«М.Видео» сообщает о росте доли онлайн-продаж по итогам 2015 года.

18.01.2016 08:30

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) торговой сети «М.Видео» за полный 2015 год и в 4-м квартале 2015 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 2015 г.:

- Продажи достигли 192 млрд. рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like, LfL) составили (12,7%);
- Продажи через Интернет выросли на 12,5% и составили 11% от оборота;
- Открыто 20 новых магазинов, торговые площади выросли до 644 тыс. м. кв.

Ключевые показатели 4-го квартала 2015 г.:

- Продажи составили 61 млрд. рублей (с НДС);
- Открыто 11 новых магазинов.

В 2015 году розничные продажи сети «М.Видео» достигли 192 млрд. рублей (с НДС), показав (5,5%) в сравнении с 2014 г. Продажи сопоставимых магазинов сети «М.Видео» в 2015 г. составили (12,7%). В 4-м квартале 2015 г. розничные продажи сети «М.Видео» составили 61 млрд. рублей (с НДС), показав (23,1%).

Данные результаты обусловлены крайне высокими сравнительными продажами 4 квартала и особенно декабря 2014 года, показанными в условиях аномально высокого покупательского спроса на домашнюю электронику в связи с колебаниями валютного курса. При этом практически весь 2015 год (за исключением декабря) продажи Компании сохраняли положительную динамику на фоне снижения объемов рынка бытовой техники и электроники в России.

Интернет-продажи «М.Видео» (онлайн-заказы: доставка на дом + самовывоз из магазинов) в 2015 году выросли на 12,5% до 20,4 млрд.

рублей (с НДС) против 18 млрд. рублей в 2014 году, показав заметный рост несмотря на высокую сравнительную базу декабря 2014 г.

В 2015 году Компания открыла 20 новых гипермаркетов, в том числе 13 – в 4-м квартале 2015 г. (в течение года было закрыто 10 магазинов). На конец 2015 г. общее число магазинов «М.Видео» составило 378 гипермаркетов, работающих в 161 городе Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.Видео» выросла до 644 500 кв. м, общая – до 865 000 кв. м; рост площадей составил 2% в сравнении с 2014 г.

Президент «М.Видео» Александр Тынкован так прокомментировал эти результаты: «Итоги 2015 года доказывают, что построенная и внедренная нами бизнес-модель «М.Видео» работает успешно, позволяя даже в сложные для отрасли периоды демонстрировать достойные показатели, опережающие результат российского рынка домашней электроники в целом. При этом мы остаемся финансово устойчивым предприятием с высоким положительным денежным потоком. Наши продажи через Интернет уверенно растут и теперь составляют около 11% всего оборота сети в сравнении с 9% годом ранее».

Он также отметил: «В начале этого года мы усилили команду топ-менеджеров «М.Видео», пригласив высокопрофессионального, опытного финансового директора. Команда по-прежнему нацелена на то, чтобы в сложившихся условиях наращивать нашу долю рынка и показывать результаты, превосходящие динамику отрасли в целом, как в традиционной рознице, так и в Интернете. Мы также продолжим открывать новые магазины: на 2016 год запланировано открытие до 20 новых гипермаркетов «М.Видео».

<u>Основные показатели работы в 4-м квартале и за 2015 г:</u>

Продажи*					
	2015	2014	Изменение %	4 кв. 2015	
В млн. рублей (с НДС)	191 916	203 181	(5,5%)	61 250	
В млн. рублей (без НДС)	162 641	172 187		51 907	

Продажи через Интернет (доставка + самовывоз)

	2015	2014
В млн. рублей (с НДС)	20 416	18 144
В млн. рублей (без НДС)	17 302	15 376

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)**

	Результаты 2015 г. %	Результа
В российских рублях	(12,7%)	

Развитие сети

	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.		Н 20
Магазины	378	368		
Торговая площадь кв. м	644 000	630 500		1
Общая площадь кв. м	865 000	848 500		1

* - сравнительные показатели работы сети в 2014 г. даны из расчета опубликованных аудированных данных. Сравнительные показатели продаж за 4 кв. 2014 года скорректированы на 2 941 млрд. руб. (2 492 млрд. руб. без НДС) в сторону уменьшения 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 2015 году и включена в расчет продаж 2015 года.

** - 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 результатов интернет-магазина).

*** - с учетом закрытия 10 магазинов в 2015 г.