"М.Видео" сообщает о росте общих продаж на 8% и продаж через Интернет на 113% в первом квартале 2014 г.

16.04.2014 12:30

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) в 1-м квартале 2014 года, а также результаты реализации программы развития сети.

Ключевые показатели 1-го квартала 2014 г.:

- Продажи возросли до 47 млрд. рублей (с НДС).
- Продажи сопоставимых магазинов (LfL) выросли на 1%.
- Продажи через Интернет (доставка + самовывоз) выросли на 113%.
- Открыто 8 новых магазинов, торговая площадь сети выросла до 594 000 кв. м.

В 1-м квартале 2014 года продажи «М.Видео» выросли на 8% до 47 млрд. рублей (с НДС) в сравнении с 43,6 млрд. рублей годом ранее. Продажи сопоставимых магазинов «М.Видео» в 1-м квартале 2014 года увеличились на 1% в сравнении с 1-м кварталом 2013 г.

Интернет-продажи «М.Видео» (онлайн-заказы: доставка на дом + самовывоз из магазинов) в 1-м квартале 2014 года выросли более чем в два раза до 3,7 млрд. рублей против 1,7 млрд. рублей в аналогичном периоде прошлого года.

В 1-м квартале 2014 года Компания открыла 8 новых гипермаркетов и закрыла один магазин в Московской области. Магазины сети впервые открылись еще в двух городах Российской Федерации. На конец 1-го квартала 2014 г. сеть «М.Видео» включает в себя 340 гипермаркетов, работающих в 146 городах РФ. Торговая площадь магазинов «М.Видео» на 31 марта этого года составляет 594 тыс. кв. м, а общая площадь – 799 тыс. кв. м.

Президент «М.Видео» Александр Тынкован так прокомментировал итоги 1-го квартала 2014 г: "Мы положительно оцениваем улучшение показателя продаж сопоставимых магазинов в первом квартале этого года в сравнении

с 4-м кварталом 2013-го, несмотря на то, что рынок электроники демонстрирует неутешительную динамику, аналогичную декабрьским трендам».

Он также добавил: «Сегодняшние результаты были показаны благодаря активному распространению интернет-присутствия «М.видео»; так, к концу прошлого года мы открыли наши онлайн-магазины для жителей 52 городов России. Наша модель интегрированных продаж (Omni-Channel) продолжает успешно работать и мы особенно довольны более чем двукратным ростом продаж через Интернет. Растёт популярность такой услуги, как самовывоз ранее заказанных через Интернет товаров (pickup in store), на долю которого сейчас приходится более половины всех онлайн-покупок в сети. Это позволяет «М.видео» улучшать взаимодействие с покупателями в фирменных гипермаркетах и дает нам возможность дополнительного обслуживания клиентов, привлеченных в магазины посредством Интернета».

Основные показатели работы сети в 1-м квартале 2014 г:

Продажи			
	1 кв. 2014 г.	1 кв. 2013 г.	
В млн. рублей (с НДС)	47 076	43 607	
В млн. рублей (без НДС)	39 895	36 955	
Продажи через Интернет (доставка + самовывоз)			
	1 кв. 2014 г.	1 кв. 2013 г.	
В млн. рублей (с НДС)	3 654	1 716	
В млн. рублей (без НДС)	3 097	1 454	
Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)*			

	Результаты 1-го квартала 201			
В российских рублях	1%			
Развитие сети				
	На 31 марта 2014 г.	На 31 декабря 2013 г.		Но
Магазины	340	333		
Торговая площадь, кв. м	594 000	582 500		
Общая площадь, кв. м	799 000	785 000		

* - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов, открытых не позднее 1 января 2012 г., и не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20% впоследствии.

** - с учетом закрытия одного магазина.