«М.Видео» сообщает о росте продаж через интернет на 31% в первом квартале этого года.

17.04.2015 11:30

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (MVID.MM), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL) в 1-м квартале 2015 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 1-го квартала 2015 г.:

- Продажи составили 47 млрд. рублей (с НДС).
- Продажи сопоставимых магазинов (LfL) составили (12%).
- Продажи через Интернет (доставка + самовывоз) выросли на 31%.
- Открыто 3 новых магазина, торговая площадь сети составила 628 500 кв. м.

В 1-м квартале 2015 года продажи «М.Видео» (с учетом корректировки выручки по МСФО за счет выручки за товары, предоплаченные в 2014 г., но доставленные покупателям в 2015 г.) остались на уровне 1-го квартала 2014 г. Продажи без учета корректировки выручки показали (6%). Продажи сопоставимых магазинов «М.Видео» в 1-м квартале 2015 года составили (12%) в сравнении с 1-м кварталом 2014 г.

Интернет-продажи «М.Видео» (онлайн-заказы: доставка на дом + самовывоз из магазинов) в 1-м квартале 2015 года выросли на 31% до 4,8 млрд. рублей (с НДС) против 3,7 млрд. рублей (с НДС) в аналогичном периоде прошлого года.

В 1-м квартале 2015 года Компания открыла 3 новых гипермаркета и закрыла 5 магазинов в различных регионах Российской Федерации. На конец 1-го квартала 2015 г. сеть «М.Видео» включает в себя 366 гипермаркетов, работающих в 157 городах РФ. Торговая площадь магазинов «М.Видео» на 31 марта этого года составляет 628,5 тыс. кв. м, а общая площадь – 848,5 тыс. кв. м.

Президент «М.Видео» Александр Тынкован так прокомментировал результаты работы Компании: "В 1-м квартале мы достигли неплохих

результатов продаж, особенно в сравнении с рынком электроники в целом, динамика которого обусловлена ослаблением спроса в январе – марте этого года в связи крайне высокими продажами в декабре 2014 г. При этом хочу отметить заметный рост продаж через Интернет: модель Omni успешно развивается, продажи растут выше среднерыночных показателей, при этом мы оптимизируем структуру сети, фокусируясь на наиболее выигрышных локациях с точки зрения самовывоза товаров, заказанных онлайн».

Он также добавил: «Интернет-присутствие «М.Видео» продолжает расширяться; сегодня наши онлайн-магазины работают для жителей 56 городов России, а онлайн-продажи составляют свыше 10% от общего оборота Компании».

Основные показатели работы сети в 1-м квартале 2015 г:

Продажи			
	1 кв. 2015 г.	1 кв. 2014 г.	И
В млн. рублей (с НДС), с учетом корректировки*	47 035	47 076	0
В млн. рублей (с НДС)	44 094	47 076	
В млн. рублей (без НДС)	37 368	39 895	
Продажи через Интернет (доставка + самовывоз)			
	1 кв. 2015 г.	1 кв. 2014 г.	
В млн. рублей (с НДС)	4 779	3 654	
В млн. рублей (без НДС)	4 049	3 097	
Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)**			
	Результаты 1-го квартала 201		
В российских рублях	(12%)		
Развитие сети			

	На 31 марта 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.	Но
Магазины	366	368	
Торговая площадь кв. м	628 500	630 500	
Общая площадь кв. м	845 500	848 500	

* - продажи скорректированы на 2 941 млрд. руб. (2 492 млрд. руб. без НДС) в сторону увеличения за счет выручки за товары, предоплаченные в 2014 г., но доставленные покупателям в 2015 г. Указанная сумма была признана в качестве выручки по МСФО в январе 2015 г.

** - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2014 г. и не закрывавшихся на две недели или более либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.

*** - с учетом закрытия пяти магазинов.