«М.видео» показала двузначные темпы роста по итогам 2016 года – продажи компании выросли на 13%

18.01.2017 09:30

18 января 2017, Москва – ПАО «М.видео» (Мосбиржа: MVID), крупнейший по выручке российский продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL), а также результаты развития сети за полный 2016 год и четвертый квартал 2016 года.

Ключевые показатели «М.видео» по итогам 2016 года:

· Продажи выросли на 13,3% до 216,2 млрд рублей (с НДС);

· Продажи сопоставимых магазинов (LfL) показали рост на 10,7%;

· Продажи через интернет (доставка + самовывоз) выросли на 26,6%;

· «М.видео» открыла 22 новых магазина, торговая площадь составила 663 тыс. кв. м.

Ключевые показатели четвертого квартала 2016 года:

· Продажи выросли на 5,9% до 63,7 млрд рублей (с НДС);

· Продажи сопоставимых магазинов (LfL) остались на уровне прошлого года.

За 2016 год продажи «М.видео» выросли на 13,3% по сравнению с прошлым годом и достигли 216,2 млрд рублей, включая НДС. В то же время продажи сопоставимых магазинов (LfL) выросли на 10,7%. «М.видео» демонстрирует положительную динамику ключевых показателей за счет двузначного роста продаж всех товарных категорий и продолжает наращивать долю

присутствия на рынке бытовой техники и электроники.

Интернет-продажи «М.видео» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) за 2016 год показали рост на 26,6% до 25,9 млрд рублей, включая НДС, с 20,4 млрд рублей (с НДС) за 2015 год.

В четвертом квартале 2016 года продажи «М.видео» выросли на 5,9% до 63,7 млрд рублей, включая НДС. Продажи сопоставимых магазинов (LfL) за тот же период остались на уровне прошлого года.

В 2016 году «М.видео» открыла 22 новых магазина, десять из которых пришлись на четвертый квартал 2016 года, и закрыла два в связи с переездом. Общее число магазинов сети по итогам 2016 года составляет 398, «М.видео» работает в 165 городах по всей России. Торговая площадь «М.видео» на 31 декабря 2016 года составляет 663 тыс. кв. м, общая площадь – 895 тыс. кв. м.

«Итоги 2016 года убедительно доказали эффективность бизнес-стратегии «М.видео» и результативность обновленной в начале года модели управления. Несмотря на лишенный явных экономических всплесков год, «М.видео» показала двузначные темпы роста по итогам 2016 года, нам удалось нарастить рыночную долю и укрепить лидерские позиции. Мы успешно реализовали все планы по развитию, увеличив сеть на 20 магазинов и значительно расширив свое присутствие на Дальнем Востоке – теперь «М.Видео» присутствует в 165 городах от Калининграда до Владивостока», – отметил президент «М.видео» Александр Тынкован.

«В начале 2016 года «М.видео» ввела позицию главного исполнительного директора. Операционная команда сумела в кратчайшие сроки запустить целый ряд инновационных для рынка проектов в сфере ИТ, онлайн-коммерции и розничных продаж. Так, в более чем 170 магазинах по всей России открылись специализированные зоны смартфонов и связанных с ними гаджетов m_mobile, которые позволяют нашим покупателям лучше ориентироваться в новинках и совершать выгодные покупки. Стратегия компании в 2017 году нацелена на поиск и внедрение новых решений, ориентированных на сокращение операционных затрат и рост продаж, в том числе, в сегменте дополнительных сервисов и аксессуаров», - подчеркнул Александр Тынкован.

«М.видео» продолжает концентрироваться на ключевом для себя рынке и остаётся крупнейшим экспертом в сфере бытовой техники и электроники. Широкий ассортимент и привлекательная для клиентов ценовая политика позволили нам увеличить продажи как в денежном, так и натуральном выражении в основных сегментах – крупной бытовой техники, ТВ,

смартфонов. «М.видео» в течение 2016 года также внедрила ряд технических решений в сфере потребительского кредитования и предложила максимально выгодные условия кредитов без увеличения покупной цены, что сделало товары более доступными и положительно сказалось на продажах. Мы видим большой потенция в кредитных предложениях и в текущем году.

Стартовавшие в 2016 году проекты m_mobile, m_game и целый ряд других активностей, направленных на привлечение новой аудитории и продажи сервисов и аксессуаров, уже приносят первые плоды. Так, продажи телеком-сегмента за последний год выросли на 65,2%, достигнув в общих продажах «М.видео» доли 16,4%. Омниканальная модель розницы, предлагающая клиентам единый ассортимент, цены и сервис как в магазинах, так и онлайн, остается наиболее результативной на российском рынке – при активном росте интернет-продаж 75% клиентов предпочитают оплачивать и забирать свои покупки в нашей рознице», – сказал главный исполнительный директор «М.видео» Энрике Фернандес.

Основные показатели работы сети «М.видео» в четвертом квартале и за 2016 год:

Продажи					
	2016	2015*	Изменение, %	4 кв. 2016	4 кв. 2
В млн. рублей (с НДС)	216 168	190 796	13,3%	63 684	60 1
В млн. рублей (без НДС)	183 193	161 691		53 970	50 9

Онлайн-продажи (доставка на дом + самовывоз)			
	2016	2015	Из
В млн. рублей (с НДС)	25 854	20 417	
В млн. рублей (без НДС)	21 910	17 302	

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)* *

	2016 к 2015, изменение, %	4 кв. 2016 к 4 кв. 2
В рублях	10,7%	0,1

Развитие сети

	На 31 декабря 2016	На 31 декабря 2015	Новые 2016**
Магазины	398	378	20
Торговая площадь, кв. м	663 000	644 000	19 000
Общая площадь, кв. м	895 000	865 000	30 000

* Сравнительные показатели работы сети в 2015 г. и четвертом квартале 2015 г. даны из расчета опубликованных аудированных данных.

** Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LfL) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2015 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

*** За вычетом закрытий (переездов) 2 магазинов во 2-м квартале 2016 года.