

ОАО «Компания «М.видео» объявляет о росте розничных продаж на 34% в 1-м полугодии 2011 г.

18.07.2011 08:30

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (ПТС, ММВБ: MVID), один из крупнейших российских розничных продавцов электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели розничных продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL) торговой сети «М.видео» в 1-м полугодии и 2-м квартале 2011 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 1-го полугодия 2011 г.:

- Розничные продажи выросли на 34%, достигнув 55 млрд. рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like, LfL) выросли на 11,4%;
- Чистая денежная позиция составила 1,6 млрд. рублей;
- Открыто 15 новых магазинов, рост площадей до 592,5 тыс. м. кв.

Во 2-м квартале 2011 г. розничные продажи сети «М.видео» выросли на 34,5%, при этом продажи сопоставимых магазинов сети выросли на 11% в сравнении со 2-м кварталом 2010 г.

Компания открыла 15 новых гипермаркетов в 1-м полугодии 2011 г., в том числе 6 магазинов было открыто во 2-м квартале 2011 г. При этом в 1-м полугодии 2011 г. было закрыто 2 магазина сети. На 30 июня 2011 г. сеть «М.видео» насчитывала 232 гипермаркета. Общая площадь магазинов «М.видео» выросла на 5% до 592 500 м кв. в сравнении с концом 2010 г.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован заявил: «Высокие показатели продаж в 1-м полугодии и 2-м квартале этого года помогут выполнению наших планов по развитию сети и росту выручки. Этот позитивный результат также свидетельствует о стабильном интересе российских потребителей к новым технологиям в сфере бытовой техники и электроники. А расширение географии сети до ста городов позволяет нам стать еще ближе нашим покупателям».

Александр Тынкован также добавил: «Мы движемся в правильном

направлении: цель Компании – стать лучшим местом для приобретения электроники, открывая своим клиентам уникальные возможности для покупок как в магазинах активно расширяющейся сети «М.видео», так и в быстро растущем онлайн-сегменте нашего бизнеса».

Основные показатели работы сети во 2-м квартале и 1-м полугодии 2011 г:

| Розничные продажи* | | | | | |
|--|--|------------------|--------------------------|------------------------|------------------|
| | 1-е пол. 2011 | 1-е пол. 2010 | Изменени е, % | 2 кв. 2011 | 2 2 |
| В млн. рублей (с НДС) | 54 869 | 41 072 | 33,6% | 25 044 | 1 |
| В млн. рублей (без НДС) | 46 499 | 34 807 | | 21 224 | 1 |
| Динамика продаж сопоставимых магазинов (Lfl)** | | | | | |
| | Результаты 1-го полугодия 2011 г., % | | | Результаты Г., % | |
| В российских рублях | 11,4% | | | 11% | |
| Развитие сети | | | | | |
| | На 30 июня 2011 г. | | На 31 декабря 2010 г. | | Н 1 г г |
| Магазины | 232 | | 219 | | 11 |
| Общая площадь, кв. м | 592 500 | | 564 000 | | 28 |

* - сравнительные показатели работы сети в 2010 г. даны из расчета опубликованных годовых данных.

** - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (Lfl) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2010 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 пол. 2011 г.