«М.Видео» сообщает о росте продаж на 19% по итогам 1-го полугодия 2016 года.

18.07.2016 09:30

18 июля 2016, Москва – ПАО «М.видео» (МОСБИРЖА: MVID), крупнейший российский продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели продаж и продаж сопоставимых магазинов (показать like-for-like, LfL), а также результаты развития сети во втором квартале и в первом полугодии 2016 года.

Ключевые показатели первого полугодия 2016 года:

- Продажи выросли на 19% до 98,6 млрд рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (LfL) показали рост на 20%;
- Продажи через интернет (доставка + самовывоз) выросли на 34%;
- «М.видео» открыла 6 новых магазинов, торговая площадь составила 651 тыс. кв. м

Ключевые показатели второго квартала 2016 года:

- Продажи выросли на 22% до 44 млрд рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (LfL) показали рост на 21%.

В первом полугодии 2016 года продажи «М.видео» выросли на 19% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и достигли почти 99 млрд рублей, включая НДС. В то же время продажи сопоставимых магазинов (LfL) выросли на 20%. Положительная динамика ключевых показателей была продемонстрирована на фоне двузначного роста продаж ведущих товарных категорий в условиях заметного увеличения средней цены товара.

Интернет-продажи «М.видео» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) в первом полугодии 2016 года показали рост на 34% до 11 млрд рублей, включая НДС, с 8,3 млрд рублей (с НДС) за аналогичный период прошлого года.

Во втором квартале 2016 года продажи «М.видео» выросли на 22% до 44 млрд рублей, включая НДС. Продажи сопоставимых магазинов (LfL) за тот же период выросли на 21% в годовом исчислении.

За первые шесть месяцев 2016 года «М.видео» открыла 6 новых магазинов,

5 из которых пришлись на второй квартал 2016 года, и закрыла 2 в связи с переездом. Общее число магазинов сети по итогам первого полугодия 2016 года составляет 382, «М.видео» работает в 162 городах по всей России. Торговая площадь «М.видео» на 30 июня 2016 года составляет 651 тыс. кв. м, общая площадь – 872 тыс. кв. м.

«В первом полугодии 2016 года мы достигли выдающихся результатов во всех каналах продаж за счет последовательной реализации омниканальной стратегии «М.видео». Сочетание лучшего ассортимента, сервиса и конкурентных цен позволяет нам удовлетворять потребность покупателей в качественных товарах и технологиях в большинстве российских регионов. Покупатели по-прежнему рационально подходят к тратам и склонны искать лучшие ценовые предложения и промо-акции при совершении дорогих покупок, таких как крупная бытовая техника, и отдают предпочтение кредитным предложениям для покупки новых гаджетов, в первую очередь, смартфонов», – отметил президент «М.видео» Александр Тынкован.

«Наш онлайн-бизнес демонстрирует устойчивый рост как за счет доставки на дом, так и самовывоза из магазинов. На развитие интернет-торговли позитивно влияет широкое присутствие магазинов «М.видео» в российских регионах, что позволяет нам обеспечивать оперативную доставку и качественное постпродажное обслуживание. В июле мы открыли самый восточный магазин нашей сети во Владивостоке, таким образом, теперь в «М.видео» можно приобрести качественную технику по всей стране от Калининградской области до Приморского края», – прокомментировал главный исполнительный директор «М.видео Менеджмент» Майкл Тач.

Основные показатели работы сети «М.видео» в 1-м полугодии и 2-м квартале 2016 года:

Продажи					
	1 пол. 2016	1 пол. 2015*	Изменение, %	2 кв. 2016	2 кв. 2
В млн. рублей (с НДС)	98 646	83 143	19%	44 072	36 1
В млн. рублей (без НДС)	83 598	70 460		37 349	30 6
Онлайн-продажи (доставка на дом + самовывоз)					

	1 пол. 2016	1 пол. 2015	Из
В млн. рублей (с НДС)	11 099	8 294	
В млн. рублей (без НДС)	9 406	7 029	

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)**

	1 пол. 2016 к 1 пол. 2015, изменение, %	2 кв. 2016 к измене
В рублях	20%	21

Развитие сети

	На 30 июня 2016	На 31 декабря 2015		Новые в 1 пол 2016***
Магазины	382	378		4
Торговая площадь, кв. м	649 000	644 000		5 000
Общая площадь, кв. м	872 000	865 000		7 000

* Сравнительные показатели продаж 1-го полугодия 2015 года приводятся на основании опубликованной финансовой отчетности «М.видео» по МСФО за данный период.

** Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LfL) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2015 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

*** Исключая закрытие (переезд) 2 магазинов во 2-м квартале 2016 года.