«М.Видео» увеличила чистую прибыль на 25% до 7 млрд рублей по итогам 2017 года

22.03.2018 13:08

Выручка «М.Видео» выросла на 8,2% до 198 млрд рублей (без НДС) в 2017 году. Рост был обусловлен как увеличением продаж сопоставимых магазинов, так и высокой динамикой онлайн-покупок, на долю последних пришлось 15,7% от выручки (12,0% годом ранее).

«М.Видео» сохранила лидерские позиции на рынке бытовой техники и электроники России – доля компании достигла 17,1%. В отчётном периоде компания смогла значительно нарастить долю на онлайн рынке до рекордных 14,1% с 11,3% в 2016 году.

Валовая прибыль «М.Видео» составила 46,5 млрд рублей по итогам 2017 года, увеличившись на 8,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. При этом валовая рентабельность выросла на 0,1 процентный пункт до 23,5%.

EBITDA компании продемонстрировала существенный рост, увеличившись на 14,0% по сравнению с прошлым годом до 11,8 млрд рублей.

Рентабельность по EBITDA (EBITDA margin) составила рекордные 6,0% за последние три года.

Чистая прибыль «М.Видео» увеличилась на 25,4% в 2017 году до 7 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 3,5% в 2017 году по сравнению с 3,0% годом ранее.

«Несмотря на непростое начало 2017 года на фоне снижения потребительской активности в первом квартале, «М.Видео» смогла не только увеличить продажи по итогам всего года, но и показать заметное улучшение всех финансовых показателей, что говорит о сбалансированной эффективной бизнес-модели и высоком уровне корпоративного управления. «М.Видео» успешно прошла этап построения омниканальной розницы, смогла предложить клиентам бесшовный покупательский опыт онлайн и оффлайн, это нашло отражение в текущих успехах компании – укреплении общих позиций на рынке, увеличении продаж сопоставимой розницы при стремительной позитивной динамике в интернете. «М.Видео», совершенствуя ИТ-системы и внедряя инновации во всех сферах – от закупок до HR, трансформируется в digital-бизнес, что позволяет компании на насыщенном рынке предвосхищать ожидания клиентов и обеспечивать рост акционерных инвестиций», – отметил президент «М.Видео» Александр Тынкован.

«Доля «М.Видео» в онлайн-продажах бытовой техники и электроники на российском рынке вплотную приблизилась к нашим общерыночным позициям и достигла 16,6% в четвёртом квартале 2017 года. Мы успешно конкурируем с интернет-игроками, используя розничную сеть как одно из ключевых преимуществ. В онлайн-сегменте «М.Видео» смогла обогнать рынок по всем категориям благодаря эффективной омниканальной стратегии, – подчеркнул главный исполнительный директор «М.Видео» Энрике Фернандес.

«Технические решения и новый эко-системный подход к продажам, который «М.Видео» внедряла последние два года, позволяют нам активно наращивать присутствие в сегменте цифровой техники, привлекать новую, молодую аудиторию, сохраняя при этом традиционно высокий для «М.Видео» уровень прибыли. Запущенные только год назад проекты М.Кредит по потребительскому кредитованию и Real Time Dealing по продажам с помощью мобильных устройств в рознице уже приносят компании доход и, уверен, станут одним из существенных конкурентных преимуществ в борьбе за клиентов», – подчеркнул г-н Фернандес.

Ключевые консолидированные финансовые показатели «М.Видео» за 2017 год:

В млн руб.	2017 г.		2
Выручка	198 197		1
Валовая прибыль	46 527		4
Валовая рентабельность, %	23,5		
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	(40 754)		(3
Прочие операционные доходы за вычетом прочих операционных расходов	2 407		
Операционная прибыль	8 180		
Чистая прибыль	6 954		
Рентабельность по чистой прибыли, %	3,5		
EBITDA	11 794		
Рентабельность по EBITDA, %	6,0		

Контакты для прессы:

Валерия Андреева, руководитель по связям с общественностью,
valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 7386

Контакты для инвесторов и акционеров:

Наталья Белявская, директор по связям с инвесторами,
natalya.belyavskaya@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 1425

«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 Компания «М.Видео» стала первой российской компанией в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями «М.Видео» идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской бирже (тикер: MVID).

В 2017 году «М.Видео» вошла в Группу САФМАР, одну из крупнейших российских промышленно-финансовых групп, включающих промышленные, розничные, финансовые компании, активы в области коммерческой недвижимости, строительства и девелопмента.

По состоянию на 31 декабря 2017 года сеть «М.Видео» включает 424 магазина в 169 городах общей торговой площадью 937 тыс. м кв. За прошедший год сеть магазинов была расширена на 26 новых точек.