



ПРЕДВАРИТЕЛЬНО УТВЕРЖДЕН
Советом Директоров ОАО «Компания «М.видео»

УТВЕРЖДЕН
Годовым общим собранием акционеров
ОАО «Компания «М.видео»
Протокол № 13 от «24» июня 2011 г.

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ ОАО «Компания «М.видео» за 2010 год

Генеральный директор
ОАО «Компания «М.видео»

Бреев П.Ю.

Главный бухгалтер
ОАО «Компания «М.видео»

Виноградова О.Ю.

Москва, 2011

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

- I. ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И ПРИНЦИПЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ***
- II. РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ***
- III. ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИИ В ОТРАСЛИ***
- IV. ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА, СВЯЗАННЫХ С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБЩЕСТВА***
- V. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ***
- VI. ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ***
- VII. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ГРУППЫ***
- VIII. ЦЕННЫЕ БУМАГИ И АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ***
- IX. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ И КОНТРОЛЯ ОБЩЕСТВА***
- X. КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ***
- XI. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ***
- XII. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ В 2010 ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ «ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ» СДЕЛКАМИ, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЕТСЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ***
- XIII. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ В 2010 ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ «ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ» КРУПНЫМИ СДЕЛКАМИ***
- XIV. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2010 ГОДУ ПО РОССИЙСКИМ СТАНДАРТАМ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ***
- XV. НЕКОНСОЛИДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОБЩЕСТВА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2010 ГОДУ ПО РОССИЙСКИМ СТАНДАРТАМ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ***
- XVI. АФФИЛИРОВАННЫЕ ЛИЦА ОБЩЕСТВА***
- XVII. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АКЦИОНЕРОВ***
- XVIII. ПРИЛОЖЕНИЯ К ГОДОВОМУ ОТЧЕТУ***

Приложение 1

Аудиторское заключение ЗАО «Делойт и Туш СНГ» по финансовой (бухгалтерской) отчетности ОАО «Компания «М.видео» за период с 01 января 2010г. по 31 декабря 2010г.

Приложение 2

Бухгалтерская отчетность ОАО «Компания «М.видео» (формы 1-2)



ВВЕДЕНИЕ

Розничная сеть М.видео (далее – «М.видео», «Компания», «Группа», «Торговая сеть») - одна из лидеров розничной продажи бытовой техники и электроники в Российской Федерации. Первый магазин Компании был открыт в центре Москвы в 1993 г., а по состоянию на конец 2010 года сеть розничной торговли Компании насчитывала 219 магазинов в 86 городах в некоторых регионах Российской Федерации. Компания также имеет два Интернет-магазина.

М.видео предлагает своим покупателям порядка 20 000 наименований аудио/видео и цифровой техники, мелкой и крупной бытовой техники, медиатоваров и товаров для развлечения, а также аксессуаров.

Магазины М.видео имеют единый формат и специальную концепцию дизайна. Покупателям предоставляется удобная для навигации торговая площадь размером приблизительно 2000 кв. м, на которой также расположена информация о продаваемых товарах и новых тенденциях.

Помимо эффективного формата и ориентированной в первую очередь на интересы покупателя концепции магазинов в сочетании с узнаваемостью бренда «М.видео» Компания выделяется тем, что предлагает своим покупателям широкий ассортимент качественных товаров и новинок и прекрасное обслуживание благодаря знанию товаров продавцами, а также дополнительное обслуживание и услуги круглосуточного Центра обслуживания покупателей.

В ноябре 2007 года ОАО «Компания «М.видео» (далее «Общество») стала первой российской Компанией в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции были допущены к торговле на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями Компании осуществляется на российских биржевых площадках – РТС и ММВБ.

Настоящий Годовой отчет содержит анализ состояния и результатов деятельности ОАО «Компания «М.видео» в 2010 году, планы и перспективы развития Общества в секторе российского розничного рынка бытовой электроники, а также оценку вероятных рисков, сопутствующих его деятельности.

ОАО «Компания «М.видео» выполняет функции холдинговой Компании для группы предприятий, организующих и обеспечивающих деятельность торговой розничной сети М.видеоКомпани. Также ОАО «Компания «М.видео» является правообладателем основного товарного знака «М.видео». Настоящий Годовой отчет содержит данные, относящиеся преимущественно к итогам деятельности ОАО «Компания «М.видео» в 2010 году. В Годовом отчете приводится информация на 31 декабря 2010 года.

I. ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И ПРИНЦИПЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Видение

М.видео – лучшее место для покупки бытовой электроники в России.



Миссия

Построение эффективного бизнеса по продаже бытовой техники и электроники в России:

- Сделать высококачественные товары бытовой электроники доступными для потребителей, обеспечив при этом высокий уровень обслуживания;
- Предоставить возможности карьерного роста сотрудникам Компании;
- Обеспечить расширение масштабов деловой активности и повышение рентабельности.

Стратегия

Наша основная бизнес-цель - повысить акционерную стоимость Компании путем увеличения выручки и рентабельности, а также увеличить рыночную долю Компании в России и завоевать ведущее положение в розничной торговле в городах, где Компания осуществляет свою деятельность, за счет использования основных конкурентных преимуществ бренда «М.видео». Для достижения этих целей Компанией реализуется стратегия, которая включает три ключевых элемента:

- Рост рыночной доли благодаря успешному формату;
- Усиление основных преимуществ бренда;
- Сосредоточение внимания на прибыльности.

II. РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2010 год был отмечен некоторым восстановлением покупательной способности российских покупателей после тяжелых экономических испытаний предыдущих лет. Восстановление рынка бытовой электроники в целом, а также потребительского спроса наиболее активизировалось в середине года, с увеличением предоставления банковских кредитов, что положительно сказалось на секторе бытовой техники и электроники.

Кроме того, в 2010 году мы стали свидетелями усиления конкуренции на внутреннем рынке бытовой техники и электроники: вследствие финансовых проблем одного из конкурентов и банкротства другого конкурента конкурентные преимущества сохранили три общенациональных торговых сети бытовой электроники, одной из которых является М.видео.

