



нам не всё равно

## **«М.Видео» увеличила чистую прибыль на 22% до 5,5 млрд рублей по итогам 2016 года**

22 марта 2017, Москва – ПАО «М.видео» (Мосбиржа: MVID), крупнейший по выручке российский продавец электроники и бытовой техники, объявляет результаты консолидированной аудированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2016 года, подготовленной в соответствии с Международными Стандартами Финансовой Отчетности (МСФО).

«М.Видео» в 2016 году продемонстрировала устойчивый рост ключевых бизнес-показателей.

Продажи «М.Видео» в 2016 году выросли на 13,3% до 216,2 млрд рублей (включая НДС) в сравнении с 2015 годом.

Показатель EBITDA «М.Видео» в отчетном периоде составил 10,3 млрд рублей в сравнении с 8,8 млрд рублей в 2015 году. Рентабельность по EBITDA в 2016 году выросла до 5,65% в сравнении с 5,46% годом ранее.

Чистая прибыль «М.Видео» по стандартам МСФО в 2016 г. продемонстрировала рост на 22% до 5,5 млрд рублей с 4,5 млрд рублей в 2015 году.

Валовая прибыль «М.Видео» в 2016 году увеличилась до 42,9 млрд рублей с 38,9 млрд рублей, показав рост на 10,3%. Валовая рентабельность в 2016 г. составила 23,4% (24,1% в 2015 году).

Доля коммерческих, общехозяйственных и административных расходов по отношению к выручке в 2016 году снизилась до 20,4% по сравнению с 21,4% годом ранее благодаря эффективному управлению затратами и оптимизации бизнес-процессов.

Президент «М.Видео» Александр Тынкован прокомментировал итоги работы компании в 2016 году: «Несмотря на все экономические вызовы и усиление конкуренции «М.Видео» продемонстрировала динамику роста продаж вдвое выше, чем в среднем по рынку, что позволило нам увеличить свою долю и укрепить лидерские позиции. Компания наращивает продажи быстрее конкурентов как в традиционных сегментах, таких как крупная и малая бытовая техника, телевизоры, развлечения, так и телекоме и цифровых гаджетах. Мы обеспечиваем высокий уровень сервиса во всех каналах и предлагаем нашим клиентам не только технику, но и комплексное решение их задач, вместе с поставщиками мы управляем складскими запасами и гарантируем скорейший вывод на рынок по всей России новых моделей и выбираем лучшие места для наших магазинов. «М.Видео» последовательно реализует стратегию, направленную на развитие бизнеса в сочетании с ростом эффективности всех операционных процессов, что находит отражение в стабильно сильной финансовой отчетности и гарантирует защиту интересов наших инвесторов и акционеров».

«М.Видео» показывает стабильный рост продаж как в розничной сети, так и онлайн. Глобальный тренд, в рамках которого стираются границы между онлайн и оффлайн продажами, влияет и на российский рынок. Более 50% потребителей начинают свой выбор в интернете, но только 7% покупателей домашней электроники и техники в России совершают весь процесс выбора и оплаты исключительно онлайн, другие предпочитают лично протестировать технику или забирать покупку в магазине. Как омниканальный ритейлер мы стремимся предоставить нашим клиентам лучший покупательский опыт во всех точках присутствия, что находит отражение в общей высокой динамике продаж», – подчеркнул Александр Тынкован.

«Несмотря на укрепление рубля, потребители при принятии решения о покупке ориентируются на цену и уделяют большое внимание поиску максимально выгодного предложения. Программа, гарантирующая лучшую цену при совершении покупки в «М.Видео» как часть маркетинговой стратегии, а также промо-активности и выгодные кредитные предложения положительно влияют на продажи и привлекают новых клиентов», – отметил главный исполнительный директор «М.Видео» Энрике Фернандес.

«Компания концентрируется на новых направлениях для роста, и несмотря на жесткую конкуренцию, «М.Видео» за последние два года смогла удвоить свою долю в сегменте Телеком, заняв одну из ключевых позиций как в предпочтениях клиентов, так и на рынке. Рост продаж смартфонов и связанных с ними устройств обусловлен как новым розничным форматом m\_mobile, который мы запустили осенью и в сжатые сроки смогли развернуть на всю сеть, так и эффективным управлением портфелем устройств и выгодными кредитными предложениями. Комплексный подход к продажам гаджетов, сервисов,



нам не всё равно

аксессуаров и услуг связи в зонах m\_mobile не только способствуют росту выручки, но и оказывает позитивное влияние на рентабельность нашего бизнеса», – прокомментировал г-н Фернандес.

#### **Ключевые консолидированные финансовые показатели «М.Видео» в 2016 году\*:**

	2016 г.	2015 г.	Изменение, год к году
<b>Продажи, млн. руб. (с НДС)</b>	<b>216 198</b>	<b>190 795</b>	<b>13,3%</b>
<b>Чистая выручка, млн. руб.</b>	<b>183 219</b>	<b>161 691</b>	<b>13,3%</b>
<b>Валовая прибыль, млн. руб.</b>	<b>42 935</b>	<b>38 909</b>	<b>10,3%</b>
<i>В % от чистой выручки</i>	<i>23,4</i>	<i>24,1</i>	<i>(0,6 пп)</i>
<b>Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы, млн.руб.</b>	<b>37 351</b>	<b>34 596</b>	<b>8,0%</b>
<i>В % от чистой выручки</i>	<i>20,4</i>	<i>21,4</i>	<i>(1,0 пп)</i>
<b>ЕВИТДА, млн. руб.</b>	<b>10 344</b>	<b>8 830</b>	<b>17,1%</b>
<i>В % от чистой выручки</i>	<i>5,65</i>	<i>5,46</i>	<i>0,2 пп</i>
<b>Чистая прибыль, млн. руб.</b>	<b>5 546</b>	<b>4 547</b>	<b>22,0%</b>
<i>В % от чистой выручки</i>	<i>3,0</i>	<i>2,8</i>	<i>0,2 пп</i>

\* Показатели рассчитаны на основе аудированной консолидированной финансовой информации за 2016 год и не включают 18% НДС, если не указано иначе.

#### **Контакты для СМИ:**

Валерия Андреева,  
руководитель департамента по связям с общественностью, «М.Видео»  
valeriya.andreeva@mvideo.ru  
Тел: +7 (495) 644 28 48, доб.7386  
pr@mvideo.ru

#### **Контакты для инвесторов и акционеров:**

Екатерина Соколова,  
Финансовый директор, «М.Видео»  
Ekaterina.f.sokolova@mvideo.ru  
Тел: +7 (495) 644 28 48, доб.7646  
ir@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 декабря 2016 г. сеть «М.Видео» включает 398 магазинов в 165 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.Видео» составляет 663 тыс. м кв., общая площадь – 895 тыс. м кв.