

# Каждый пятый рубль «М.Видео» зарабатывает онлайн

18.04.2018 09:34

18 апреля 2018 года, Москва, Россия. ПАО «М.видео» (далее – «М.Видео» или «Компания»), крупнейшая российская розничная сеть по торговле электроникой и бытовой техникой (ММВБ: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, сообщает неаудированные показатели продаж и продаж сопоставимых магазинов (показатель like-for-like), а также результаты развития сети за первый квартал, окончившийся 31 марта 2018 года.

Ключевые показатели первого квартала 2018 года:

- Чистые продажи выросли на 17,4% до 61,0 млрд рублей (с НДС)
- Продажи сопоставимых магазинов (LFL) показали рост 12,5%
- Продажи через интернет ускорились до 82,4% год-к-году до 11,8 млрд рублей (с НДС). Доля онлайн в общих продажах достигла 19%.

В первом квартале 2018 года продажи «М.Видео» выросли на 17,4% до 61,0 млрд рублей, включая НДС.

Рост был вызван сильными показателями продаж сопоставимых магазинов, ускорившейся динамикой интернет-продаж, а также программой экспансии конца 2017 года.

Продажи сопоставимых магазинов (LFL) выросли на 12,5% в первом квартале 2018 года за счёт увеличения числа покупок и среднего чека. Рост был вызван более сильным покупательским спросом по сравнению с первым кварталом прошлого года, нарастающим эффектом от стратегических проектов «М\_Мобайл», «М\_Кредит» и «Real-Time Dealing», а также различными промо-кампаниями. В конце 2017 года М.Видео обновила коммуникационную платформу и запустила специальные проекты по продвижению бренда через различные каналы коммуникации в категории цифровых товаров среди молодежной аудитории.

В первом квартале 2018 года интернет-продажи «М.Видео» (заказы онлайн с доставкой на дом и самовывоз из магазинов) установили очередной рекорд, показав рост на 82,4% год к году и достигнув 19% от общих продаж

компании (24% в Москве и 26% в Санкт-Петербурге) благодаря сильным показателям траффика и конверсии. Количество транзакций удвоилось год-к-году в первом квартале 2018 г. Доля самовывоза составила 74% от интернет-продаж в первом квартале 2018 года по сравнению с 69% в аналогичном периоде прошлого года.

«ОМНИ-модель «М.Видео» ещё раз доказала высокую эффективность – продажи сопоставимых магазинов показали двузначный рост – на 12,5%, который обусловлен высоким качеством сервиса и индивидуальной работой с каждым клиентом. Наши стратегические проекты по оснащению сотрудников магазинов мобильными устройствами для консультаций и продаж и кредитная программа «М\_Кредит» позволяют предложить покупателям уникальный клиентский опыт и действительно выгодные условия. «М.Видео» активно наращивает присутствие на рынке цифровой электроники – продажи смартфонов, ноутбуков и аксессуаров к ним выросли в первом квартале на 30-40% за счёт развертывания «М\_Мобайл», в рамках которого мы не только открыли выделенные зоны внутри своих магазинов, но и полностью изменили позиционирование бренда для молодой аудитории. В течение этого года мы будем пилотировать отдельно стоящие магазины под брендом m\_mobile, в которых будет представлен исключительно цифровой ассортимент», – прокомментировал главный исполнительный директор «М.Видео» Энрике Фернандес.

«М.Видео», демонстрируя практически двукратный рост в онлайн, трансформируется в интернет-ритейл, где высокоэффективная розница органично дополняет онлайн-платформу и самые современные ИТ-решения. Три из четырёх покупателей онлайн предпочитают забрать заказ в магазине, что быстро, удобно и выгодно. В рамках стратегии One Retail в течение ближайших трёх лет мы планируем полностью интегрировать внедрённые инновации для онлайн и оффлайн и развивать мобильные решения в рознице, что позволит не только гарантировать клиентам уникальный бесшовный покупательский опыт, но и укрепить свои позиции на рынке за счёт более глубокого анализа поведения клиентов, их предпочтений и индивидуальных решений для каждого», – подчеркнул президент «М.Видео» Александр Тынкован.

#### Основные операционные показатели «М.Видео» за первый квартал 2018 года:

В млн рублей (с НДС)	1 кв. 2018	1 кв. 2017	год к году, %
----------------------	------------	------------	---------------

Чистые продажи*	60 974	51 930	+17
Онлайн-продажи (доставка на дом + самовывоз)	11 814	6 476	+82

Динамика продаж сопоставимых магазинов (LFL)**	1 кв. 2018 к 1 кв. 2017, %
В рублях	+12,5%

Развитие сети***	на 31.03.18	на 31.12.17	за 3мес 2018	
Магазины	422	424	-2	-0
Торговая площадь, тыс. кв. м	690	693	-3	-0
Общая площадь, тыс. кв. м	932	937	-5	-0

\* Чистые продажи рассчитываются как общие продажи за вычетом продаж аукционных купонов на скидку. Продажи за 1 кв 2017 года были приведены к Чистым продажам для целей сопоставимости данных в сравниваемых периодах.

\*\* Информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (LFL) основана на сравнении 376 магазинов, открытых не позднее 1 января 2017 года и впоследствии не закрывавшихся на две недели или более либо не изменивших свою общую площадь более чем на 20%.

\*\*\* за 3 месяца 2018 года было закрыто 2 магазина в связи с их переездом.

## О компании М.ВИДЕО

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 компания «М.Видео» стала первой российской компанией в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями «М.Видео» идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 31 марта 2018 г. сеть «М.Видео» включает 422 магазина в 169 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.Видео» составляет 690 тыс. м кв., общая площадь – 932 тыс. м кв.

Контакты для прессы:

Валерия Андреева, руководитель департамента по связям с общественностью,  
valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 7386

Контакты для инвесторов и акционеров:

Наталья Белявская, директор по связям с инвесторами,  
natalya.belyavskaya@mvideo.ru

Тел: +7 (495) 644 28 48, доб. 1425