В 2010 году наши магазины посетили более 113 млн человек. По оценкам Компании, около 20% из них ушли из магазинов Компании с покупками. Средняя стоимость покупки увеличилась до 4 700 рублей с учетом НДС.

Рост розничной выручки на 23% был обусловлен увеличением общего количества покупок в сети на 13%, в основном благодаря открытию новых магазинов и положительной динамике сопоставимых продаж.

Обеспечение магазинов постоянным запасом товаров, продвижение дополнительных товаров, таких как аксессуары, и оказание дополнительных услуг позволили нам увеличить среднюю корзину покупателя в целом на 8,5% и количество позиций в чеке на 5%.



Анализ динамики сопоставимых продаж в 2010 г. показывает, что увеличение величины среднего чека на 7,5% было основной причиной роста сопоставимых продаж на 9%. Этот рост в значительной мере объясняется техническими достижениями и новыми гаджетами, которые мы смогли предложить нашим покупателям: 3D и светодиодные телевизоры, айпэды и другие цифровые товары. На увеличение сопоставимых продаж Компании также оказал положительное влияние рост конверсионной ставки на 6,5% и количество позиций в чеке на 5%.

В 2010 году рост показателей был отмечен во всех городах, где работают наши магазины, кроме одного города.

Одной из приоритетных задач Компании в 2010 г. стала реализация стратегии «Мой покупатель – моя ответственность», одним из элементов которой стало введение Сервисных зон в Москве. В рамках этих зон (под брендом «М.сервис») покупателям оказываются различные услуги, такие как проверка товаров, установка программного обеспечения, диагностика и т.д. Кроме того, мы начали оказывать услуги по установке на дому для обеспечения полного цикла профессионального обслуживания для всех наших покупателей.

Еще одним новым направлением нашей работы в 2010 г. стало стимулирование ответственности менеджеров магазинов. В целом в 2010 г. количество обращений покупателей в наши колл-центры уменьшилось на 11% по сравнению с предыдущим годом, подтвердив, что концепция «Мой покупатель – моя ответственность» прочно закрепились в деятельности Компании.

Расширение сети

В 2010 г. Компания открыла еще больше магазинов за календарный год – 44 магазина, в том числе 6 в Москве и Московской области и 38 в регионах, добавив 14 новых городов к географической зоне своего присутствия. Кроме того, в 2010 г. были закрыты 2 магазина вследствие закрытия торговых центров и передислокации существующих предприятий торговли.

Поскольку экономический спад серьезно повлиял на сектор коммерческой недвижимости и число проектов нового строительства значительно сократилось, нам пришлось использовать имеющиеся возможности. В 2010 г. с нами вступили в контакт владельцы недвижимости, которые хотели, чтобы мы заменили некоторых доставляющих неприятности арендаторов, и рассматривали М.видео как партнера для своих торговых центров. Поэтому в 2010 г. мы открыли более половины новых магазинов в существующих торговых центрах, заняв место магазинов, специализирующихся на бытовой электронике, или других магазинов, если предложенные нам площади соответствовали принятому нами формату – 2000 кв. м.

188 магазинов Компании расположены в торговых центрах, а остальные 31 – в отдельно стоящих зданиях. Компания арендует 90% своих торговых площадей и владеет 10% на правах собственности.

Модель расширения бизнеса, доказавшая свою успешность, основана на концепции удобного для навигации магазина единого формата со средним размером торговой площади 2 000 и более кв. м (общей площадью 2 500 и более кв. м). В целом мы ориентируемся на регионы/районы с высоким уровнем средней покупательной



способности, высокой плотностью населения и транспортной доступностью. Другим важным фактором является наличие значительных площадей в новых торговых центрах или в зданиях на территории жилой застройки.

На открытие нового магазина уходит в среднем 3-5 месяцев, при этом Компания вкладывает в каждый магазин 55 млн рублей на обустройство, договоры аренды и прочие затраты на подготовку к открытию.

В 2010 г. М.видео продолжала реализацию стратегии повышения плотности своей сети в городах, где уже имеются магазины Компании, чтобы иметь возможность воспользоваться эффектом масштаба в отношении расходов на рекламу и поставки и увеличить нашу рыночную долю в этих городах. Количество городов, где работают более одного магазина, увеличилось до 40, включая Москву и Санкт-Петербург.

Города, где расположены магазины М.видео

Город	Количество магазинов в городе
Москва (вкл. Московскую область)	49
Санкт-Петербург	17
Екатеринбург	6
Н.Новгород, Ростов-на-Дону, Новосибирск, Волгоград	5
Челябинск, Казань, Краснодар, Самара	4
Красноярск, Оренбург, Пермь, Саратов, Тюмень, Ульяновск, Уфа, Вологда, Воронеж	3
Астрахань, Барнаул, Череповец, Иркутск, Липецк, Кемерово, Курск, Ижевск, Нальчик, Нижневартовск, Новороссийск, Омск, Пятигорск, Рязань, Сочи, Сургут, Старый Оскол, Ставрополь, Ярославль	2
Альметьевск, Армавир, Архангельск, Балаково, Белгород, Березники, Бийск, Брянск, Чебоксары, Губкин, Иваново, Киров, Кисловодск, Ханты-Мансийск, Кострома, Курган, Махачкала, Магнитогорск, Набережные Челны, Нефтеюганск, Нижнекамск, Нижний Тагил, Новокузнецк, Новотроицк, Новый Уренгой, Ноябрьск, Няган, Октябрьский, Орел, Пенза, Первоуральск, Псков, Салават, Саранск, Стерлитамак, Томск, Тамбов, Таганрог, Тольятти, Тверь, Туапсе, Владикавказ, Владимир, Волгодонск, Волжский, Йошкар-Ола, Железногорск	1
Общее количество городов: 86	Общее количество магазинов: 219

Компания расширяла перечень городов, когда появлялась возможность создать рентабельный магазин в перспективном для торговли городе, а также потеснить конкурентов в некоторых городах, где они успешно действовали благодаря нашему отсутствию.



