетенции совета директоров отнесено одобрение, помимо предусмотренных законодательством, иных сделок, имеющих существенное значение для общества. 2. В течение отчётного периода все существенные корпоративные действия проходили процедуру одобрения до их осуществления	Соблюдается	
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	1. В случае, если обществом в течение отчётного периода совершались существенные корпоративные действия, общество своевременно и детально раскрывало информацию о таких действиях, в том числе о причинах, условиях совершения действий и последствиях таких действий для акционеров	Соблюдается	

N	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
7.2.2	Правила и процедуры, связанные с осуществлением обществом существенных корпоративных действий, закреплены во внутренних документах общества	1. Во внутренних документах общества определены случаи и порядков привлечения оценщика для определения стоимости имущества, отчуждаемого или приобретаемого по крупной сделке или сделке с заинтересованностью. 2. Внутренние документы общества предусматривают процедуру привлечения оценщика для оценки стоимости приобретения и выкупа акций общества. 3. При отсутствии формальной заинтересованности члена совета директоров, единоличного исполнительного органа, члена коллегиального исполнительного органа общества или лица, являющегося контролирующим лицом общества, либо лица, имеющего право давать обществу обязательные для него указания, в сделках общества, но при наличии конфликта интересов или иной их фактической заинтересованности, внутренними документами общества предусмотрено, что такие лица не принимают участия в голосовании по вопросу одобрения такой сделки	Частично соблюдается	Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 1 критериев оценки. Внутренние документы Общества не предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика для определения стоимости имущества, приобретаемого или отчуждаемого по крупной сделке или сделке с заинтересованностью. Имплементируя рекомендации Кодекса, Общество придерживается позиции, что каждая рекомендация Кодекса должна быть оценена на предмет её полезности и применимости к системе корпоративного управления конкретной компании. Общество считает нецелесообразным предусматривать во внутренних документах перечень случаев обязательного привлечения оценщика. Общество оценивает риск принятия органами управления неверных решений в отсутствие заключения независимой оценки как незначительный (крайне минимальный), так как в Обществе создана и эффективно функционирует система внутренней защиты имущественных интересов Общества, включающая в том числе полный и достоверный учёт имущества, контроль за его использованием и распоряжением. Любые сделки, связанные с приобретением, отчуждением, обременением имущества при превышении ими определённых внутренними документами пределов, являясь объектом пристального рассмотрения в том числе на предмет соответствия их рыночным условиям. Общество обладает достаточной собственной экспертной для качественного анализа и решения данных вопросов собственными силами без привлечения независимого оценщика, в связи с чем не планирует включать соответствующие положения во внутренние документы Общества. Изложенные ниже комментарии относятся к пункту 2 критериев оценки. Независимый оценщик привлекается Обществом во всех случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации. В иных случаях Общество пользуется собственным высоким уровнем экспертности для решения таких вопросов. Общество оценивает риск принятия органами управления неверных решений в отсутствие заключения независимой оценки как незначительный (крайне минимальный), так как в Обществе создана и эффективно функционирует система внутренней защиты имущественных интересов Общества, включающая в том числе полный и достоверный учёт имущества, контроль за его использованием и распоряжением. В случае, если проведение независимой оценки потребуется для принятия взвешенного решения членами Совета директоров, внутренними документами Общества предусмотрена возможность привлечения консультантов, экспертов, в том числе финансовых, по инициативе Совета директоров. Общество не планирует разрабатывать или вносить изменения в действующие внутренние документы с целью регламентации процедуры привлечения оценщика для оценки стоимости приобретения и выкупа акций Общества

Приложение № 3. Отчёт о совершённых крупных сделках и сделках с заинтересованностью¹

Отчёт о совершённых (заключённых) ПАО «М.видео» (далее – Общество) в 2024 году крупных сделках и сделках, в совершении которых имеется заинтересованность.

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и её существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки ²	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
Крупные сделки			
В отчётном году Общество не совершало сделок, признаваемых 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			
Сделки, в совершении которых имелась заинтересованность			
1	23.01.2024	Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ». Предмет сделки и её существенные условия: обеспечение исполнения Принципалом (ООО «МВМ») обязательств по Долгосрочному договору аренды помещения от 20.12.2018 № 06–ДДА/СБ, заключённому между Принципалом (ООО «МВМ») в качестве арендатора и Бенефициаром (ООО «Славянка») в качестве арендодателя (далее по тексту настоящего пункта таблицы – Договор). Сумма гарантии: не более 192 755,02 долл. США (с учётом ранее выданной независимой гарантии от 25.12.2023 общая сумма обеспечения по Долгосрочному договору аренды помещения от 20.12.2018 № 06–ДДА/СБ, предоставленного Обществом, не должна превышать 534 378,00 долл. США). Сумма гарантии составляла менее двух процентов стоимости активов, по данным консолидированной финансовой отчётности Общества на последнюю отчётную дату (дату окончания последнего завершённого отчётного периода, предшествующего дате совершения сделки). Срок гарантии – с 01.01.2024 по 31.12.2024. Стороны и выгодоприобретатели по сделке: Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН: 5067746789248, ИНН: 7707602010); Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): ООО «Славянка» (ОГРН: 1127746288636, ИНН: 7730663821); Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН: 1057746840095, ИНН: 7707548740). Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки: 1-6. Сведения не раскрываются по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации 7. Член Совета директоров и единоличный исполнительный орган (генеральный директор) Общества – Ужахов Билан Абдурахимович	Совет директоров

¹ Отчёт о совершённых (заключённых) ПАО «М.видео» в 2024 году крупных сделках и сделках, в совершении которых имеется заинтересованность.

