«М.Видео» сообщает о росте продаж на 16% в первом квартале этого года.

15.04.2016 08:31

Сегодня ПАО «М.видео» (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 квартале 2016 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 1-го квартала 2016 года:

- Продажи составили 54,6 млрд. рублей (с НДС).
- Продажи сопоставимых магазинов (LfL) выросли на 19,6%.
- Продажи через Интернет (доставка + самовывоз) выросли на 29%.
- Открыт 1 новый магазин, торговая площадь сети составила 645 000 кв. м.

В 1-м квартале 2016 года продажи «М.Видео» выросли на 16% до 54,6 млрд. рублей (с НДС) в сравнении с 47 млрд. рублей в 1-м квартале 2015 года. Продажи сопоставимых магазинов «М.Видео» в 1-м квартале 2016 года увеличились на 19,6% в сравнении с 1-м кварталом 2015 года.

Интернет-продажи «М.Видео» (онлайн-заказы: доставка на дом + самовывоз из магазинов) в 1-м квартале 2016 года выросли на 29% до 6,2 млрд. рублей (с НДС) против 4,8 млрд. рублей (с НДС) в аналогичном периоде прошлого года.

В 1-м квартале 2016 года компания открыла 1 новый гипермаркет. На конец 1-го квартала 2016 года сеть «М.Видео» включает в себя 379 гипермаркетов, работающих в 161 городе РФ. Торговая площадь магазинов «М.Видео» на 31 марта этого года составляет 645 тыс. кв. м, а общая площадь – 866,5 тыс. кв. м.

Президент «М.Видео» Александр Тынкован так прокомментировал результаты работы компании: "В 1-м квартале наши продажи очень хорошо росли, опережая рынок и результаты основных конкурентов. Особого упоминания заслуживает положительная динамика онлайн-продаж, которые стабильно росли на уровне 30%; таким образом, мы демонстрируем наиболее значительный рост продаж бытовой техники и электроники через Интернет в нашей отрасли. Доля онлайн-продаж в крупнейших городах

нашего присутствия, таких, как Москва и Санкт-Петербург, приближается к 20%, что для нас является бесспорным свидетельством успешности модели Omni (Интегрированных Продаж) на наиболее растущих и конкурентных рынках».

Основные показатели работы сети в 1-м квартале 2016 г:

Продажи			
	1 кв. 2016 г.	1 кв. 2015 г.	
В млн. рублей (с НДС)	54 574	47 035	
В млн. рублей (без НДС)	46 249	39 860	
Продажи через Интернет (доставка + самовывоз)			
	1 кв. 2016 г.	1 кв. 2015 г.	
В млн. рублей (с НДС)	6 177	4 778	
В млн. рублей (без НДС)	5 235	4 049	
Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)*			
	Результаты 1-го квартала 201		
В российских рублях	19,6%		
Развитие сети			

	На 31 марта 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.		Но
Магазины	379	378		
Торговая площадь кв. м	645 000	644 000		
Общая площадь кв. м	866 500	865 000		

* - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов открытых не позднее 1 января 2015 г. и не закрывавшихся на две недели или более либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.