По мере восстановления российской экономики в 2010 г. наблюдался 12%-й рост арендных ставок на новые торговые помещения, хотя эти ставки были по-прежнему ниже, чем в успешных 2007-2008 гг. Кроме того, мы продлили договоры аренды, предусматривавшие особые льготные условия и действовавшие в период экономического спада.

Развитие цепочки поставок

Система управления запасами М.видео охватывает 20 000 наименований, в том числе 5 000 наименований основных товаров, 5 000 наименований аксессуаров и 10 000 наименований медиа- и товаров для развлечений. В рамках концепции единого формата существует возможность изменять размер торговой площади, отводимой под товары той или иной группы, в зависимости от местного спроса.

Принятый формат магазинов и принципы мерчендайзинга обеспечивают размещение достаточного большого количества товаров на торговой площади, смещая таким образом «центр тяжести» товарных запасов в точки продаж. Наилучшим решением с точки зрения эффективности и издержек является сосредоточение большого запаса товаров в Централизованном распределительном центре и пополнение товаров в магазинах «по запросу», что предусматривает «одноуровневую» модель дистрибуции и позволяет «укоротить цепочку».

С учетом расширения географической зоны нашего присутствия и постоянного увеличения объема продаж структура модели дистрибуции была изменена для бесперебойных поставок товаров в существующие и новые магазины, тем самым обеспечивая достижение высоких плановых показателей продаж.

В июне 2010 г. к югу от Москвы был открыт новый Централизованный распределительный центр, предусматривающий выполнение всего спектра логистических операций. Новый Центр открыт на основе договора аренды сроком на 7 лет, заключенного с застройщиком и обеспечивающего постоянную прогнозируемую структуру затрат на хранение в предстоящие годы, а также создание долгосрочного партнерства с провайдером логистических услуг.

Цепочка поставок М.видео направлена на оптимальное предложение, позволяющее удовлетворять уникальные запросы покупателей в рамках цикла «От закупки до платежа» при одновременном обеспечении эффективного уровня товарных запасов и операционных затрат. Мы обеспечиваем баланс между своими запасами и уровнем услуг, оказываемых в наших магазинах, уделяя повышенное внимание наличию новинок и промо-товаров и стараясь сделать ассортимент, предлагаемый в магазинах, наиболее привлекательным для покупателей. В 2010 г. мы приняли новую концепцию работы нашей группы управления товарными запасами, ориентированную на товарные категории, что позволило обеспечить более высокое качество контроля за дистрибуцией всех товаров и их отдельных категорий.

В целях эффективного содействия дальнейшему росту Компании мы продолжали реализацию Проекта Управления цепочками поставок. В 2010 г. мы расширили систему управления ресурсами предприятия SAP ERP, включив в нее процессы планирования транспортировки, пополнения запасов, управление складами и требованиями, обеспечив прозрачность движения товарных запасов.



Кроме того, мы продолжили уточнение Планирования продаж на уровне единицы складского учета (ЕСУ) и внедрили процесс планирования закупок на уровне ЕСУ. Следующим шагом Компании в этом направлении является оптимизация системы дистрибуции и пополнения товаров в магазинах. Это позволит завершить наш переход к разработанному компанией «Predictix» Решению по планированию и прогнозированию, выбранному в качестве базовой платформы для снижения запасов и обеспечения наличия товаров в магазинах сети.

В 2009 Компанией была утверждена Стратегия дистрибуции на 2009-2011 гг., которая аккумулирует и уравнивает «интересы» стратегий в области товарных запасов, транспортировки и размещения, обеспечивая таким образом надлежащее распределение товаров в рамках сети. Чистые выгоды от реализации проекта управления цепочками поставок (УЦП) будут получены в предстоящие годы, учитывая запланированные Компанией значительные инвестиции в 2010-2011 гг.

В 2010 г. мы успешно осуществляли реализацию этапов этого проекта по проведению логистических операций, прогнозированию и планированию.

В 2010 г. мы завершили внедрение новых логистических процессов в 3 регионах. Это позволило обеспечить оптимизацию и более эффективный контроль за движением товаров между распределительными центрами, магазинами и покупателями.

В области прогнозирования и планирования мы использовали новый механизм прогнозирования и планирования компании «Predictix». Летом 2010 г. М.видео внедрила новый процесс управления закупками, который позволяет оптимизировать товарные потоки, поступающие в распределительные центры. Благодаря этому проекту мы можем создать комплексный процесс закупок, от планирования продаж до планирования закупок и от размещения заказов на закупки до поступления товаров в распределительные центры. Несмотря на новизну процесса планирования продаж и используемой им технологии, мы постоянно повышали точность планирования на уровне ЕСУ. Наряду с другими бизнес-инициативами это позволяло выйти на новый уровень эффективности управления товарными запасами, обеспечивший значительное увеличение продаж в сезон высокого спроса 2010 г.

Развитие онлайн-торговли

Онлайн-торговля остается одним из основных направлений развития Компании в 2010 г. В 2009 г. Компания разделила розничную торговлю и Интернет-торговлю, назначила нового Директора по Интернет-торговле и внесла существенные изменения в организацию сайта Компании www.mvideo.ru, являющегося основным средством электронной коммерции.

Наш опережающий подход к рекламе и постоянное развитие веб-платформы дают нам дополнительные преимущества в конкуренции с отечественными участниками рынка Интернет-продаж потребительской электроники. Несмотря на резкое увеличение объемов Интернет-продаж и впечатляющие темпы роста по сравнению с сопоставимыми показателями традиционных форм торговли в 2010 году, Интернет-продажи по-прежнему составляют незначительную часть наших деловых операций по причине неактивного использования данного канала в России.

