«М.Видео» публикует результаты консолидированной аудированной отчетности по МСФО за 2015 год.

24.03.2016 08:30

ПАО «М.видео», крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники (Московская Биржа: MVID), сообщает сегодня результаты аудированной консолидированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2015 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

Продажи «М.Видео» в 2015 году составили 190,8 млрд. рублей (с НДС), показав (6,4%) в сравнении с 2014 годом. Данная динамика выручки была продемонстрирована на фоне снижения рынка БТиЭ на 14%.

Валовая прибыль «М.Видео» в 2015 году составила 38,9 млрд. рублей (46,2 млрд. руб. в 2014 году), валовая рентабельность в 2015 г. составила 24,1% (26,7% в 2014 году).

Операционные расходы «М.Видео» в 2015 году снизились на 7,1% до 33,3 млрд. рублей против 35,8 млрд. рублей годом ранее.

Показатель EBITDA «М.Видео» в отчетном периоде составил 8,8 млрд. рублей в сравнении с 13,1 млрд. рублей в 2014 году. Рентабельность по EBITDA в 2015 году составила 5,5% в сравнении с 7,6% в 2014 году.

Чистая прибыль «М.Видео» по стандартам МСФО в 2015 г. составила 4,5 млрд. рублей в сравнении с 8,2 млрд. рублей в 2014 году.

Александр Тынкован, Президент «М.Видео», так прокомментировал финансовые результаты по МСФО в 2015 г.: «Прошедший год был непростым для российского сектора розничной торговли бытовой электроникой, тем не менее, компания смогла в полной мере воспользоваться сложившимися обстоятельствами. «М.Видео» укрепила свои позиции на российском рынке БТиЭ, продемонстрировав результаты выше рынка и опередив своих основных конкурентов. Эти результаты стали возможны благодаря эффективной и устойчивой бизнес-модели, в основе которой – прочные, взаимовыгодные отношения с поставщиками, широчайший ассортимент, конкурентоспособные цены и высокий уровень сервиса для наших покупателей. Все это позволяет «М.Видео» оставаться

прибыльным бизнесом и источником высокого дивидендного дохода для акционеров и инвесторов».

Александр Тынкован также добавил: «Наша концепция интегрированных продаж (Omni-Channel) вновь доказала свою успешность на российском рынке: «М.Видео» является самым быстро растущим онлайн-игроком в своем сегменте. Наши продажи через Интернет выросли более чем на 12% в 2015 году в сравнении с предыдущим годом и практически удвоились за последние два года. Сегодня доля продаж через Интернет в обороте «М.Видео» составляет около 11%, при том, что более 70% Интернет-продаж приходится на самовывоз товаров, заказанных в онлайне».

Полная версия релиза в формате pdf>>>