

ОАО «Компания «М.видео» сообщает о росте чистой прибыли по МСФО на 52% по итогам 2011 года.

05.04.2012 09:30

ОАО «Компания «М.видео» (далее – «М.видео» или «Группа»), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники (РТС, ММВБ: MVID), сообщает сегодня результаты аудированной консолидированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2011 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

Розничные продажи «М.видео» в 2011 г. выросли практически на 30% до 132 млрд. рублей (с НДС). Рост выручки «М.видео» был обусловлен открытием 44 новых магазинов, ростом продаж сопоставимых магазинов (like-for-like stores) на 10%, а также увеличением продаж через Интернет на 90% в 2011 г.

Валовая прибыль «М.видео» по МСФО в 2011 г. выросла до 29,3 млрд. рублей. Валовая рентабельность (gross margin) Группы в 2011 г. возросла до 26,2% против 25,8% годом ранее.

Операционная прибыль «М.видео» по МСФО (EBIT) в 2011 г. выросла до 4,6 млрд. рублей, операционная рентабельность (EBIT margin) Группы в 2011 г. составила 4,1%.

Показатель EBITDA «М.видео» в отчетном периоде увеличился до 6,2 млрд. рублей в сравнении с 4,5 млрд. рублей в 2010 г. Рентабельность по EBITDA (EBITDA margin) Группы в 2011 г. составила 5,6% против 5,2% годом ранее.

Чистая прибыль «М.видео» по стандартам МСФО в 2011 г. увеличилась на 52% до 3,4 млрд. рублей в сравнение с 2,2 млрд. рублей в 2010 г.

Александр Тынкован, Президент ОАО «Компания «М.видео» так прокомментировал финансовые результаты по МСФО в 2011 г.: «Сеть «М.видео» продемонстрировала значительное улучшение всех показателей, от выручки до чистой прибыли, в 2011 году. Мы продолжали активно развиваться и второй год подряд открыли 44 магазина, а также добавили 24 новых города на карту нашей сети. Компания сохраняет темпы роста и намерена продолжать поступательное развитие, внедряя перспективную

концепцию интегрированных продаж (Omni-Channel), которая подразумевает высокие стандарты обслуживания покупателей вне зависимости от выбранного ими канала – магазина либо интернет-сайта. «М.видео» – единый бренд для удовлетворения потребностей россиян в бытовой электронике высокого качества как в онлайне, так и в розничной сети».

По словам Александра Тынкована, «М.видео» создает значительную добавочную стоимость для своих акционеров и инвесторов. Наша дивидендная стратегия остается неизменной: стабильное увеличение выплат дивидендов в обозримом будущем».

Ключевые консолидированные финансовые показатели «М.видео» в 2011 году*:

	2011	2010	изменение, %
Объем продаж, млн. руб. (с НДС)	132 086	102 147	29,3%
Чистая выручка, млн. руб.	111 937	86 565	29,3%
Валовая прибыль, млн. руб.	29 267	22 361	30,9%
В % от чистой выручки	26,2	25,8	0,4%
Операционные расходы, млн. руб. ¹	24 666	19 127	28,9%
В % от чистой выручки	22,0	22,1	(0,1%)
Операционная прибыль (ЕВІТ), млн. руб.	4 601	3 234	42,3%
В % от чистой выручки	4,1	3,7	0,4%
ЕВІТDA, млн. руб.	6 239	4 523	37,9%
В % от чистой выручки	5,6	5,2	0,4%
Чистая прибыль, млн. руб.	3,374	2,221	52%

В % от чистой выручки	3,0	2,6	0,4%
--------------------------	-----	-----	------

* Показатели рассчитаны на основе аудированной консолидированной финансовой отчетности по МСФО за 2011 год и не включают 18% НДС, если не указано иначе.

¹⁰ Операционные расходы включают в себя «торговые, общие и административные расходы» (SGA), «другие операционные расходы» и «другие операционные доходы» отчета о прибылях и убытках (income statement).