² Данная информация приведена по состоянию на дату совершения сделки.

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и её существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки ²	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
2	23.01.2024	Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ». Предмет сделки и её существенные условия: обеспечение исполнения Принципалом (ООО «МВМ») обязательств по Договору поставки от 19.05.2021 № 01-1117/03–2021, заключённому между Принципалом (ООО «МВМ») в качестве покупателя и Бенефициаром (ООО «Центр Дистрибьюции») в качестве поставщика (далее по тексту настоящего пункта таблицы – Договор). Сумма гарантии: не более 1 200 000 000,00 руб. Сумма гарантии составляла менее двух процентов стоимости активов, по данным консолидированной финансовой отчётности Общества на последнюю отчётную дату (дату окончания последнего завершённого отчётного периода, предшествующего дате совершения сделки). Срок гарантии – с 23.01.2024 по 31.12.2024. Стороны и выгодоприобретатели по сделке: Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН: 5067746789248, ИНН: 7707602010); Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): ООО «Центр Дистрибьюции» (ОГРН: 1055009333961, ИНН: 5047067909); Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН: 1057746840095, ИНН: 7707548740). Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки: 1–6. Сведения не раскрываются по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации 7. Член Совета директоров и единоличный исполнительный орган (генеральный директор) Общества – Ужахов Билан Абдурахимович	Совет директоров
3	22.01.2024	Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ». Предмет сделки и её существенные условия: обеспечение исполнения Принципалом (ООО «МВМ») обязательств по Договору поставки от 01.12.2023 № 01-3830/09–2023, заключённому между Принципалом (ООО «МВМ») в качестве покупателя и Бенефициаром (ООО «ХАР») в качестве поставщика (далее по тексту настоящего пункта таблицы – Договор). Сумма гарантии: не более 1 200 000 000,00 руб. Сумма гарантии составляла менее двух процентов стоимости активов, по данным консолидированной финансовой отчётности Общества на последнюю отчётную дату (дату окончания последнего завершённого отчётного периода, предшествующего дате совершения сделки). Срок гарантии – с 22.01.2024 по 21.01.2025. Стороны и выгодоприобретатели по сделке: Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН: 5067746789248, ИНН: 7707602010); Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): ООО «ХАР» (ОГРН: 1141650016540, ИНН: 1650292810); Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН: 1057746840095, ИНН: 7707548740). Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки: 1–6. Сведения не раскрываются по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации 7. Член Совета директоров и единоличный исполнительный орган (генеральный директор) Общества – Ужахов Билан Абдурахимович	Совет директоров

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и её существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки ²	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
4	20.03.2024	Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ». Предмет сделки и её существенные условия: обеспечение исполнения Принципом (ООО «МВМ») обязательств по Долгосрочному договору аренды недвижимого имущества от 07.12.2017 № 1022017120 221 , заключённому между Принципом (ООО «МВМ») в качестве арендатора и Бенефициаром (ООО «ЭНКА ТЦ») в качестве арендодателя (далее по тексту настоящего пункта таблицы – Договор). Сумма гарантии: не более 193 407,90 долл. США. Сумма гарантии составляла менее двух процентов стоимости активов, по данным консолидированной финансовой отчётности Общества на последнюю отчётную дату (дату окончания последнего завершенного отчётного периода, предшествующего дате совершения сделки). Срок гарантии – с 23.03.2024 по 22.03.2025. Стороны и выгодоприобретатели по сделке: Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН: 5067746789248, ИНН: 7707602010); Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): ООО «ЭНКА ТЦ» (ОГРН: 1027739529399, ИНН: 7702190316); Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН: 1057746840095, ИНН: 7707548740). Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки: 1-6. Сведения не раскрываются по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации 7. Член Совета директоров и единоличный исполнительный орган (генеральный директор) Общества – Ужахов Билан Абдурахимович	Совет директоров
5	22.03.2024	Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ». Предмет сделки и её существенные условия: обеспечение исполнения Принципом (ООО «МВМ») обязательств по Договору поставки от 21.11.2022 № 01–3426/09–2022 и договору поставки от 01.04.2022 № 01–5239/11–2021 , заключённым между Принципом (ООО «МВМ») в качестве покупателя и Бенефициаром (ООО «ЭЛКО Рус») в качестве поставщика (далее по тексту настоящего пункта таблицы – Договор). Сумма гарантии: не более 1 200 000 000,00 руб. Сумма гарантии составляла менее двух процентов стоимости активов, по данным консолидированной финансовой отчётности Общества на последнюю отчётную дату (дату окончания последнего завершенного отчётного периода, предшествующего дате совершения сделки). Срок гарантии – с 22.03.2024 по 22.03.2025. Стороны и выгодоприобретатели по сделке: Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН: 5067746789248, ИНН: 7707602010); Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): ООО «ЭЛКО Рус» (ОГРН: 1175024024130, ИНН: 5024177951); Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН: 1057746840095, ИНН: 7707548740). Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки: 1-6. Сведения не раскрываются по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации 7. Член Совета директоров и единоличный исполнительный орган (генеральный директор) Общества – Ужахов Билан Абдурахимович	Совет директоров

