

«М.Видео» объявляет о росте продаж на 4,5% в 1-м полугодии 2014 г.

17.07.2014 10:30

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (ММВБ: MVID), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL) в 1-м полугодии и 2-м квартале 2014 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 1-го полугодия 2014 г.:

- Продажи выросли на 4,5%, достигнув 81,8 млрд. рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like) составили (2%);
- Продажи через Интернет (доставка + самовывоз) выросли на 91%;
- Открыто 15 новых магазинов, рост торговых площадей до 605 тыс. м. кв.

Ключевые показатели 2-го квартала 2014 г.:

- Продажи составили 34,7млрд. рублей (с НДС);
- Продажи like-for-like составили (5,6%).

В 1-м полугодии 2014 года продажи сети «М.Видео» составили 81,8 млрд. рублей (с НДС), показав рост на 4,5% в сравнении с 1-м полугодием 2013 г. Продажи сопоставимых магазинов сети «М.Видео» в 1-м полугодии 2014 г. показали (2%).

Интернет-продажи «М.Видео» (онлайн-заказы: доставка на дом + самовывоз из магазинов) в 1-м полугодии 2014 года выросли практически в два раза до 6,4 млрд. рублей против 3,4 млрд. рублей в аналогичном периоде прошлого года.

Во 2-м квартале 2014 г. продажи «М.Видео» остались на уровне аналогичного периода 2013 года, при этом продажи сопоставимых магазинов сети показали (5,6%) в сравнении со 2-м кварталом 2013 г.

Компания открыла 15 новых гипермаркетов в 1-м полугодии 2014 г., в том числе 8 магазинов было открыто во 2-м квартале 2014 г. (один магазин был закрыт во 2-м квартале 2014 г.). На конец 1-го полугодия 2014 г. сеть «М.Видео» включает в себя 347 гипермаркетов, работающих в 149 городах

РФ. Торговая площадь магазинов «М.Видео» составляет 605 тыс. м кв.,
общая площадь – 814 тыс. м кв.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован заявил: «В первом полугодии 2014 года мы открыли 15 гипермаркетов, таким образом, выполняя свои планы по открытию 30 новых магазинов по итогам года. В то же время, продажи через Интернет демонстрируют впечатляющую динамику, рост около 100% год на год, подтверждая успешность модели Интегрированных продаж (Omni-Channel)».

Он также прокомментировал результаты работы сети во 2-м квартале 2014 года: «Во втором квартале мы наблюдали серьезное «охлаждение» рынка потребительской электроники в России. При этом реконструкция 17 магазинов во втором квартале также повлияла на общий результат продаж. Ввод в строй реконструированных магазинов в 3-м квартале должен позитивно отразиться на наших результатах в целом по году».

Основные показатели во 2-м квартале и 1-м полугодии 2014 г:

| | | | | |
|---|--------------------------------------|------------------|--------------|------------|
| Продажи | | | | |
| | 1-е пол. 2014 | 1-е пол. 2013 | Изменение, % | 2 кв. 2014 |
| В млн. рублей (с НДС) | 81 779 | 78 284 | 4,5% | 34 703 |
| В млн. рублей (без НДС) | 69 304 | 66 342 | | 29 409 |
| Продажи через Интернет (доставка + самовывоз) | | | | |
| | 1-е пол. 2014 | 1-е пол. 2013 | | |
| В млн. рублей (с НДС) | 6 418 | 3 364 | | |
| В млн. рублей (без НДС) | 5 439 | 2 851 | | |
| Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)* | | | | |
| | Результаты 1-го полугодия 2014 г., % | | Результаты | |
| В российских рублях | (2%) | | | |

Развитие сети

| | На 30 июня 2014 г. | На 31 декабря 2013 г. | Нов пол |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| Магазины | 347 | 333 | |
| Торговая площадь, кв. м | 605 000 | 582 500 | 23 |
| Общая площадь, кв. м | 814 000 | 785 000 | 29 |

* - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2013 г., и не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.

** - с учетом закрытия двух магазинов в 1-м полугодии 2014 г.