

«М.Видео» объявляет о росте продаж на 4,5% в 1-м полугодии 2014 г.

17.07.2014 10:30

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (ММВБ: MVID), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL) в 1-м полугодии и 2-м квартале 2014 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 1-го полугодия 2014 г.:

- Продажи выросли на 4,5%, достигнув 81,8 млрд. рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like) составили (2%);
- Продажи через Интернет (доставка + самовывоз) выросли на 91%;
- Открыто 15 новых магазинов, рост торговых площадей до 605 тыс. м. кв.

Ключевые показатели 2-го квартала 2014 г.:

- Продажи составили 34,7млрд. рублей (с НДС);
- Продажи like-for-like составили (5,6%).

В 1-м полугодии 2014 года продажи сети «М.Видео» составили 81,8 млрд. рублей (с НДС), показав рост на 4,5% в сравнении с 1-м полугодием 2013 г. Продажи сопоставимых магазинов сети «М.Видео» в 1-м полугодии 2014 г. показали (2%).

Интернет-продажи «М.Видео» (онлайн-заказы: доставка на дом + самовывоз из магазинов) в 1-м полугодии 2014 года выросли практически в два раза до 6,4 млрд. рублей против 3,4 млрд. рублей в аналогичном периоде прошлого года.

Во 2-м квартале 2014 г. продажи «М.Видео» остались на уровне аналогичного периода 2013 года, при этом продажи сопоставимых магазинов сети показали (5,6%) в сравнении со 2-м кварталом 2013 г.

Компания открыла 15 новых гипермаркетов в 1-м полугодии 2014 г., в том числе 8 магазинов было открыто во 2-м квартале 2014 г. (один магазин был закрыт во 2-м квартале 2014 г.). На конец 1-го полугодия 2014 г. сеть «М.Видео» включает в себя 347 гипермаркетов, работающих в 149 городах

РФ. Торговая площадь магазинов «М.Видео» составляет 605 тыс. м кв.,
общая площадь – 814 тыс. м кв.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован заявил: «В первом полугодии 2014 года мы открыли 15 гипермаркетов, таким образом, выполняя свои планы по открытию 30 новых магазинов по итогам года. В то же время, продажи через Интернет демонстрируют впечатляющую динамику, рост около 100% год на год, подтверждая успешность модели Интегрированных продаж (Omni-Channel)».

Он также прокомментировал результаты работы сети во 2-м квартале 2014 года: «Во втором квартале мы наблюдали серьезное «охлаждение» рынка потребительской электроники в России. При этом реконструкция 17 магазинов во втором квартале также повлияла на общий результат продаж. Ввод в строй реконструированных магазинов в 3-м квартале должен позитивно отразиться на наших результатах в целом по году».

Основные показатели во 2-м квартале и 1-м полугодии 2014 г:

Продажи				
	1-е пол. 2014	1-е пол. 2013	Изменение, %	2 кв. 2014
В млн. рублей (с НДС)	81 779	78 284	4,5%	34 703
В млн. рублей (без НДС)	69 304	66 342		29 409
Продажи через Интернет (доставка + самовывоз)				
	1-е пол. 2014	1-е пол. 2013		
В млн. рублей (с НДС)	6 418	3 364		
В млн. рублей (без НДС)	5 439	2 851		
Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)*				
	Результаты 1-го полугодия 2014 г., %		Результаты	
В российских рублях	(2%)			

Развитие сети

	На 30 июня 2014 г.	На 31 декабря 2013 г.	Нов пол
Магазины	347	333	
Торговая площадь, кв. м	605 000	582 500	23
Общая площадь, кв. м	814 000	785 000	29

* - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2013 г., и не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.

** - с учетом закрытия двух магазинов в 1-м полугодии 2014 г.