



нам не всё равно

## «М.Видео» улучшила ключевые показатели эффективности на фоне снижения рынка бытовой техники и электроники в первом квартале 2017 года

**18 апреля 2017, Москва** – ПАО «М.видео» (Мосбиржа: MVID), крупнейший по выручке российский продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели продаж и эффективности работы сети, а также результаты развития за первый квартал 2017 года.

### Ключевые показатели «М.Видео» по итогам первого квартала 2017 года:

- Продажи составили 52 млрд рублей (с НДС);
- Продажи через интернет выросли на 5,9% до 6,5 млрд рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (LfL) снизились на 6,5%.

«Российский рынок бытовой техники и электроники показал спад в первом квартале 2017 года за счет продолжающегося снижения трафика и розничных цен на фоне укрепления рубля – продажи крупной бытовой техники, телевизоров, компьютеров в России снизились на 4-8%. Этот тренд оказал наибольшее влияние на наши продажи в январе на фоне высоких показателей начала 2016 года, вызванных ростом курса доллара. В феврале и марте мы смогли переломить тенденцию и нарастить продажи в среднем на 6% в годовом исчислении. В январе 2017 года рубль укрепился на 30% относительно аналогичного периода прошлого года, что привело к снижению розничных цен на бытовую технику, при этом продажи «М.Видео» по итогам первого квартала 2017 года в натуральном выражении в основных сегментах показали рост на 5-15%. Несмотря на общий для всего рынка тренд на снижение трафика и средней цены «М.Видео» удалось нарастить свою долю и увеличить отрыв от конкурентов в продажах крупной и мелкой бытовой техники, ТВ и других основных категориях, – отметил президент «М.Видео» Александр Тынкован. – Можно говорить о том, что рынок электроники в России вошел в стадию нормализованного спроса – после активного роста на этапе насыщения и скачкообразного инвестиционного спроса при изменении курса рубля».

«М.Видео» также улучшила качественные показатели работы розницы, влияющие на прибыль. Ключевые показатели эффективности работы розничной сети, к которым можно отнести среднее число товаров в чеке и коэффициент привлечения, то есть, количество покупателей в общем объеме посетителей, показали лучшую за последние два года динамику. Так, количество товаров в одном чеке выросло на 4%, коэффициент привлечения – на 5,6% за счет лучшего ассортимента, гарантированно низкой цены и высокого уровня сервиса», – подчеркнул Александр Тынкован.

«Рынок бытовой техники и электроники по нашей оценке в первом квартале 2017 года демонстрирует отрицательную динамику как в денежном, так и в натуральном выражении по основным категориям. При этом «М.Видео» продолжает концентрироваться на укреплении своей доли и привлечении новой аудитории, а также росте маржинальности бизнеса за счет увеличения продаж аксессуаров и дополнительных услуг. Мы не только усилили свое присутствие в ключевых сегментах, мы видим и заметную позитивную динамику в таких новых сегментах как гейминг, цифровой контент. Так, рыночная доля «М.Видео» в этих категориях выросла до более чем 40%. «М.Видео» также увеличила продажи сервисов в первом квартале 2017 года на примерно 20%. Доля проникновения аксессуаров в чеке по итогам первого квартала показала двузначный рост. Мы продолжаем развитие проектов, направленных на улучшение клиентского опыта и повышение лояльности, реализацию специальных акций, а также потребительского кредитования с максимально выгодными условиями кредитов без увеличения покупной цены, что делает доступной для наших покупателей любую технику», – сказал главный исполнительный директор «М.Видео» Энрике Фернандес.

В первом квартале 2017 года «М.Видео» открыла один новый магазин. Общее число магазинов сети на конец марта 2017 года составляет 399, «М.Видео» работает в 165 городах по всей России. Торговая площадь «М.Видео» насчитывает 664 тыс. кв. м, общая площадь – 897 тыс. кв. м.

Основные показатели работы сети «М.Видео» в первом квартале 2017 года:

| <b>Продажи</b>  |  |                           |                      |                     |
|---|--|---------------------------|----------------------|---------------------|
|   | <b>1 кв. 2017</b>                            | <b>1 кв. 2016 *</b>       | <b>Изменение, %</b>  |                     |
| <b>В млн рублей (с НДС)</b>                           | 52 141                                       | 53 765                    | (3,0%)               |                     |
| <b>В млн рублей (без НДС)</b>                         | 44 187                                       | 45 563                    |                      |                     |
| <b>Онлайн-продажи (доставка на дом + самовывоз)</b>   |  |                           |                      |                     |
|   | <b>1 кв. 2017</b>                            | <b>1 кв. 2016</b>         | <b>Изменение, %</b>  |                     |
| <b>В млн рублей (с НДС)</b>                           | 6 533  | 6 172                     | 5,9%                 |                     |
| <b>В млн рублей (без НДС)</b>                         | 5 537  | 5 230                     |                      |                     |
| <b>Динамика продаж сопоставимых магазинов (Lfl)**</b> |  |                           |                      |                     |
|   | <b>1 кв. 2017 к 1 кв. 2016, изменение, %</b> |                           |                      |                     |
| <b>В рублях</b>                                       | (6,5%)                                       |                           |                      |                     |
| <b>Развитие сети</b>                                  |  |                           |                      |                     |
|   | <b>На 31 марта 2017</b>                      | <b>На 31 декабря 2016</b> | <b>Новые за 2017</b> | <b>Изменение, %</b> |
| <b>Магазины</b>                                       | 399  | 398                       | 1                    | 0,3%                |
| <b>Торговая площадь, кв. м</b>                        | 664 000                                      | 663 000                   | 1 000                | 0,2%                |
| <b>Общая площадь, кв. м</b>                           | 897 000                                      | 895 000                   | 2 000                | 0,2%                |

\* Информация за первый квартал 2016 года обновлена в соответствии с учетной политикой по МСФО, актуальной для первого полугодия 2016 года.

\*\* Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (Lfl) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2016 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

**Контакты для СМИ:**

Валерия Андреева

Руководитель департамента  
по связям с общественностью  
«М.Видео»

+7 495 644 28 48 (7386)  
pr@mvideo.ru

«М.Видео» – крупнейшая розничная сеть по объемам продаж электроники и бытовой техники в России. «М.Видео» осуществляет свою деятельность с 1993 года. В ноябре 2007 года «М.видео» стала первой российской компанией в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 31 марта 2017 г. сеть «М.Видео» включает 399 магазинов в 165 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.Видео» составляет 664 тыс. м кв., общая площадь – 897 тыс. м кв.