# «М.видео» объявляет о росте продаж на 23% за 9 месяцев 2012 г.

18.10.2012 11:30

Сегодня ОАО «Компания «М.видео» (РТС, ММВБ: MVID), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники, объявляет неаудированные показатели продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like, LfL) «М.Видео» за 9 месяцев и в 3-м квартале 2012 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 9 месяцев 2012 г.:

- Розничные продажи выросли на 23%, достигнув 107 млрд. рублей (с НДС);
- Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like, LfL) выросли на 13,5%;
- Открыто 28 новых магазинов, рост торговых площадей до 515 тыс. м. кв.

В 3-м квартале 2012 г. продажи «М.Видео» выросли на 19%, при этом продажи сопоставимых магазинов сети выросли на 8% в сравнении с 3-м кварталом 2011 г.

Продажи через Интернет выросли на 60% по сравнению с 9 месяцами 2011 года.

Компания открыла 28 новых гипермаркетов за 9 месяцев 2012 г., в том числе в 3-м квартале 2012 г. было открыто 10 новых магазинов, а также закрыто 5 магазинов в Воронеже, Екатеринбурге, Казани, Ростове и Самаре, открытых в 2002-2006 гг.

На 30 сентября 2012 г. сеть «М.Видео» насчитывала 282 гипермаркета. На 30 сентября 2012 года торговая площадь магазинов «М.Видео» составила 515 000 кв. м, общая площадь - 694 000 м кв., продемонстрировав рост на 7% в сравнении с концом 2011 г.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован заявил: «Мы продолжаем реализацию стратегии интегрированных продаж (Omni-Channel) и активно распространяем эту идеологию во всех сферах нашей деятельности. Покупатели позитивно воспринимают новые возможности,

предоставляемые в рамках Omni-Channel и активно пользуются различными каналами: выбирают товар через интернет, покупают как онлайн, так и в магазинах, выбирают либо доставку, либо забирают покупки в магазине самостоятельно. В 3-ем квартале открылся первый онлайн-магазин «М.Видео» за пределами Москвы – в Нижнем Новгороде. На этой неделе мы запускаем интернет-магазины «М.Видео» еще в 15 российских городах».

Он также добавил: «Мы рассчитываем, что преимущества Omni-Channel будут в полной мере востребованы нашими покупателями в декабре, в сезон высоких продаж: традиционно, удобство и комфорт совершения покупок в предновогодний период, наряду с адекватными ценами, являются одним из главных критериев выбора потребителей».

Основные показатели работы сети в 3-м квартале и за 9 месяцев 2012г:

| Продажи | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 9 мес. 2012 | 9 мес. 2011 | Изменение, % | | 3 кв. 2012 | |
| В млн. рублей (с НДС) | 107 591 | 87 266 | 23% | | 38 451 | |
| В млн.  рублей (без НДС) | 91 179 | 73 954 | | | 32 586 | |
| Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)* | | | | | | |
| | Результаты 9 месяцев 2012 г., % | | | | Результаты | |
| В российских рублях | 13,5% | | | | | |
| Развитие сети | | | | | | |
| | На 30 сентября 2012 г. | | На 31 декабря г. | 2011 | Ноя мес | |
| Магазины | 282 | | 261 | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Торговая площадь, кв. м | 515 000 | 482 000 | | 33 |
| Общая площадь, кв. м | 694 000 | 650 000 | | 44 |

* - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2010 г., и не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.

** - с учетом закрытия 7 магазинов за 9 мес. 2012 г.