Мы проводим сравнение своей Компании с другими онлайн-магазинами, предлагающими аналогичный ассортимент товаров, а также информацией крупнейшей российской поисковой системы под названием «Яндекс-маркет», которая предоставляет



информацию о ценах на товары и их наличии в российском сегменте Интернет. По нашим оценкам, среднее время, проведенное покупателями на нашем сайте в 2010 г., значительно превышает показатели других компаний, отражая укрепление доверия покупателей к покупке товаров под нашим брендом через Интернет.

Для сохранения положительной динамики в 2010 г. мы сделали нашим покупателям специальное промо-предложение и предложение услуг, предусматривающее 5%-ю скидку при онлайн-оплате по кредитным картам, возможность «контроля цен», получение товаров в магазинах, а также скачивание приложений для айфонов Apple, платформ Android и Windows Mobile. Две последних инициативы помогают Компании привлекать дополнительных покупателей в наши магазины.

Мы отметили увеличение в 2010 г. количества покупателей, которые предпочитают оплачивать покупки онлайн, используя свои кредитные карты. Мы уверены, что значительный рост онлайн-розничной торговли и покупок в России произойдет, когда, как и в ряде развитых стран, многие будут пользоваться кредитом, способствуя развитию онлайн-платежных инструментов. По нашему мнению, Компания М.видео готова к будущему быстрому росту Интернет-продаж, поскольку имеет сильный бренд и постоянную («лояльную») клиентуру и хорошие отношения с поставщиками, развивает свою цепочку поставок и предлагает покупателям широкий выбор товаров во всех магазинах своей сети.

Обязательства перед покупателями и обязательства перед сотрудниками

Мы убеждены, что лояльность покупателей является залогом нашего успеха. Покупатели хотят посещать магазины М.видео, потому что знают, что получают хорошую консультацию относительно оборудования и аксессуаров и смогут получить информацию о новых тенденциях. Работники магазинов Компании всегда готовы дать совет или предложить помощь в выборе дополнительных изделий, необходимых для обеспечения успешной установки оборудования дома.

Предлагаемые покупателям услуги включают работу круглосуточного колл-центра. Вне зависимости от того, был ли товар приобретен в магазине сети М.видео или в другом месте, наши консультанты и технические специалисты могут помочь потребителям, предоставив рекомендации по широкому ряду вопросов от информации о месте расположения и времени работы магазинов Компании до вопросов, касающихся эксплуатации и установки оборудования.

Программа поддержания лояльности покупателей «М.видео-Бонус» была запущена в 2009 г. Программа была создана на основе инновационного CRM-решения (управление взаимоотношениями с покупателями) “Oracle Siebel loyalty management” (управление лояльностью покупателей).

В 2010 г. количество зарегистрированных участников Программы увеличилось почти на 2 млн. человек и достигло 3,8 млн. покупателей. По нашим оценкам, каждая четвертая покупка в нашей сети осуществляется участником Программы «М.видео-Бонус».

Благодаря сотрудничеству Компании с одним из крупнейших российских розничных банков наши покупатели могут получать дополнительные бонусы для покупки новых товаров в наших магазинах. В 2010 г. общий объем покупок с использованием бонусов в сети Компании вырос до 4 млрд. рублей, что составляет почти 4% нашей розничной выручки (включая НДС).



Наиболее успешной промо-кампанией стала кампания «0-0-24», впервые проведенная нами в августе 2010 г. Это предложение было поддержано банками, предоставляющими потребительские кредиты покупателям нашей сети, и обеспечило значительный рост продаж в кредит. В 2010 г. на продажи в кредит приходилось 15-16% выручки Компании, однако мы отметили, что в период проведения кампании «0-0-24» этот показатель в течение 2-3 недель достигал 35% и оказал значительное влияние на наши сопоставимые операции.

Кроме того, в 2010 г. мы начали новую кампанию под девизом «Нам не все равно» для дальнейшей дифференциации нашей Компании на рынке, а также исследования на основе индекса удовлетворения покупателей в главных городах-миллионниках Российской Федерации. Мы планируем продолжить эти исследования в 2011 г.

Сотрудники Компании являются неотъемлемой составляющей ее конкурентной силы. Мы придаем исключительное значение подбору кадров и их обучению для формирования корпоративной культуры Компании на основе сильного и сплоченного коллектива. Мы проводим программы обучения разных уровней, чтобы обеспечить знание персоналом наших товаров и современных тенденций. Подготовку для Компании будущих директоров магазинов и заведующих отделами обеспечивает корпоративный университет.

Новинки

Отрасль производства бытовой электроники быстро развивается, постоянно возвещая о выпуске на рынок все новых и новых инновационных продуктов. Компания осуществляет мониторинг тенденций в отрасли и первой предлагает своим покупателям возможность приобретения товаров-новинок.

Мы уделяли особое внимание продаже основных технических новинок, выпущенных на рынок в 2010 г., таких как 3D-телевизоры, революционные айпэды Apple и новое поколение айфонов, Nintendo Wii и игровых приставок X-box Kinect, а также камер DSLR ведущих производителей.

III. ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИИ В ОТРАСЛИ

М.видео конкурирует как с национальными, так и региональными компаниями розничной торговли бытовой электроникой по всей России, а также с узкоспециализированными ритейлерами, такими как магазины компьютерной техники, средств телекоммуникаций и фототоваров. Компании доступны высокие темпы роста продаж благодаря применяемым технологиям продаж и высоким стандартам обслуживания покупателей.

С учетом роста на 23% против общего роста на рынке в размере 13% (по данным GfK) мы считаем, что в 2010 г. М.видео впервые в истории своей деятельности заняла лидирующие позиции среди компаний, специализирующихся на продажах бытовой электронике (CES) (общенациональных федеральных сетей).

По оценкам GfK, общая рыночная роли М.видео выросла с 10,6% в 2009 г. до почти 12% в 2010 г.



