

«М.Видео» объявляет о росте продаж на 13% в 1-м полугодии 2013 г.

18.07.2013 09:29

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (ПТС, 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 2013 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 1-го полугодия 2013 г.:

- Продажи выросли на 13,2%, достигнув 78,3 млрд. рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like) выросли на 2,5%;
- Онлайн-продажи выросли на 62,4%;
- Открыто 18 новых магазинов, рост торговых площадей до 555,5 тыс. м. кв.

Ключевые показатели 2-го квартала 2013 г.:

- Рост продаж на 14,7% до 34,7 млрд. рублей (с НДС);
- Увеличение продаж сопоставимых магазинов на 2,8%

В 1-м полугодии 2013 года продажи сети «М.Видео» составили 78,3 млрд. рублей (с НДС), показав рост на 13,2% в сравнении с 1-м полугодием 2012 г. Продажи сопоставимых магазинов сети «М.Видео» в 1-м полугодии 2013 г. выросли на 2,5%. Онлайн-продажи «М.Видео» увеличились на 62,4% до 2,9 млрд. рублей (с НДС).

Во 2-м квартале 2013 г. продажи «М.Видео» выросли на 14,7%, при этом продажи сопоставимых магазинов сети увеличились на 2,8% в сравнении со 2-м кварталом 2012 г.

Компания открыла 18 новых гипермаркетов в 1-м полугодии 2013 г., в том числе 9 магазинов было открыто во 2-м квартале 2013 г. На конец 1-го полугодия 2013 г. сеть «М.Видео» включает в себя 312 гипермаркетов, работающих в 139 городах РФ. Торговая площадь магазинов «М.видео» составляет 555,5 тыс. м кв., общая площадь – 749 тыс. м кв.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован заявил: «М.Видео» демонстрирует отличные темпы роста выручки как в магазинах

сети, так и в интернет-сегменте нашего бизнеса. Кроме того, мы уверенно идем к поставленной цели – открытию 35 новых магазинов в 2013 году».

Он также добавил: «Как уже сообщалось ранее, «М.Видео» расширяет свое интернет-присутствие еще в 20 городах России; новые точки онлайн-продаж должны открыться до конца июля этого года. Все больше потребителей получают возможность выбрать наиболее удобный для себя способ приобретения бытовой электроники. Удобство покупателя – наша первоочередная задача, которую мы решаем, воплощая в жизнь стратегию Интегрированных Продаж (Omni-Channel)».

Основные показатели во 2-м квартале и 1-м полугодии 2013 г:

Розничные продажи (включая Интернет)*				
	1-е пол. 2013	1-е пол. 2012	Изменение, %	2 кв. 2013
В млн. рублей (с НДС)	78 284	69 140	13,2%	34 677
В млн. рублей (без НДС)	66 342	58 593		29 387
Продажи через Интернет				
	1-е пол. 2013	1-е пол. 2012		
В млн. рублей (с НДС)	2 951	1 817		
В млн. рублей (без НДС)	2 501	1 540		
Динамика продаж сопоставимых магазинов (Lfl)**				
	Результаты 1-го полугодия 2013 г., %		Результаты	
В российских рублях	2,5%			

Развитие сети

	На 30 июня 2013 г.	На 31 декабря 2012 г.	Нов пол
Магазины	312	296	
Торговая площадь, кв. м	555 500	537 000	18
Общая площадь, кв. м	749 000	723 000	26

* - сравнительные показатели 2012 г. даны из расчета опубликованных данных отчетности по МСФО.

** - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2011 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 квартале 2013 г.