№	Дата совершения сделки	Предмет сделки и её существенные условия, сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки ²	Орган управления Общества, принявший решение о согласии на совершение или последующем одобрении сделки
6	22.04.2024	Гарантия по обязательствам дочернего общества – ООО «МВМ». Предмет сделки и её существенные условия: обеспечение исполнения Принципалом (ООО «МВМ») обязательств по Договору аренды объектов недвижимости от 12.02.2024 № С67/2023 между Принципалом (ООО «МВМ») в качестве арендатора и Бенефициаром (АО УК «РВМ Капитал») в качестве арендодателя (далее по тексту настоящего пункта таблицы – Договор). Сумма гарантии: не более 51 655 300,00 руб. Сумма гарантии составляла менее двух процентов стоимости активов, по данным консолидированной финансовой отчётности Общества на последнюю отчётную дату (дату окончания последнего завершённого отчётного периода, предшествующего дате совершения сделки). Срок гарантии – с 22.04.2024 по 21.07.2034. Стороны и выгодоприобретатели по сделке: Гарант (сторона в сделке): ПАО «М.видео» (ОГРН: 5067746789248, ИНН: 7707602010); Бенефициар (выгодоприобретатель в сделке): АО УК «РВМ Капитал» Д.У. ЗПИФ комбинированным «Мегамолл» (ОГРН: 1057749282810, ИНН: 7722563196); Принципал (выгодоприобретатель в сделке): ООО «МВМ» (ОГРН: 1057746840095, ИНН: 7707548740). Лица, признанные заинтересованными в совершении сделки: 1–6. Сведения не раскрываются по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации 7. Член Совета директоров и единоличный исполнительный орган (генеральный директор) Общества – Ужахов Билан Абдурахимович	Совет директоров
7		Сведения не раскрываются по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Российской Федерации	

Приложение № 4. Отчёты комитетов Совета директоров

[2-9]

Отчёт о деятельности комитета Совета директоров по аудиту

Комитет Совета директоров по аудиту (далее по тексту настоящего раздела также – комитет или комитет по аудиту) является консультативно-совещательным органом Совета директоров и создаётся с целью содействия эффективному выполнению функций Совета директоров в части контроля за финансово-хозяйственной деятельностью (в области бухгалтерской (финансовой) отчётности, в области управления рисками, внутреннего контроля и корпоративного управления) Общества и подконтрольных ему обществ.

В компетенцию комитета по аудиту входят следующие вопросы, касающиеся деятельности Общества, его дочерних и (или) подконтрольных обществ и Компании М.Видео-Эльдорадо¹ в целом:

- ▶ контроль составления бухгалтерской (финансовой) отчётности;
- ▶ внутренний контроль, управление рисками и корпоративное управление;

- ▶ противодействие недобросовестным действиям, комплаенс;
- ▶ внутренний аудит;
- ▶ внешний аудит.

В отчётном году комитет продолжил свою работу по надзору за обеспечением полноты и достоверности финансовой отчётности Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо², включая контроль раскрытия соответствующей информации, а также за эффективностью деятельности внутреннего аудита и внешнего аудитора, оценкой качества их работы, соблюдением независимости и объективности.

В отчётном году комитет по аудиту в рамках проведённых заседаний рассматривал и представлял соответствующие рекомендации Совету директоров по вопросам, связанным с утверждением финансовой отчётности и годовых отчётов Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо за 2023 год, с избранием внешних аудиторов Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, с определением размера оплаты услуг внешних аудиторов и условий их привлечения. Комитет провёл ежегодную работу по анализу

перечня и структуры существенных рисков Компании М.Видео-Эльдорадо и их индикаторов, реализовал ряд мероприятий по выстраиванию механизмов рассмотрения и принятия решений в рамках системы управления рисками, актуализировал документы, связанные с системой управления рисками. В отчётном году комитетом был проведён ряд заседаний с приглашением внешнего аудитора, в рамках которых осуществлялось рассмотрение аудиторских заключений, вопросов планирования аудита, рекомендаций внешнего аудитора, а также ответных мер, предпринятых менеджментом Компании М.Видео-Эльдорадо в рамках реализации рекомендаций внешнего аудитора. Комитет в течение отчётного года анализировал и обсуждал с представителями менеджмента актуальные вопросы работы Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо: отчёты подразделения внутреннего аудита, в том числе проведена оценка качества деятельности внутреннего аудита, план внутреннего аудита на 2024 год, отчёты о развитии системы внутреннего контроля и управления рисками, вопросы повышения устойчивости ИТ-системы и обеспечения непрерывной деятельности в рамках Компании М.Видео-Эльдорадо и другие вопросы. В рамках отчётного года комитетом

также была предварительно рассмотрена и рекомендована Совету директоров кандидатура нового руководителя подразделения внутреннего аудита Общества.

Заседания комитета по аудиту проводились исключительно в очной форме, регулярно, в соответствии с планом работы комитета на 2024 год и с учётом возникающих оперативных потребностей Общества или внешнего аудитора, а деятельность комитета соответствовала ожиданиям и перечню функциональных обязанностей комитета по аудиту. В 2024 году в рамках семи заседаний комитета по аудиту было рассмотрено 22 вопроса.

