«М.Видео» сообщает о росте чистой выручки по МСФО по итогам 1-го полугодия 2016 года.

23.08.2016 08:30

ПАО «М.видео» (далее – «М.Видео» или «Группа»), крупнейшая российская розничная сеть по торговле электроникой и бытовой техникой (Мосбиржа: MVID), сообщает сегодня результаты сокращенной неаудированной консолидированной финансовой информации за полугодие, закончившееся 30 июня 2016 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

Продажи «М.Видео» в 1-м полугодии 2016 г. выросли на 18,6% до 98,6 млрд. рублей (с НДС).

Валовая прибыль «М.Видео» в 1-м полугодии 2016 г. составила 19,9 млрд. руб. в сравнении с 19 млрд. руб. в 1-м полугодии 2015 г.

Операционные расходы «М.Видео» в 1-м полугодии 2016 г. выросли на 8,3% и составили 17,4 млрд. рублей против 16 млрд. рублей в аналогичном периоде прошлого года, при этом в % от выручки операционные расходы полугодие к полугодию сократились с 22,8% до 20,8%.

Показатель EBITDA «М.Видео» полугодие к полугодию практически не изменился и составил 4,5 млрд. руб. в 1-м полугодии 2016 г. против 4,6 млрд руб. в 1-м полугодии 2015 г. Рентабельность по EBITDA (EBITDA margin) в 1-м полугодии 2016 г. составила 5,4%, а чистая прибыль «М.Видео» по стандартам МСФО в 1-м полугодии 2016 года составила 2,2 млрд. руб.

Александр Тынкован, Президент «М.Видео» в связи с этим заявил: «Мы вновь показали очень хороший результат в полугодии. «М.Видео» уверенно консолидирует российский рынок домашней электроники и увеличивает свою рыночную долю благодаря сильной бизнес-модели, построенной на широчайшем ассортименте, гарантии лучшей цены, лучшем сервисе и сильном бренде. Компания становится мобильной, демонстрируя опережающий рост именно в инновационных технологиях и продуктах».

Он также добавил: «Покупка техники в «М.Видео» онлайн сегодня доступна во всех городах нашего присутствия, этот канал демонстрирует уверенный рост, как в целом, так и в процентах от выручки, составляя более 11%

продаж. Кроме того, наша компания всегда была известна приверженностью к внедрению новых сервисов для улучшения покупательского опыта – так будет и впредь, это дает свои плоды. В прошедшем полугодии в «М.Видео» прошли успешные «пилоты» нескольких проектов, которые будут способствовать расширению ассортимента «связанных» устройств и сервисов и повышению качества покупательского предложения».

Полная версия релиза в формате pdf>>>