

«М.Видео» увеличила чистую прибыль на 22% до 5,5 млрд рублей по итогам 2016 года

22.03.2017 11:00

22 марта 2017, Москва – ПАО «М.видео» (Мосбиржа: MVID), крупнейший по выручке российский продавец электроники и бытовой техники, объявляет результаты консолидированной аудированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2016 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

«М.Видео» в 2016 году продемонстрировала устойчивый рост ключевых бизнес-показателей.

Продажи «М.Видео» в 2016 году выросли на 13,3% до 216,2 млрд рублей (включая НДС) в сравнении с 2015 годом.

Показатель EBITDA «М.Видео» в отчетном периоде составил 10,3 млрд рублей в сравнении с 8,8 млрд рублей в 2015 году. Рентабельность по EBITDA в 2016 году выросла до 5,65% в сравнении с 5,46% годом ранее.

Чистая прибыль «М.Видео» по стандартам МСФО в 2016 г. продемонстрировала рост на 22% до 5,5 млрд рублей с 4,5 млрд рублей в 2015 году.

Валовая прибыль «М.Видео» в 2016 году увеличилась до 42,9 млрд рублей с 38,9 млрд рублей, показав рост на 10,3%. Валовая рентабельность в 2016 г. составила 23,4% (24,1% в 2015 году).

Доля коммерческих, общехозяйственных и административных расходов по отношению к выручке в 2016 году снизилась до 20,4% по сравнению с 21,4% годом ранее благодаря эффективному управлению затратами и оптимизации бизнес-процессов.

Президент «М.Видео» Александр Тынкован прокомментировал итоги работы компании в 2016 году: «Несмотря на все экономические вызовы и усиление

конкуренции «М.Видео» продемонстрировала динамику роста продаж вдвое выше, чем в среднем по рынку, что позволило нам увеличить свою долю и укрепить лидерские позиции. Компания наращивает продажи быстрее конкурентов как в традиционных сегментах, таких как крупная и малая бытовая техника, телевизоры, развлечения, так и телекоме и цифровых гаджетах. Мы обеспечиваем высокий уровень сервиса во всех каналах и предлагаем нашим клиентам не только технику, но и комплексное решение их задач, вместе с поставщиками мы управляем складскими запасами и гарантируем скорейший вывод на рынок по всей России новых моделей и выбираем лучшие места для наших магазинов. «М.Видео» последовательно реализует стратегию, направленную на развитие бизнеса в сочетании с ростом эффективности всех операционных процессов, что находит отражение в стабильно сильной финансовой отчетности и гарантирует защиту интересов наших инвесторов и акционеров».

«М.Видео» показывает стабильный рост продаж как в розничной сети, так и онлайн. Глобальный тренд, в рамках которого стираются границы между онлайн и оффлайн продажами, влияет и на российский рынок. Более 50% потребителей начинают свой выбор в интернете, но только 7% покупателей домашней электроники и техники в России совершают весь процесс выбора и оплаты исключительно онлайн, другие предпочитают лично тестировать технику или забирать покупку в магазине. Как омниканальный ритейлер мы стремимся предоставить нашим клиентам лучший покупательский опыт во всех точках присутствия, что находит отражение в общей высокой динамике продаж», – подчеркнул Александр Тынкован.

«Несмотря на укрепление рубля, потребители при принятии решения о покупке ориентируются на цену и уделяют большое внимание поиску максимально выгодного предложения. Программа, гарантирующая лучшую цену при совершении покупки в «М.Видео» как часть маркетинговой стратегии, а также промо-активности и выгодные кредитные предложения положительно влияют на продажи и привлекают новых клиентов», – отметил главный исполнительный директор «М.Видео» Энрике Фернандес.

«Компания концентрируется на новых направлениях для роста, и несмотря на жесткую конкуренцию, «М.Видео» за последние два года смогла удвоить свою долю в сегменте Телеком, заняв одну из ключевых позиций как в предпочтениях клиентов, так и на рынке. Рост продаж смартфонов и связанных с ними устройств обусловлен как новым розничным форматом m_mobile, который мы запустили осенью и в сжатые сроки смогли развернуть на всю сеть, так и эффективным управлением портфелем устройств и выгодными кредитными предложениями. Комплексный подход к продажам гаджетов, сервисов, аксессуаров и услуг связи в зонах

m_mobile не только способствуют росту выручки, но и оказывает позитивное влияние на рентабельность нашего бизнеса», – прокомментировал г-н Фернандес.

[Полная версия релиза в формате pdf](#)