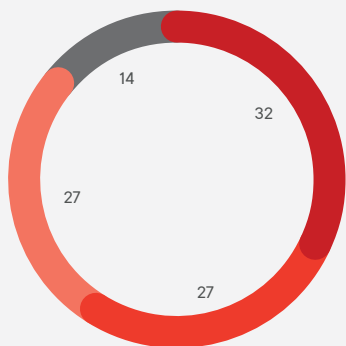
Комитет поддерживал тесное взаимодействие как с внешним аудитором, так и с менеджментом Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, как по отдельности, так и совместно, в ходе которого происходил обмен мнениями по актуальным вопросам.

В дополнение к заседаниям членами комитета проводились встречи с финансовым руководством Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо и менеджментом, ответственным за систему управления рисками и внутреннего контроля.

¹ Здесь и далее под Компанией М.Видео-Эльдорадо понимаются Общество и хозяйственные общества, находящиеся под прямым и (или) косвенным контролем Общества.

² Здесь и далее под дочерними организациями Компании М.Видео-Эльдорадо понимаются хозяйственные общества, находящиеся под прямым и (или) косвенным контролем Общества.

Тематика вопросов, рассмотренных комитетом в 2024 году, %

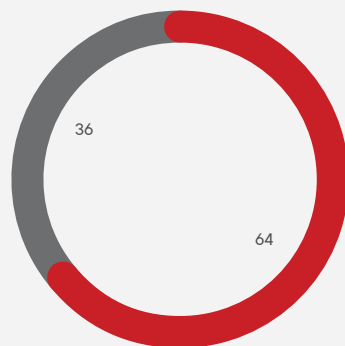


- Внутренний аудит + СУРiBK
- Проведение и результаты внешнего аудита, выбор внешнего аудитора
- Финансовая отчётность и годовые отчёты дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо
- Другое

Деятельность комитета в части контроля за составлением бухгалтерской (финансовой) отчётности

В 2024 году комитет по аудиту продолжал уделять пристальное внимание целостности бухгалтерской (финансовой) отчётности Компании М.Видео-Эльдорадо и соблюдению нормативных требований законодательства Российской Федерации. На постоянной основе выполнялся всесторонний анализ данных вопросов,

Категории рассмотренных в 2024 году вопросов, %



- Рекомендации Совету директоров
- Самостоятельное рассмотрение

при этом комитет регулярно получал актуальную информацию от финансового и операционного менеджмента Компании М.Видео-Эльдорадо, подразделения внутреннего аудита, а также от внешних аудиторов.

Рассмотрены консолидированная финансовая отчётность ПАО «М.видео» за 2023 год, подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности, и бухгалтерская (финансовая) отчётность ПАО «М.видео» за 2023 год, подготовленная

в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учёта и отчётности, совместно с руководством и внешним аудитором проведён анализ результатов их аудита. Отдельно комитетом рассмотрена финансовая отчётность за 2023 год, подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности, дочернего общества ПАО «М.видео» – ООО «МВ ФИНАНС», являющегося эмитентом облигаций, а также бухгалтерская (финансовая) отчётность за 2023 год, подготовленная в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учёта и отчётности, дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо.

В 2024 году комитет по аудиту рассмотрел промежуточную сокращённую консолидированную финансовую отчётность (неаудированную) ПАО «М.видео» за полугодие, закончившееся 30 июня 2024 года, подготовленную в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности, а также заключение внешнего аудитора по обзорной проверке в отношении данной отчётности с целью определения полноты, непротиворечивости информации и представления обоснованной оценки положения, показателей деятельности и перспектив Компании М.Видео-Эльдорадо.

Комитет по аудиту рекомендовал Совету директоров утвердить консолидированную финансовую отчётность Общества за 2023 год, подготовленную в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности, а также утвердить годовую бухгалтерскую (финансовую) отчётность Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо за 2023 год, подготовленную в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учёта и отчётности. Рекомендации были приняты Советом директоров.

Деятельность комитета в части вопросов, касающихся проведения внешнего аудита и оценки его эффективности

По рекомендации комитета по аудиту Совет директоров рекомендовал общему собранию акционеров Общества назначить акционерное общество «Деловые Решения и Технологии» аудитором (аудиторской организацией) для проведения аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности ПАО «М.видео» за 2024 год, и соответствующее решение было принято на годовом общем собрании акционеров ПАО «М.видео» 14 июня 2024 года. Комитет предварительно одобрил и рекомендовал Совету директоров утвердить вознаграждение аудитора.

Комитет по аудиту отвечает за контроль текущей эффективности и независимости внешнего аудитора, а также даёт рекомендации Совету директоров относительно переназначения аудитора.

Оценка качества выполнения аудита формируется комитетом по итогам анализа и обсуждения отчётов аудитора. Комитетом по аудиту обсуждены и приняты к сведению результаты и выводы внешнего аудитора по итогам рассмотрения результатов годового аудита, а также результатов обзорной проверки за первое полугодие 2024 года. Комитет дал положительную оценку качества выполнения аудиторской проверки.

У Комитета есть установленный процесс, с помощью которого он контролирует эффективность, независимость, объективность и соответствие внешних аудиторов этическим, профессиональным и нормативным требованиям, который включает в себя:

- ▶ анализ плана внешнего аудита для проведения промежуточной проверки и аудита по итогам года с учётом масштаба проверки, ключевых аудиторских рисков и существенности аудита, а также соответствия лучшим практикам его проведения;
- ▶ анализ и утверждение контрактных обязательств внешнего аудитора;
- ▶ рассмотрение заключения внешнего аудитора в отношении промежуточной и годовой отчётности, писем-представлений;
- ▶ рассмотрение совместно с руководством письма внешнего аудитора с рекомендациями по аудиту за 2023 год, а также обсуждение ответа и предполагаемых действий менеджмента, координацию деятельности подразделения внутреннего аудита по проведению повторной проверки в ключевых направлениях.

