



Пресс-релиз.

ОАО «Компания «М.видео» сообщает о росте чистой выручки по МСФО на 3,2% по итогам 1-го полугодия 2014 года.

Москва, 27 августа 2014 года. ОАО «Компания «М.видео» (далее – «М.видео» или «Группа»), крупнейшая российская розничная сеть по торговле электроникой и бытовой техникой (РТС-ММВБ: MVID), сообщает сегодня результаты сокращенной неаудированной консолидированной финансовой информации за полугодие, закончившееся 30 июня 2014 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

Объем продаж «М.видео» в 1-м полугодии 2014 г. вырос на 3,2% до 81 млрд. рублей (с НДС). Рост выручки «М.видео» обусловлен ростом продаж новых магазинов, а также увеличением интернет-продаж на 91% в отчетном периоде.

Валовая прибыль «М.видео» по стандартам МСФО в 1-м полугодии 2014 г. выросла на 3,9% до 17,4 млрд. руб. Валовая рентабельность Группы в 1-м полугодии 2014 г. составила 25,3% против 25,2% в 1-м полугодии 2013 г.

Показатель EBITDA «М.видео» в отчетном периоде составил 2,7 млрд. руб. против 2,9 млрд руб. в 1-м полугодии 2013 г. Рентабельность по EBITDA (EBITDA margin) в 1-м полугодии 2014 г. составила 3,9% против 4,4% в 1-м полугодии 2013 г.

Чистая прибыль «М.видео» по стандартам МСФО в 1-м полугодии 2014 г. составила 1,1 млрд. руб. против 1,3 млрд. руб. за аналогичный период прошлого года.

Александр Тынкован, Президент ОАО «Компания «М.видео» так прокомментировал результаты отчетности по МСФО за 1-е полугодие 2014 г.: «М.видео» продолжает активно использовать модель Интегрированных продаж (Omni-Channel), сохраняя положительный поток наличности от операционной деятельности. Наша выручка растет, в то время как рынок бытовой электроники в России в первом полугодии и, особенно, во втором квартале 2014 года демонстрировал негативную динамику. В первой половине года основные участники рынка столкнулись с серьезными вызовами, связанными с общей экономической ситуацией и снижением потребительской активности, однако, Компания показала отличный результат, более чем на 90% нарастив онлайн-продажи в этот период. Услуга «самовывоз из магазина» (pick-up in store) пользуется все большей популярностью у покупателей, заказывающих товары через Интернет: сегодня более 60% онлайн-покупок в сети совершается путем самовывоза предварительно заказанного ассортимента. На наш взгляд, это обусловлено удобством расположения большинства наших торговых точек».

Он также добавил: «М.видео» сохраняет высокую финансовую устойчивость, что подтверждается значительными денежными средствами, которые генерирует наш бизнес, даже после выплаты более 60% годовой прибыли в качестве дивидендов. Мы продолжаем открывать магазины и расширять свое онлайн-предложение в рамках концепции Omni, так как убеждены, что этот позитивный опыт реально востребован нашими клиентами».

Ключевые консолидированные финансовые показатели «М.Видео» в 1-м пол. 2014 года*:

	1-е полугодие 2014 г.	1-е полугодие 2013 г.	Изменение, %
Объем продаж, млн. руб. (с НДС)	80 975	78 486	3,2%
Чистая выручка, млн. руб.	68 623	66 514	3,2%
Валовая прибыль млн. руб.	17 389	16 732	3,9%
<i>Валовая рентабельность %</i>	25,3	25,2	0,1%
Операционные расходы⁽¹⁾ млн. руб.	16 078	15 039	6,9%
<i>В % от чистой выручки</i>	23,4	22,6	0,8%
Операционная прибыль млн. руб.	1 311	1 693	(22,6%)
<i>Операционная рентабельность %</i>	1,9	2,5	(0,6%)
ЕБИТДА млн. руб.	2 696	2 931	(8%)
<i>Рентабельность по ЕБИТДА %</i>	3,9	4,4	(0,5%)
Чистая прибыль млн. руб.	1 122	1 296	(13,4%)
<i>Рентабельность по чистой прибыли %</i>	1,6	1,9	(0,3%)

* Показатели рассчитаны на основе сокращенной неаудированной консолидированной финансовой информации за 1-е полугодие 2014 года и не включают 18% НДС, если не указано иначе.

О компании М.ВИДЕО

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 ОАО «Компания «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 2014 г. сеть «М.видео» включает 347 магазинов в 149 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.видео» составляет 605 тыс. м кв., общая площадь – 814 тыс. м кв.

Контакты для инвесторов и акционеров:

Денис Давыдов, директор по связям с инвесторами, Denis.Davydov@mvideo.ru

+7 (495) 644 28 48, доб. 7064

Контакты для прессы:

Антон Пантелеев, руководитель по связям с общественностью, anton.panteleev@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, ext. 7386

⁽¹⁾ Операционные расходы включают в себя «коммерческие, общие и административные расходы» (SGA), «другие операционные расходы» и «другие операционные доходы» отчета о прибылях и убытках (income statement).