

«М.Видео» увеличила продажи на 5% во втором квартале 2017 года

18.07.2017 10:24

Ключевые показатели «М.Видео» по итогам второго квартала 2017 года:

- Продажи выросли на 5,1% и составили 46,2 млрд рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) выросли на 1,7%.
- Продажи через интернет выросли на 27,1% до 6,4 млрд рублей (с НДС).

Ключевые показатели «М.Видео» по итогам первого полугодия 2017 года:

- Продажи увеличились на 0,6% и составили 98,4 млрд рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) снизились на 2,7%;
- Продажи через интернет выросли на 16,9% до 13,0 млрд рублей (с НДС);
- Сеть «М.видео» увеличилась на два магазина, торговая площадь составила 666 тыс. кв. м

«Эффективная бизнес-модель, ориентированная на синергию онлайн и оффлайн каналов продаж, в сочетании с клиентоориентированной ценовой политикой и постоянным совершенствованием дополнительных сервисов и услуг позволила «М.Видео» на насыщенном рынке показать положительную динамику продаж. «М.Видео» смогла привлечь новую аудиторию за счет покупателей цифровой техники и контента и увеличить качественные показатели розницы, в том числе, онлайн. В результате, компания скомпенсировала негативные рыночные тренды начала 2017 года, продемонстрировав рост как по итогам квартала, так и в целом за шесть месяцев 2017 года», – отметил президент «М.Видео» Александр Тынкован.

«Российский рынок бытовой техники и электроники в весенние и летние месяцы демонстрирует некоторое оживление вследствие роста покупательской способности на фоне снижения цен, но в целом стабилен и уже перешел в стадию нормализованного спроса, мы прогнозируем рост продаж бытовой электроники в России в 2017 году на 1-2%», – подчеркнул Александр Тынкован.

«М.Видео» в первые месяцы текущего года развернула целый ряд проектов, существенно расширивших возможности компании по предоставлению лучшего на рынке сервиса в омниканальном формате. Мобильные планшеты, которые первыми на рынке начали использовать наши продавцы, позволяют предлагать клиентам персонализированный сервис и лучшие цены. Новый формат потребительского кредитования в магазинах «М.Видео» и на сайте значительно ускорил процесс оформления, кроме того, наши покупатели получают одобрение кредитов от банков в 1,3 раза чаще, чем в среднем по рынку. Качественно новый подход к продажам и обслуживанию позволяет «М.Видео» наращивать присутствие во всех каналах и на ключевых рынках», – сказал главный исполнительный директор «М.Видео» Энрике Фернандес.

За первые шесть месяцев 2017 года «М.Видео» открыла три новых магазина, два из которых пришлось на второй квартал 2017 года, и закрыла один в связи с переездом. Общее число магазинов сети по итогам первого полугодия 2017 года составляет 400, «М.Видео» работает в 165 городах по всей России. Торговая площадь «М.Видео» на 30 июня 2017 года составляет 666 тыс. кв. м, общая площадь – 899 тыс. кв. м.

Основные показатели работы сети «М.видео» в 1-м полугодии и 2-м квартале 2017 года:

Продажи	1П 2017	1П 2016*	год к году, %	2 кв. 2017	2 кв.
В млн рублей (с НДС)	98,370	97,766	+0.6%	46,229	4
В млн рублей (без НДС)	83,364	82,852		39,177	3

Онлайн-продажи (доставка на дом + самовывоз)	1П 2017	1П 2016	год к году, %	2 кв. 2017	2 кв.
В млн рублей (с НДС)	12,974	11,102	+16.9%	6,417	5
В млн рублей (без НДС)	10,995	9,408		5,438	

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)**	1П 2017 к 1П 2016, %	2 кв. 2017 к
В рублях	-2.7%	+

Развитие сети	31.12.16	30.06.17	Новые за 1П 2017**	
Магазины	398	400	+2	+0.5%
Торговая площадь, тыс. кв. м	663	666	+3	+0.5%
Общая площадь, тыс. кв. м	895	899	+4	+0.4%

* Информация обновлена в соответствии с учетной политикой по МСФО, актуальной для 2016 финансового года.

** Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2016 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева

Руководитель департамента

по связям с общественностью

«М.Видео»

+7 495 644 28 48 (7386)

pr@mvideo.ru

«М.Видео» – крупнейшая розничная сеть по объемам продаж электроники и бытовой техники в России. «М.Видео» осуществляет свою деятельность с 1993 года. В ноябре 2007 года «М.видео» стала первой российской компанией в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 30 июня 2017 г. сеть «М.Видео» включает 400 магазинов в 165 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.Видео» составляет 666 тыс. м кв., общая площадь – 899 тыс. м кв.