Привлечение внешнего аудитора к оказанию неаудиторских услуг производится в соответствии с внутренней политикой Общества, с тем чтобы обеспечить независимость внешнего аудитора.

Процессы и результаты внешнего аудита по итогам 2023 года признаются комитетом надлежащими и эффективными.

Деятельность комитета в части вопросов, касающихся проведения внутреннего аудита и оценки его эффективности

Независимость подразделения внутреннего аудита Общества обеспечивается функциональным подчинением Совету директоров Общества и административным подчинением генеральному директору Общества, что позволяет предотвратить вмешательство в деятельность подразделения.

В отчётном году комитет по аудиту:

- ▶ формулировал цели подразделения внутреннего аудита Общества на 2024 год;
- ▶ рассматривал План внутреннего аудита Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо на второй – четвёртый кварталы 2024 года – первый квартал 2025 года;
- ▶ рассматривал отчёты подразделения внутреннего аудита Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо об исполнении планов внутреннего аудита Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо за второй – четвёртый кварталы 2023 года – первый квартал 2024 года и за второй – четвёртый кварталы 2024 года – первый квартал 2025 года;
- ▶ предварительно рассматривал кандидатуру на должность руководителя подразделения внутреннего аудита Общества;
- ▶ рассматривал вопросы, касающиеся вознаграждения руководителя подразделения внутреннего аудита Общества;
- ▶ предварительно рассматривал проект Положения о внутреннем аудите Общества в новой редакции.

По вышеуказанным вопросам комитетом по аудиту были сформулированы рекомендации, впоследствии принятые Советом директоров.

В целом комитет считает имеющиеся ресурсы внутреннего аудита достаточными для выполнения требований по обеспечению внутреннего контроля и управлению рисками. Оценка эффективности, независимости и качества работы подразделения внутреннего аудита проводится комитетом регулярно в течение года путём рассмотрения отчётов руководителя подразделения внутреннего аудита. В рамках рассмотрения указанных периодических отчётов комитет уделяет пристальное внимание организации проверок, статусу мероприятий по их итогам, планам по устранению выявленных недостатков. В результате в части эффективности работы подразделения внутреннего аудита в отчётном году сформировано удовлетворительное заключение.

Деятельность комитета в части вопросов, касающихся СУРиВК и оценки её эффективности

В Обществе предусмотрен комплексный подход к управлению рисками, призванный обеспечить доведение актуальной информации через обзор и анализ рисков до менеджеров всех уровней, а также помочь в разработке системы внутреннего контроля и процесса внутреннего аудита.

В 2024 году комитет продолжал уделять значительное внимание системе внутреннего контроля и управления рисками. Комитет по аудиту провёл плановую работу по пересмотру и актуализации матрицы рисков Компании М.Видео-Эльдорадо, результатом которой

стало утверждение Советом директоров обновлённой матрицы рисков Компании М.Видео-Эльдорадо в декабре 2024 года с учётом рекомендаций комитета.

Комитет активно обсуждал с менеджментом Компании М.Видео-Эльдорадо устойчивость системы управления рисками и внутреннего контроля, а также актуальные вопросы тестирования процедур внутреннего контроля.

Оценка эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля Компании М.Видео-Эльдорадо проводилась комитетом регулярно в течение отчётного года. Существенное внимание комитет уделил вопросам совершенствования системы риск-менеджмента, включая анализ новых вызовов для Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо. По результатам комитет имеет достаточные основания для формирования вывода о том, что существующие в Компании М.Видео-Эльдорадо системы внутреннего контроля и управления рисками соответствуют подходам и принципам, установленным Советом директоров и руководством Общества, во всех существенных аспектах обеспечивают объективное представление о текущем состоянии и перспективах Компании М.Видео-Эльдорадо, приемлемость принимаемых Компанией М.Видео-Эльдорадо рисков, соответствие требованиям законодательства Российской Федерации и внутренним документам Компании М.Видео-Эльдорадо.

Отчёт о деятельности комитета Совета директоров по вознаграждениям и назначениям

Комитет Совета директоров по вознаграждениям и назначениям (далее по тексту настоящего раздела также – комитет или 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 преемственности кадров.

В компетенцию комитета по вознаграждениям и назначениям входят следующие вопросы, касающиеся деятельности Общества, его дочерних и (или) подконтрольных обществ:

- ▶ выработка кадровой политики и формирование стратегии развития корпоративной культуры Компании М.Видео-Эльдорадо;
- ▶ кадровые вопросы назначения на ключевые позиции в Обществе и его дочерних компаниях;
- ▶ вопросы вознаграждения по различным позициям в Обществе и его дочерних компаниях.