Общее увеличение рыночной доли отразилось в значительном росте рыночной доли всех основных групп товаров. Особенно примечательные показатели (по результатам анализа GfK и собственным оценкам) достигнуты по следующим категориям товаров:

- Ноутбуки. Категория, второй год подряд демонстрирующая наибольший рост, составивший 55% и обусловивший рыночную долю в 12% против 9,7% в 2009 г.
- Плоскопанельные телевизоры. В 2010 г. М.видео удалось продать почти 1 млн. телевизоров. Благодаря этому Компания заняла лидирующую позицию по данной категории товаров, и в 2010 г. ее доля рынка среди федеральных ритейлеров составила 41%.
- Цифровая фото- и видеотехника (фотокамеры и камкордеры). Благодаря высоким показателям по категории DSLR доля продаж М.видео на рынке составила 45%.
- Мелкая бытовая техника. Общий рост продаж по данной категории товаров, составивший 25%, позволил Компании обеспечить себе долю рынка в размере 40% среди федеральных ритейлеров.

Как уже отмечалось, в 2010 г. конкурирующие федеральные сети розничной торговли были представлены тремя компаниями, которые полностью господствовали на этом рынке. По нашему мнению, благодаря высоким темпам роста, продемонстрированным в 2010 г., М.видео является лидером среди этих трех компаний.

IV. ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА, СВЯЗАННЫХ С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИИ

В связи с тем, что основным направлением деятельности ОАО «Компания «М.видео» является участие в уставных капиталах дочерних обществ и управление ими, а основным видом деятельности Торговой сети М.видео является розничная торговля бытовой техникой и электроникой, наряду с рисками, относящимися к деятельности ОАО «Компания «М.видео», правомерно рассматривать как действительно существующие риски, возникающие в связи с деятельностью всей Торговой сети М.видео.

Политика управления рисками в Группе компаний М.видео централизована на уровне холдинговой Компании – ОАО «Компания «М.видео».

Отраслевые риски

Торговая сеть М.видео в целом осуществляет свою деятельность на территории Российской Федерации и не осуществляет экспорта оказываемых услуг (работ, товаров). В связи с этим отраслевые риски, связанные с деятельностью сети, возникают, в основном, при осуществлении деятельности на внутреннем рынке, что характерно для большинства субъектов предпринимательской деятельности, работающих на территории Российской Федерации.

Среди наиболее значимых рисков, относящихся к осуществлению деятельности в отрасли торговли электроникой и бытовой техникой на российском рынке, можно указать следующие:

- риски, связанные с выходом на российский рынок крупных иностранных конкурентов (специализированных сетей по торговле электроникой и бытовой техникой) и проведением ими политики ценового демпинга для завоевания доли рынка;
- риски, связанные с общим ухудшением экономической ситуации в стране и, как следствие, снижением уровня потребления и покупательской способности населения;



Торговая сеть М.видео уже не первый год осуществляет экспансию в различные регионы страны. В настоящее время М.видео располагает уже сформировавшейся базой лояльных клиентов в различных регионах страны.

Снижение покупательской способности населения может привести, с одной стороны, к снижению емкости рынка бытовой техники и электроники, а с другой – к смещению продаж в сторону недорогой техники. Торговая сеть М.видео готова к реализации этого риска, так как ассортимент рассчитан на массового покупателя.

В настоящее время сеть М.видео не прогнозирует существенного изменения цен накупаемый товар (кроме рассматриваемого ниже риска, связанного с существенным изменением таможенного законодательства), так как все закупки она производит на конкурентном рынке ведущих производителей электроники и бытовой техники.

Сеть М.видео в своей деятельности не использует сырье, таким образом, риски, связанные с изменением цен на сырье отсутствуют. Услуги, оказываемые сети, не оказывают существенного влияния на ее деятельность. Риски, связанные с изменением цен на них, минимальны.

Страновые и региональные риски

На протяжении последних лет правительство Российской Федерации последовательно осуществляло реформы, которые привели к стабилизации макроэкономической ситуации и улучшению инвестиционного климата в стране. В настоящее время в России происходят значительные политические и экономические изменения, направленные на стабилизацию экономики и экономический рост.

ОАО «Компания «М.видео» и Торговая сеть М.видео зарегистрированы в качестве налогоплательщиков в Центральном федеральном округе Российской Федерации (Москва). В то же время большинство магазинов сети М.видео расположены в различных регионах России.

Правительство Российской Федерации и Администрация города Москвы оказывают влияние на деятельность ОАО «Компания «М.видео» и сети посредством принятия законодательных и регулятивных мер, что может в значительной степени повлиять на финансовое положение и результаты деятельности ОАО «Компания «М.видео» и Торговой сети М.видео в целом.

Среди наиболее значимых рисков, относящихся к действию страновых и региональных факторов, оказывающих влияние на деятельность ОАО «Компания «М.видео» и Торговой сети М.видео, можно указать следующие:

- риски, связанные с географическими особенностями страны и региона (регионов), в которых ОАО «Компания «М.видео» и Торговая сеть М.видео осуществляют свою деятельность, в том числе повышенная опасность стихийных бедствий, возможное прекращение транспортного сообщения в связи с удаленностью и/или труднодоступностью и т.п.
- риски, связанные с политико-экономическими особенностями страны и региона (регионов), в которых Торговая сеть М.видео осуществляют свою деятельность.



- риски, связанные с возможными военными конфликтами, введением чрезвычайного положения и забастовками в стране и регионе (регионах), в которых ОАО «Компания «М.видео» и Торговая сеть М.видео осуществляют свою деятельность;

Климатические условия в Российской Федерации, а также в регионах деятельности ОАО «Компания «М.видео» и Торговой сети М.видео в целом характеризуются как благоприятные. Транспортная инфраструктура достаточно развита, поэтому прекращение транспортного сообщения из-за удаленности или труднодоступности этих регионов, а также в связи со стихийными бедствиями и событиями подобного рода, представляется маловероятным.

