

ОАО «Компания «М.видео» объявляет о росте розничных продаж в четвертом квартале и за полный 2009 г.

25.01.2010 10:26

Ключевые показатели 2009 г.:

- Рост розничных продаж на 3,6%
- Снижение продаж сопоставимых магазинов (LfL) на 11,6%
- Достижение чистой денежной позиции, превышающей 6 млрд. рублей
- Открытие 22 новых магазинов, рост общих площадей на 50 000 тыс. м. кв.

В 2009 году розничные продажи сети «М.видео» составили 83,3 млрд. рублей (с НДС), показав рост на 3,6% в сравнении 2008 г. Продажи сопоставимых магазинов сети «М.видео» в 2009 г. сократились на 11,6% в рублевом выражении.

В 4-м квартале 2009 г. розничные продажи сети «М.видео» выросли на 1% в сравнении с аналогичным периодом 2008 г. При этом продажи сопоставимых магазинов сети в отчетном периоде показали отрицательную динамику, снизившись на 13,4% в рублевом выражении в сравнении с 4-м кварталом 2008 г.

В 2009 г. Компания открыла 22 новых гипермаркета, в том числе 7 – в 4-м квартале 2009 г. На конец 2009 г. общее число магазинов «М.видео» составило 177 гипермаркетов; магазины сети работают в 71 городе Российской Федерации. Общая площадь магазинов «М.видео» выросла на 12% до 467 000 кв. м (в сравнении с 2008 г.). В течение 2009 г. магазины «М.видео» впервые открылись в 7 городах России.

Чистая денежная позиция (net cash) Компании по состоянию на конец 2009 г. превысила 6 млрд. рублей. В течение 2009 г. компания «М.видео» полностью выплатила свою общую банковскую задолженность и аккумулировала значительные наличные денежные средства.

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован так прокомментировал результаты работы сети: "Менеджмент компании позитивно оценивает результаты работы в 2009 г. Сеть «М.видео»

подтвердила репутацию лидера отрасли: мы показали рост продаж в условиях серьезного снижения объемов потребления электроники в России, открыли 22 новых магазина и укрепили свои позиции на рынке. Одним из наиболее значительных достижений компании в 2009 году стало полное погашение банковской задолженности и создание солидного запаса денежных средств».

Александр Тынкован также отметил: «Мы видим хорошие возможности для улучшения работы «М.видео» в 2010 году. В компании работают высоко профессиональные специалисты – как в управленческой команде, так и в магазинах. «М.видео» занимает лучшие позиции в секторе розничной торговли электроникой и бытовой техникой в России для привлечения покупателей и удовлетворения спроса россиян на технологичные новинки и качественную продукцию ведущих мировых производителей электроники для работы и отдыха».

Основные показатели работы сети в 4-м квартале и за 2009 г:

Розничные продажи*						
	2009 г.	2008 г.	Изменени е, %	4-й квартал 2009 г.	4-й квартал 2008 г.	Изменени е, %
В млн. рублей (с НДС)	83 325	80 395	3,6%	25 772	25 524	1%
В млн. рублей (без НДС)	70 614	68 131	3,6%	21 841	21 630	1%
Динамика продаж сопоставимых магазинов (LfL)**						
	Результаты 2009 г., %			Результаты 4-го квартала 2009 г., %		
В российс ких рублях	-11,6%			-13,4%		
Развитие сети						
	На 31 декабря 2009 г.	На 31 декабря 2008 г.	Новые за 2009 г.	Изменени е, %		
Магазины	177	157	20***	12,7%		

Общая площадь, тыс. кв. м	467 000	417 000	50 000***	11,9%
---------------------------------	---------	---------	-----------	-------

* - сравнительные показатели работы сети в 2008 г. даны из расчета опубликованных аудированных данных.

** - информация о результатах продаж сопоставимых магазинов (like-for-like) основана на сравнении магазинов,

открытых не позднее 1 января 2008 г., и не закрывавшихся на две недели или более, либо не изменивших свою

общую площадь более чем на 20% впоследствии.

*** - с учетом двух магазинов, закрытых в 2009 г.