Основные вопросы, которые комитет по вознаграждениям и назначениям рассматривал в 2024 году и по которым в том числе представлял соответствующие рекомендации Совету директоров, были связаны со следующими аспектами:

- ▶ выдвижение кандидатов в состав Совета директоров и оценка соответствия критериям независимости кандидатов в состав Совета директоров;
- ▶ определение корпоративных целей и ключевых показателей эффективности (WIGs/KPIs) руководителей высшего уровня дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо на 2024 год и оценка достижений корпоративных целей и ключевых показателей эффективности (WIGs/KPIs) руководителей высшего уровня дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо за 2023 год;
- ▶ назначения на ключевые управленческие позиции Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
- ▶ рассмотрение стратегии работы HR-направления Компании М.Видео-Эльдорадо и выработанного подхода к управлению талантами, рассмотрение результатов реализации данной стратегии;
- ▶ рассмотрение предложений по корректировке программы долгосрочного материального поощрения ключевого управленческого персонала дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо в части порядка расчёта КПЭ;
- ▶ изменения списка ключевого управленческого персонала дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, участвующего в программе долгосрочного материального поощрения ключевого управленческого персонала дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;

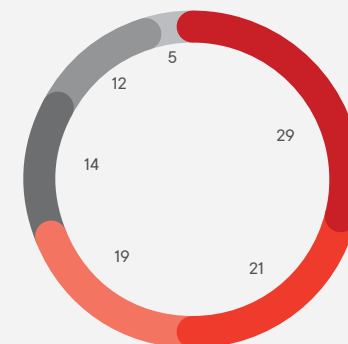
- ▶ периодическое рассмотрение отчётов HR-направления Компании М.Видео-Эльдорадо о работе по основным направлениям: культура эффективности, лидерство, бренд работодателя;
- ▶ проведение регулярной самооценки эффективности работы Совета директоров Общества.

В отчётном году комитетом рассмотрены все вопросы, связанные с его компетенцией, необходимые для эффективного поддержания деятельности Компании М.Видео-Эльдорадо и её развития.

В 2024 году проведено десять заседаний комитета по вознаграждениям и назначениям, в рамках указанных заседаний комитета было рассмотрено 42 вопроса. Заседания комитета проводились преимущественно в очной форме.

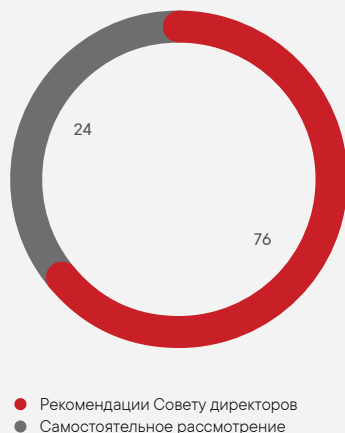
На заседания комитета регулярно приглашались генеральный директор Общества и главный исполнительный директор основной операционной структуры Компании М.Видео-Эльдорадо, что позволяло получать дополнительную информацию и принимать взвешенные и конструктивные рекомендации.

Тематика вопросов, рассмотренных комитетом в 2024 году, %



- Вопросы назначения на различные позиции в Обществе и дочерних организациях Компании М.Видео-Эльдорадо
- Вопросы вознаграждения, премиальных и иных выплат по различным позициям в Обществе и дочерних организациях
- Компании М.Видео-Эльдорадо. Определение и оценка достижений корпоративных целей и ключевых показателей эффективности (WIGs/KPIs)
- Рассмотрение вопросов, связанных с LTIP
- Рассмотрение стратегии HR и внутренних документов Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо
- Другое

Категории рассмотренных в 2024 году вопросов, %



Основные направления деятельности комитета по вознаграждениям и назначениям в 2024 году

- Вопросы в области назначения на ключевые руководящие позиции в Обществе и дочерних организациях Компании М.Видео-Эльдорадо:
 - рекомендации Совету директоров в отношении кандидатов на должности единоличного исполнительного органа и других ключевых руководителей высшего уровня дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - выработка предложений по существенным условиям трудовых договоров, заключаемых с единоличными исполнительными органами и ключевыми руководителями высшего уровня дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - оценка достаточности опыта, для внутренних кандидатов также анализировались достигнутые результаты.
- Вопросы в области организационной структуры, системы мотивации и оплаты труда работников Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо:
 - рассмотрение ключевых преобразований в организационной структуре Общества и главной операционной структуры Компании М.Видео-Эльдорадо, их соответствие бизнес-целям верхнего уровня и стратегическим планам Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - формирование рекомендаций Совету директоров по утверждению организационной структуры Общества и главной операционной структуры Компании М.Видео-Эльдорадо;
- определение ключевых показателей эффективности деятельности руководителей высшего уровня Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо и рассмотрение итоговых результатов деятельности за прошлый период;
- внесение изменений в программу долгосрочной мотивации ключевого управленческого персонала дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо, рассмотрение предложений по включению сотрудников Компании М.Видео-Эльдорадо в список участников программы.
- Вопросы кадровой политики и стратегии вознаграждения Компании М.Видео-Эльдорадо:
 - рассмотрение комплекса мероприятий, направленных на реализацию кадровой политики в Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - обсуждение вопросов экосистемы, влияющих на стратегию развития персонала Компании М.Видео-Эльдорадо;
 - рассмотрение новых подходов к структуре системы мотивации ключевого управленческого персонала Компании М.Видео-Эльдорадо.
- Оценка Совета директоров и комитетов Совета директоров:
 - оценка независимости кандидатов для включения в список кандидатов для избрания в состав Совета директоров;
 - регулярная самооценка эффективности деятельности Совета директоров и комитетов Совета директоров.
- Рассмотрение вопросов, связанных с периодической оценкой эффективности ключевых сотрудников Компании М.Видео-Эльдорадо и планированием преемственности в рамках ключевых позиций.