Вместе с тем, экономике Российской Федерации присущи некоторые черты развивающегося рынка, в частности: неконвертируемость российского рубля в большинстве стран, а также сравнительно высокая инфляция. Существующее российское налоговое, валютное и таможенное законодательство допускает различные толкования и подвержено частым изменениям.

Уровень экономического развития Российской Федерации и отдельных регионов во многом зависит от эффективности мер, финансовых механизмов и денежной политики, предпринимаемых правительством, а также развития фискальной, правовой и политической систем.

Отрицательных изменений экономической ситуации в России в целом, либо в отдельно взятом регионе (регионах), которые могут негативно повлиять на деятельность и экономическое положение ОАО «Компания «М.видео» и Торговой сети М.видео, в ближайшее время не прогнозируется.

Риск открытого военного конфликта, а также риск введения чрезвычайного положения оценивается как минимально возможный на федеральном и региональном уровнях.

Финансовые риски

Среди наиболее значимых рисков, воздействующих на финансовое положение ОАО «Компания «М.видео» и Торговой сети М.видео, можно назвать следующие:

- риски, связанные с повышением процентных ставок;
- риски, связанные с изменением валютного курса (валютные риски);
- риски, связанные с влиянием инфляции.

Наибольшее влияние вышеуказанные финансовые риски могут оказать на объем затрат и прибыли, получаемой Торговой сетью М.видео, а также на увеличение сроков по возврату (исполнению) кредиторской задолженности, уменьшение объема свободных денежных средств.

Правовые риски

Правовые риски обусловлены недостатками, присущими российскому государственному устройству, российской правовой системе и российскому законодательству. Существование правовых рисков приводит к созданию атмосферы неопределенности в области долгосрочного планирования инвестиций и коммерческой деятельности.



Среди наиболее значимых рисков, воздействующих на положение и деятельность ОАО «Компания «М.видео» и Торговой сети М.видео в области применимого законодательства, можно назвать следующие:

- риски, связанные с изменением действующего валютного регулирования;
- риски, связанные с изменением действующего налогового законодательства.

V. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

М.видео будет продолжать осуществлять нововведения для удовлетворения требований наших покупателей во всех магазинах сети, где бы они ни находились, поддерживая уверенность покупателей в том, что М.видео – лучшее место для покупки бытовой электроники в России.

Сотрудники Компании заинтересованы в увеличении количества розничных продаж за счет повышения коэффициента конверсии и в поддержании уровня средней корзины покупателя за счет высоких продаж аксессуаров и предоставления дополнительных услуг, одновременно стремясь к увеличению количества позиций в чеке. Ориентация на интересы покупателя останется главным приоритетом для руководства и сотрудников Компании при разработке предложений новых услуг, направленных, в первую очередь, на более полное удовлетворение запросов покупателя.

В 2011 г. Компания планирует открыть от 30 до 40 новых магазинов. 30 новых магазинов обеспечены системой поставок, однако увеличение числа новых торговых предприятий может зависеть от того, насколько быстро будет восстанавливаться сектор недвижимости или от возможности создания магазинов в результате конкурентной борьбы.

В области реализации Проекта Управления цепочками поставок основными проблемами в 2011 г. будут завершение внедрения системы управления логистическими операциями SAP и переход на новые процессы управления ассортиментом и пополнением товарных запасов. Краеугольным камнем нашей долгосрочной программы, ориентированной на интересы покупателей, будут являться меры по оптимизации ассортимента и товарных запасов в магазинах сети и расширение электронной коммерции для удовлетворения конкретных потребностей покупателей.

Бренд «М.видео» является одним из самых сильных активов Компании наряду с ее коллективом. Именно поэтому Компания не передает магазины на франчайзинг, а эксплуатирует их силами своих сотрудников. Таким образом, мы можем гарантировать применение единых стандартов бренда во всех магазинах сети независимо от их местонахождения. Бренд «М.видео» подкрепляется корпоративными ценностями Компании: честностью, простотой, эффективностью, работой в команде. Мы требуем от всех наших сотрудников признания этих ценностей и 100%-й ориентации на потребности наших покупателей.

VI. ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

Фирменное наименование

Полное наименование - Открытое акционерное общество «Компания «М.видео».

Сокращенное наименование - ОАО «Компания «М.видео».

Наименование на английском языке: OJSC «Company “M.video».



Адрес места нахождения

105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12, корп.20

Дата государственной регистрации общества и регистрационный номер

Зарегистрировано Федеральной налоговой службой.

Свидетельство о государственной регистрации: серия 77 №008748648.

Основной государственный регистрационный номер: 5067746789248.

Регистрирующий орган: Межрайонная инспекция ФНС №46 по г. Москве.

Дата внесения записи: 25 сентября 2006г.

Уставный капитал и ценные бумаги

Уставный капитал общества составляет 1 797 682 270 (один миллиард семьсот девяносто семь миллионов шестьсот восемьдесят две тысячи двести семьдесят) рублей и сформирован за счет размещения среди акционеров 179 768 227 (сто семьдесят девять миллионов семьсот шестьдесят восемь тысяч двести двадцать семь) обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 (десять) рублей каждая.

Предельный размер количества акций, которые Общество вправе разместить дополнительно к размещенным (объявленным акциям), составляет 30 000 000 (тридцать миллионов) обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 (десять) рублей каждая.

Информация об аудиторе

Аудит финансовой отчетности, составленной по российским стандартам бухгалтерской отчетности и в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, проводит ЗАО «Делойт и Туш СНГ».

Место нахождения:

юридический адрес/ почтовый адрес – 125047, г. Москва, ул. Лесная, д. 5.

Номер тел.: **(495)787-06-00**

Данные о лицензии: Лицензия на осуществление аудиторской деятельности № Е 002417, продлена Приказом Министерства Финансов Российской Федерации № 676 от 31.10.2007 г. до 6 ноября 2012 года.

