

ОАО «Компания «М.видео» объявляет о росте розничных продаж в четвертом квартале и за полный 2010 г.

18.01.2011 11:30

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (РТС, ММВБ: MVID), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели розничных продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL) торговой сети «М.видео» за полный 2010 год и в 4-м квартале 2010 года, а также результаты реализации программы развития сети.

- **Ключевые показатели 4-го кв. 2010 г.:**
- Рост розничных продаж на 36%
- Рост продаж сопоставимых магазинов (LfL) на 18%
- Достижение чистой денежной позиции, превышающей 6 млрд. рублей
- Открытие 24 новых магазинов, рост площадей на 54 тыс. м. кв.

Ключевые показатели 2010 г.:

- Рост розничных продаж на 23%
- Рост продаж сопоставимых магазинов (LfL) на 9%
- Открытие 44 новых магазинов, рост площадей до 564 тыс. м. кв. по итогам года

В 2010 году розничные продажи сети «М.видео» составили 102,3 млрд. рублей (с НДС), показав рост на 23% в сравнении с 2009 г. Продажи сопоставимых магазинов сети «М.видео» в 2010 г. выросли на 9% в рублевом выражении.

В 4-м квартале 2010 г. розничные продажи сети «М.видео» выросли на 36% в сравнении с аналогичным периодом 2009 г. Продажи сопоставимых магазинов сети в отчетном периоде также показали позитивную динамику, увеличившись на 18% в сравнении с 4-м кварталом 2009 г.

В 2010 г. Компания открыла 44 новых гипермаркета, в том числе 24 – в 4-м

квартале 2010 г. На конец 2010 г. общее число магазинов «М.видео» составило 219 гипермаркетов; магазины сети работают в 86 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов «М.видео» выросла более, чем на 20% до 564 000 кв. м (в сравнении с 2009 г.). В течение 2010 г. магазины «М.видео» впервые открылись в 14 городах России.

Чистая денежная позиция (net cash) Компании по состоянию на конец 2010 г. превысила 6 млрд. рублей.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован так прокомментировал результаты работы сети: «2010 год оставил несколько очень заметных вех в истории «М.видео». Мы впервые в своей истории преодолели рубеж в 100 млрд. рублей выручки. Также впервые мы открыли за один год 44 новых магазина. Эти достижения свидетельствуют, что бренд «М.видео» очень высоко ценится как покупателями, так и собственниками торговых площадей, а наша сеть является лучшим местом для приобретения технологичных новинок и высококачественной бытовой техники».

Александр Тынкован также добавил: «Мы с оптимизмом смотрим на перспективы работы нашей сети в 2011 г. Увеличение базы магазинов, доверие потребителей и рост спроса на высококачественную бытовую электронику на российском рынке, а также реализация нашей амбициозной стратегии развития, как мы рассчитываем, принесут немало выгод для одного из признанных лидеров рынка, компании «М.видео».

Основные показатели работы сети в 4-м квартале и за 2010 г:

| Розничные продажи* | | | | | | |
|--|-----------------------|---------|------------------|-------------------------------|---------------------------|------------------|
| | 2010 г. | 2009 г. | Изменени е, % | 4-й квартал 2010 г. | 4-й квартал 2009 г. | Изменени е, % |
| В млн. рублей (с НДС) | 102 297 | 82 982 | 23% | 35 076 | 25 772 | 36% |
| В млн. рублей (без НДС) | 86 692 | 70 324 | 23% | 29 725 | 21 841 | 36% |
| Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)** | | | | | | |
| | Результаты 2010 г., % | | | Результаты 4-го квартала 2010 | | |

| | | | | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|--------------|
| | | г., % | | |
| В российских рублях | 9% | 18% | | |
| Развитие сети | | | | |
| | На 31 декабря 2010 г. | На 31 декабря 2009 г. | Новые за 2010 г. | Изменение, % |
| Магазины | 219 | 177 | 42*** | 23,7% |
| Общая площадь, тыс. кв. м | 564 000 | 467 000 | 97 000*** | 20,8% |

* - сравнительные показатели работы сети в 2009 г. даны из расчета опубликованных аудированных данных.

** - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2009 г., и не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.

*** - с учетом двух магазинов, закрытых в 2010 г.