«М.Видео» сообщает о росте чистой выручки по МСФО на 3,2% по итогам 1-го полугодия 2014 года.

27.08.2014 10:30

ОАО «Компания «М.видео» (далее – «М.видео» или «Группа»), крупнейшая российская розничная сеть по торговле электроникой и бытовой техникой (РТС-ММВБ: MVID), сообщает сегодня результаты сокращенной неаудированной консолидированной финансовой информации за полугодие, закончившееся 30 июня 2014 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

Объем продаж «М.видео» в 1-м полугодии 2014 г. вырос на 3,2% до 81 млрд. рублей (с НДС). Рост выручки «М.видео» обусловлен ростом продаж новых магазинов, а также увеличением интернет-продаж на 91% в отчетном периоде.

Валовая прибыль «М.видео» по стандартам МСФО в 1-м полугодии 2014 г. выросла на 3,9% до 17,4 млрд. руб. Валовая рентабельность Группы в 1-м полугодии 2014 г. составила 25,3% против 25,2% в 1-м полугодии 2013 г.

Показатель EBITDA «М.видео» в отчетном периоде составил 2,7 млрд. руб. против 2,9 млрд руб. в 1-м полугодии 2013 г. Рентабельность по EBITDA (EBITDA margin) в 1-м полугодии 2014 г. составила 3,9% против 4,4% в 1-м полугодии 2013 г.

Чистая прибыль «М.видео» по стандартам МСФО в 1-м полугодии 2014 г. составила 1,1 млрд. руб. против 1,3 млрд. руб. за аналогичный период прошлого года.

Александр Тынкован, Президент ОАО «Компания «М.видео» так прокомментировал результаты отчетности по МСФО за 1-е полугодие 2014 г.: «М.видео» продолжает активно использовать модель Интегрированных продаж (Omni-Channel), сохраняя положительный поток наличности от операционной деятельности. Наша выручка растет, в то время как рынок бытовой электроники в России в первом полугодии и, особенно, во втором квартале 2014 года демонстрировал негативную динамику. В первой половине года основные участники рынка столкнулись с серьезными вызовами, связанными с общей экономической ситуацией и снижением

потребительской активности, однако, Компания показала отличный результат, более чем на 90% нарастив онлайн-продажи в этот период. Услуга «самовывоз из магазина» (pick-up in store) пользуется все большей популярностью у покупателей, заказывающих товары через Интернет: сегодня более 60% онлайн-покупок в сети совершается путем самовывоза предварительно заказанного ассортимента. На наш взгляд, это обусловлено удобством расположения большинства наших торговых точек».

Он также добавил: «М.видео» сохраняет высокую финансовую устойчивость, что подтверждается значительными денежными средствами, которые генерирует наш бизнес, даже после выплаты более 60% годовой прибыли в качестве дивидендов. Мы продолжаем открывать магазины и расширять свое онлайн-предложение в рамках концепции Omni, так как убеждены, что этот позитивный опыт реально востребован нашими клиентами».

Полня версия пресс-релиза в формате pdf>>>