Орган, выдавший лицензию: Министерство финансов Российской Федерации

Свидетельство о членстве в Некоммерческом партнерстве «Аудиторская Палата России» от 20 мая 2009 года № 3026.

VII. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ГРУППЫ

Открытое акционерное общество «Компания «М.видео» было создано 25 сентября 2006 года путем реорганизации Общества с ограниченной ответственностью «Компания «М.видео».

Структура Группы

Годовой отчет ОАО «Компания «М.видео» за 2010



ОАО «Компания «М.видео» является единственным участником всех Компаний Группы, осуществляющих хозяйственную деятельность в Российской Федерации. На 31.12. 2010г. в состав Группы входили следующие предприятия:

ООО «М.видео Менеджмент»

Место нахождения общества: 105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12, корп.20

Генеральный директор: Савельев Федор Александрович

ООО «М.видео Менеджмент» - основной оператор торговой деятельности, осуществляет закупку товаров на территории Российской Федерации и розничную реализацию товаров в магазинах М.видео. Является основным владельцем товаров сети и розничным продавцом.

ООО «М.видео Торг»

Общество находится в стадии ликвидации.

Место нахождения общества: 125047, г. Москва, Миусская площадь, д. 9, стр. 1

Председатель ликвидационной комиссии: Токарев Денис Александрович

ООО «М.видео Торг» - собственник торгового оборудования, предоставляет торговое оборудование в аренду торгующим организациям – магазинам М.видео.

ООО «М.видео Трейд»

Место нахождения общества: 115050, г. Москва, ул. Дубининская, д. 27, стр. 9

Генеральный директор: Виноградова Ольга Юрьевна

ООО «М.видео Трейд» - оптовый оператор М.видео.

ООО «Стандарт-Инвест»

Место нахождения общества: 105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12, корп.20

Генеральный директор: Петрова Ольга Львовна

ООО «Стандарт-Инвест» – является одним из собственников торговых площадей «М.видео».

ООО «Сфера Инвест»

Место нахождения общества: 105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12, корп.20

Генеральный директор: Виноградова Ольга Юрьевна

ООО «Сфера Инвест» является вторым собственником торговых площадей «М.видео».

ООО «М.видео Финанс»

Место нахождения общества: 105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12, корп.20

Генеральный директор: Куринная Марина Александровна

ООО «М.видео Финанс» - финансовый оператор Группы «М.видео».



VIII. ЦЕННЫЕ БУМАГИ И АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ

Акционеры и структура уставного капитала

В ноябре 2007 года состоялся выход акций ОАО «Компания «М.видео» на российские биржи РТС и ММВБ в котировальном списке «И». В апреле 2008г. акции ОАО «Компания «М.видео» были переведены в котировальный список «Б» обеих российских бирж, а в июле 2008г. акции Компании были включены в расчет капитализационного «Индекса ММВБ – базовая капитализация» (MICEX SC) Фондовой биржи ММВБ.

На 31 декабря 2010 года крупнейшими акционерами и держателями акций Общества являлись:

1. Компания с ограниченной ответственностью «СВЕЦЕ ЛИМИТЕД» (Кипр): **68,89%**
2. Ист Кэпитал Груп (Швеция) – **5,22%**
3. ЗАО «Депозитарно-Клиринговая Компания» - номинальный держатель: **16,07%**
4. «ИНГ Банк (Евразия) ЗАО» - номинальный держатель: **5,8%**

Информация о выпусках ценных бумаг Общества

РАЗМЕЩЕННЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ ОБЩЕСТВА (по состоянию на 31.12.2010)

Описание ценной бумаги	Номер государственной регистрации	Дата государственной регистрации	Номинальная стоимость (руб.)	Количество (шт.)
Акции обыкновенные именные бездокументарные	1-02-11700-А	23.08.2007	10,00	179 768 227

Торги по акциям

В 2010г. акции М.видео показывали высокий устойчивый рост в течение всего года. Цены на акции Компании поднялись за год на 129%. Росту цен на акции М.видео способствовали общие условия восстановления мировой экономики, положительные тенденции развития российского рынка, а также привлекательные финансовые результаты работы Компании в течение 2010г.

IX. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ И КОНТРОЛЯ ОБЩЕСТВА

Высшим органом управления Общества является Общее собрание акционеров. Общее управление Компанией осуществляет Совет директоров.

Совет директоров

В состав Совета директоров, избранного на состоявшемся 23 июня 2010 года Годовом Общем собрании акционеров, вошли 9 человек, в том числе 5 независимых директоров: Герфи Питер, Хамид Дэвид, Хеландер Илпо, Лейтон Стюарт и Утто Кройзен. На внеочередном общем собрании акционеров, состоявшемся 30 ноября 2010, состав Совета директоров изменился. Были избраны 9 человек, в том числе 5 независимых директоров: Герфи Питер, Кох Вальтер, Хамид Дэвид, Лейтон Стюарт и Утто Кройзен