Отчёт о деятельности комитета по стратегии и цифровой трансформации

Комитет по стратегии и цифровой трансформации (далее по тексту настоящего раздела также – комитет или комитет по стратегии и ЦТ) является консультативно-совещательным органом Совета директоров и создаётся с целью содействия эффективному выполнению функций Совета директоров в части принятия решений по вопросам стратегии и использования цифровых технологий.

К компетенции комитета относятся следующие вопросы, касающиеся деятельности Общества, его дочерних и (или) подконтрольных обществ и Компании М.Видео-Эльдорадо в целом:

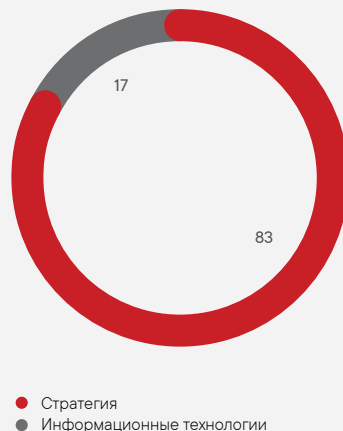
- вопросы стратегии, мероприятий по её реализации, критериев реализации и промежуточных результатов и мониторинга исполнения;
- анализ стратегических рисков и рекомендаций по их минимизации;
- использование и развитие ключевых цифровых технологий, продуктов, информационно-технологических систем, приоритетные направления и проекты в области цифровых технологий, мониторинг реализации приоритетов развития и проектов, ключевые принципы формирования, изменения и планов развития информационно-технологической архитектуры;
- вопросы информационной безопасности, включая политики и стандарты обеспечения информационной безопасности.

В отчётном году комитет в рамках заседаний рассматривал и представлял соответствующие рекомендации Совету директоров по вопросам, связанным

с обновлением стратегии, статусом реализации стратегических инициатив, анализировал и обсуждал с представителями менеджмента актуальные вопросы работы Общества и дочерних организаций Компании М.Видео-Эльдорадо: дорожную карту ИТ-систем, стратегию логистики, стримы роста Компании, М.Мастер.

В 2024 году в рамках пяти заседаний комитета по стратегии и ЦТ было рассмотрено шесть вопросов.

Тематика и категории вопросов, рассмотренных на заседаниях комитета в 2024 году, %



Деятельность комитета в части стратегии и операционной эффективности

Во втором квартале 2024 года комитет по стратегии и ЦТ обсуждал подход к обновлению стратегии Компании М.Видео-Эльдорадо и стратегию развития логистических операций.

В третьем квартале 2024 года комитет по стратегии и ЦТ вместе с членами Совета директоров рассмотрел стримы стратегического роста – финтех, маркетплейсы, товары 3Р, региональную экспансию, кроме того, был рассмотрен стратегический стрим развития сервисных услуг М.Мастер.

В четвертом квартале 2024 года комитет по стратегии и ЦТ рассмотрел видение менеджмента по обновлённой стратегии Компании на 2025–2026 годы.

Деятельность комитета в части вопросов, касающихся цифровой трансформации

Во втором квартале 2024 года комитет по стратегии и ЦТ рассмотрел дорожную карту и приоритеты развития ИТ-функции до 2026 года.

Приложение № 5. Указатель содержания GRI Standards

Показатель	Определение показателя	Информация / раздел Отчёта
GRI 2: Основные показатели – 2021		
О компании и практиках отчётности		
2-1	Информация об организации	Профиль Компании
		Контактная информация
2-2	Компании, включённые в периметр нефинансовой отчётности	Об Отчёте
2-3	Период и цикл отчётности, контактные данные	Ежегодный цикл отчётности
		Дата публикации Отчёта: 14.05.2025
2-4	Пересмотр информации	Финансовые результаты
		Пересмотр информации по сравнению с предыдущим отчётным периодом не проводился
2-5	Внешнее заверение	Нефинансовая информация в Отчёте не проходит процедуру внешнего заверения
Деятельность и сотрудники		
2-6	Деятельность, цепочка создания стоимости и другие деловые отношения	Бизнес-модель
		Операционная деятельность
2-7	Сотрудники	Кадровый состав
2-8	Работники, не являющиеся сотрудниками компании	Не применимо
Корпоративное управление		
2-9	Структура и состав корпоративного управления	Система корпоративного управления
		Органы управления
		Отчёты комитетов Совета директоров
2-10	Выдвижение и выбор кандидатов в высший орган управления	Совет директоров
2-11	Председатель высшего уровня управления	Председатель Совета директоров не является генеральным директором
		Единоличный исполнительный орган – генеральный директор
		Этика бизнеса и комплаенс
2-12	Роль высшего управления в наблюдении за управлением экономическим, социальным и экологическим воздействием	Совет директоров
2-13	Делегирование ответственности за управление воздействием	Совет директоров
2-14	Роль высшего органа управления в подготовке нефинансовой отчётности	Совет директоров
2-15	Конфликт интересов	Этика бизнеса и комплаенс

