«М.видео» сообщает о росте продаж на 20% до 158 млрд. рублей (с НДС) в сравнении с 2011 г.

17.01.2013 10:40

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (РТС, ММВБ: MVID), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели розничных продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL) торговой сети «М.Видео» за полный 2012 год и в 4-м квартале 2012 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 2012 г.:

- Рост розничных продаж на 20%
- Рост продаж сопоставимых магазинов (LfL) на 9.3%
- Интернет-продажи выросли на 56%
- Открыто 42 новых магазина, рост торговых площадей до 537 тыс. м. кв.

Ключевые показатели 4-го кв. 2012 г.:

- Рост розничных продаж на 12%
- Увеличение продаж сопоставимых магазинов (LfL) на 1%
- Открыто 14 новых магазинов, рост площадей на 22 тыс. м. кв.

В 2012 году розничные продажи сети «М.Видео» составили 158 млрд. рублей (с НДС), показав рост практически на 20% в сравнении с 2011 г. Продажи сопоставимых магазинов сети «М.Видео» в 2012 г. выросли на 9.3%. Онлайн-продажи «М.Видео» увеличились на 56% до 4,4 млрд. рублей (с НДС) в 2012 г. против 2,8 млрд. рублей в 2011 г.

В 4-м квартале 2012 г. розничные продажи сети «М.Видео» выросли на 12% в сравнении с аналогичным периодом 2011 г. Продажи сопоставимых магазинов сети в отчетном периоде выросли на 1%; повторение результата сопоставимых продаж объясняется высокими сравнительными показателями 4-го квартала 2011 г.

В сезон «высоких продаж» в декабре 2012 года оборот «М.Видео» вырос на 9% до 25,4 млрд. рублей против 23,3 млрд. рублей в декабре 2011 г.

Продажи сопоставимых магазинов в декабре 2012 г остались на уровне аналогичного периода прошлого года также в виду высоких сравнительных показателей.

В 2012 г. Компания открыла 42 новых гипермаркета, в том числе 14 – в 4-м квартале 2012 г. На конец 2012 г. общее число магазинов «М.Видео» составило 296 гипермаркетов; магазины сети работают в 127 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.Видео» выросла до 537 000 кв. м, общая – до 723 000 кв. м; рост площадей составил 11% в сравнении с 2011 г.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован так прокомментировал результаты работы сети: «Это был очередной хороший год для «М.видео» - интернет-продажи выросли на 56%, наше онлайн-представительство распространилось еще на 16 городов, а также Компания сумела серьезно увеличить свое присутствие в традиционном сегменте торговли электроникой, открыв 42 новых магазина. Как и в прошлые годы, в 2012 году инвестиции в развитие были сделаны из собственных средств, кроме того, Компания третий год подряд выплатила годовые дивиденды, а также рекордные для российского рынка специальные дивиденды».

Он также добавил: «Мы с большим оптимизмом смотрим в будущее нашей недавней инициативы – стратегии интегрированных продаж (Omni-Channel), которая успешно внедрялась на протяжении 2012 г. Поэтому уже в 2013 году мы будем стремиться максимально использовать накопленный позитивный опыт работы в режиме Omni-Channel и планируем открыть 35 новых гипермаркетов, а также 20 новых онлайн-магазинов под брендом «М.Видео».

Основные показатели работы в 4-м квартале и за 2012 г:

Розничные продажи (включая Интернет)*					
	2012	2011	Изменение, %	4 кв. 2012	
В млн. рублей (с НДС)	157 919	132 086	20%	50 328	
В млн. рублей (без НДС)	133 830	111 937		42 651	

Продажи через Интернет

	2012	2011	
В млн. рублей (с НДС)	4 364	2 805	
В млн. рублей (без НДС)	3 698	2 377	

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)**

	Результаты 2012 г., %	Результ
В российских рублях	9.3%	

Развитие сети

	На 31 декабря 2012 г.	На 31 декабря 2011 г.		Н 20
Магазины	296	261		
Торговая площадь, кв. м	537 000	482 000		5
Общая площадь, кв. м	723 000	650 000		1

* - сравнительные показатели работы сети в 2011 г. даны из расчета опубликованных аудированных данных.

** - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2011 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 7 магазинов, закрытых в 2012 г.