Показатель	Определение показателя	Информация / раздел Отчёта
2-16	Коммуникация по критическим событиям и вопросам	Совет директоров
2-17	Коллективные знания высшего органа управления	Совет директоров
2-18	Оценка деятельности высшего органа управления	Совет директоров
2-19	Вознаграждение	В связи с принятым в М.Видео-Эльдорадо подходом к раскрытию информации в отчётном периоде сумма вознаграждения не раскрывается
		Совет директоров
2-20	Процесс определения вознаграждения	Совет директоров
2-21	Коэффициент годового общего вознаграждения	В связи с принятым в М.Видео-Эльдорадо подходом к раскрытию информации в отчётном периоде показатель не раскрывается
Стратегия, политики и практики		
2-22	Заявление о стратегии устойчивого развития	Обращение команды менеджмента
		Макроэкономическая ситуация в России в 2024 году
		Этика бизнеса и комплаенс
2-23	Обязательства, указанные в политиках	Создание среды для работы и жизни
		Этика бизнеса и комплаенс
2-24	Внедрение взятых обязательств согласно политикам	Этика бизнеса и комплаенс
2-25	Процессы устранения негативных воздействий	Этика бизнеса и комплаенс
2-26	Механизмы обращения за советом и сообщения о проблемах	Здоровье сотрудников и безопасные условия труда
		Этика бизнеса и комплаенс
2-27	Соблюдение законов и нормативных актов	Этика бизнеса и комплаенс
2-28	Членство в ассоциациях	АКОРТ, АКИТ, РАТЭК, АЕБ, ТПП РФ, ОКЮР, «ОПОРА РОССИИ», «Деловая Россия»
Взаимодействие с заинтересованными сторонами		
2-29	Подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами	Об Отчёте
2-30	Коллективные договоры	В Компании М.Видео-Эльдорадо отсутствует практика заключения коллективных договоров
GRI 3: Существенные темы		
3-1	Процесс определения существенных тем	Об Отчёте
3-2	Перечень существенных тем	Об Отчёте
3-3	Управление существенными темами	Об Отчёте
GRI 203: Непрямые экономические воздействия		
203-1	Инвестиции в общественно значимую инфраструктуру и услуги	Развитие местных сообществ
GRI 205: Противодействие коррупции		
205-2	Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им	Этика бизнеса и комплаенс
205-3	Подтвержденные случаи коррупции и предпринятые действия	Этика бизнеса и комплаенс

Показатель	Определение показателя	Информация / раздел Отчёта
GRI 401: Занятость		
401-1	Общее количество и процент вновь нанятых сотрудников, а также текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону	Кадровый состав
		Обучение и развитие сотрудников
GRI 403: Здоровье и безопасность на рабочем месте		
403-1	Система в области охраны труда и промышленной безопасности	Здоровье сотрудников и безопасные условия труда
403-2	Определение угроз, рисков и расследование случаев травматизма	Здоровье сотрудников и безопасные условия труда
403-5	Обучение рабочих по охране труда и технике безопасности	Здоровье сотрудников и безопасные условия труда
403-8	Сотрудники, охваченные системой управления охраной труда и промышленной безопасностью	Здоровье сотрудников и безопасные условия труда
403-9	Виды и уровень производственного травматизма	Здоровье сотрудников и безопасные условия труда
GRI 404: Подготовка и образование		
404-2	Программы развития навыков и образования на протяжении жизни, призванные поддержать способность сотрудников к занятости, а также оказать им поддержку при завершении карьеры	Обучение и развитие сотрудников
GRI 405: Отсутствие дискриминации и равные возможности		
405-1	Состав руководящих органов и основных категорий персонала организации с разбивкой по полу, возрастным группам, принадлежности к группам меньшинств и другим признакам разнообразия	Кадровый состав
GRI 412: Права человека		
412-1	Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводились оценка на предмет соблюдения прав человека или оценка воздействия в связи с правами человека	Специализированные проверки на предмет нарушения прав человека в 2024 году не проводились
Специфические существенные темы, релевантные для Компании М.Видео-Эльдорадо		
Операционная эффективность и экономическая результативность		
–	Общие продажи (GMV)	Операционные результаты
–	Консолидированная выручка	Финансовые результаты
Безопасность и доступность продукции, качество сервиса и доверие покупателей		
–	Развитие инфраструктуры и логистики	Эффективная логистика
–	Показатели лояльности потребителей	Программы лояльности
Кибербезопасность и защита персональных данных		
–	Стратегия информационной безопасности	Информационная безопасность
–	Статистика реализованных в отчётном периоде мер защиты информационной безопасности	Информационная безопасность
Технологии, инновации и цифровая трансформация бизнеса		
–	Совершенствование технологической платформы ONE RETAIL	ИТ-инфраструктура
–	Развитие собственных ИТ-компетенций	ИТ-инфраструктура
Ответственный маркетинг		
–	Совершенствование форматов и способов продвижения товаров	Управление ассортиментом
–	Повышение узнаваемости и уровня доверия к бренду	Маркетинговые коммуникации

Контактная информация

Полное наименование на русском языке	Публичное акционерное общество «М.видео» [2-1]
Сокращённое наименование	ПАО «М.видео»
Номер и дата выдачи свидетельства о государственной регистрации юридического лица	5067746789248 25.09.2006
Место нахождения (юридический адрес)	105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 40/12, корпус 20 [2-1]
Почтовый адрес	105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 40/12, корпус 20
Телефон	+7 (495) 644-28-48
Адрес в сети Интернет	www.mvideoeldorado.ru

Контакты для СМИ [2-3]

Электронная почта	Департамент по связям с общественностью pr@mvideo.ru
-------------------	---

Сведения о Регистраторе

Полное наименование	Акционерное общество «Сервис-Реестр»
Сокращённое наименование	АО «Сервис-Реестр»
Почтовый адрес	107045, г. Москва, ул. Сретенка, д. 12
Телефон	+7 (495) 608-10-43
Адрес в сети Интернет	https://servis-reestr.ru