**Состав Совета директоров
ОАО «Компания «М.видео» на 31.12.2010 г.**

Ф.И.О.	Год рождения	Образование	Занимаемые должности	Владение акциями Общества
Бреев Павел Юрьевич	22.04.1967	Московский авиационный моторостроительный техникум	Генеральный директор ОАО «Компания «М.видео», Директор по развитию ООО «М.видео Менеджмент»	нет
Герфи Питер (Gyoerffy Peter)	12.05.1959	University of Economics (Австрия)	Управляющий директор CONplementation Business Consulting Vienna	0,0387%
Кох Вальтер (Koch Walter)	22.02.1962	University for Applied Sciences (г. Аален, Германия)	Консультант, Twinsuccess – Walter Koch, Restructuring & Change management Support	нет
Кройзен Утто (Creusen Utho)	24.04.1956	Университет г.Кельна	Неисполнительный директор Dixons Store Group	0,0236%
Кучмент Михаил Львович	28.08.1973	Московский физико-технический институт	Вице-Президент ООО «Домашний интерьер»	0,0139%
Лейтон Стюарт (Leighton Stuart)	17.06.1968	Napier Polytechnic (UK), BA Accounting	Директор, Wealden Partners Ltd.	нет
Паркс Кристофер (Parks Christopher)	12.08.1963	Университет Simon Fraser (Канада)	Финансовый директор ОАО «Компания «М.видео», Финансовый директор ООО «М.видео Менеджмент»	0,224%
Тынкован Александр Анатольевич	14.06.1967	Московский энергетический институт	Президент ОАО «Компания «М.видео», Исполнительный директор ООО "М.видео Менеджмент"	нет
Хамид Дэвид (Hamid David)	11.12.1951	University of Bradford (Великобритания)	Неисполнительный директор Homeserve Warranties, Председатель наблюдательного совета Music For Youth	0,0308%

В течение всего отчетного периода полномочия Председателя Совета директоров исполнял Питер Герфи. Корпоративный секретарь Общества, Иванова Татьяна Александровна, исполняла в отчетный период полномочия секретаря Совета директоров и Общего собрания акционеров.

Единоличный исполнительный орган

Функции единоличного исполнительного органа общества исполняет Генеральный директор Общества - Бреев Павел Юрьевич.



Ревизионная комиссия

В течение отчетного периода функции ревизионной комиссии исполняли следующие лица:

Ф.И.О.	Занимаемые должности
Болякина Ирина Ивановна	Руководитель отдела ревизии и инвентаризации КРУ ООО «М.видео Менеджмент»
Карих Юрий Иванович	Специалист по проверке хозяйственной деятельности ООО «М. видео Менеджмент»
Шестухин Андрей Леонидович	Специалист по проверке хозяйственной деятельности ООО «М. видео Менеджмент»

В течение отчетного периода состав ревизионной комиссии не менялся.

Критерии определения и размер вознаграждения и компенсации расходов лица, занимающего должность Генерального директора ОАО «Компания «М.видео», и членов Совета директоров ОАО «Компания «М.видео», выплаченного или выплачиваемого по результатам отчетного года.

В соответствии с решением Годового Общего собрания от 25 июня 2009 года и Годового Общего собрания акционеров от 23 июня 2010 года, а также согласно штатному расписанию, общий размер вознаграждения и компенсации расходов всех членов Совета директоров, выплаченного в отчетном году, составляет: 39 881 774 рубля, в том числе:

Вознаграждение – 25 820 151 руб.

Заработная плата – 9 849 080 руб.

Комиссионные – 0

Льготы – 0

Премии – 2 730 000 руб.

Компенсация расходов – 1 482 512 руб.

Иные выплаты - 0

X. КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Соблюдение Кодекса корпоративного поведения

В 2010 году ОАО «Компания «М.видео» продолжило работу по построению системы корпоративного управления, отвечающей рекомендациям российского Кодекса корпоративного поведения.

Утвержденный Общим собранием акционеров Устав соответствует требованиям законодательства и учитывает рекомендации Кодекса корпоративного поведения по обеспечению акционерам доступа к информации об Обществе, участия акционеров в общих собраниях акционеров, выдвижению акционерами кандидатов в органы управления Общества и контролю хозяйственной деятельности и предложению вопросов в повестку дня годовых собраний акционеров. В Уставе Общества предусмотрено, что сообщение о проведении Годового Общего собрания акционеров должно делаться не менее чем за 30 дней до его проведения, и Общество следует этой норме на практике.

В Обществе был сформирован Совет директоров, в котором пять членов Совета директоров отвечают требованиям независимости, предусмотренным российским



Кодексом корпоративного поведения и правилами листинга российских бирж. Председатель Совета директоров – независимый директор.

В Совете директоров Общества действуют два комитета – Комитет по аудиту и Комитет по назначениям и вознаграждениям.

В состав Комитета по аудиту входят Стюарт Лейтон и Вальтер Кох. Оба члена Комитета по аудиту являются независимыми директорами, отвечающими критериям независимости российского Кодекса корпоративного поведения. Председатель Комитета по аудиту – Стюарт Лейтон, являющийся сертифицированным бухгалтером, членом Института сертифицированных бухгалтеров Англии и Уэльса.

Исключительными функциями Комитета по аудиту являются оценка кандидатов в аудиторы Общества, оценка заключения аудитора, оценка эффективности процедур внутреннего контроля Общества и подготовка предложений по их совершенствованию. Оценка заключения аудитора Общества, подготовленная Комитетом по аудиту, предоставляется в качестве материалов к Годовому общему собранию акционеров Общества.

В отчетном году в состав Комитета по назначениям и вознаграждениям входили Питер Герфи, Дэвид Хамид и Утто Кройзен. Все они являются независимыми директорами, отвечающими критериям независимости российского Кодекса корпоративного поведения. Председателем Комитета по назначениям и вознаграждениям являлся Утто Кройзен.

Основными функциями Комитета по назначениям и вознаграждениям являются определение критериев подбора кандидатов на должности генерального директора, руководителей основных структурных подразделений Общества и его дочерних обществ, разработка критериев определения заработной платы, премий, системы льгот и компенсаций руководителям высшего звена и ключевым сотрудникам.

В Обществе работает Корпоративный секретарь, в чьи функции входит обеспечение соблюдения Обществом и органами управления порядка подготовки и проведения Общего собрания акционеров и заседаний Совета директоров, а также обязательное раскрытие информации об Обществе. Корпоративный секретарь назначается Советом директоров.

При совершении Обществом действий, которые могут привести к существенным корпоративным изменениям, Общество обеспечивает акционерам возможность влиять на их совершение путем установления прозрачной и справедливой процедуры. Положения Устава содержат требование одобрения сделок, связанных с приобретением, отчуждением, возможностью отчуждения Обществом прямо или косвенно имущества, стоимость которого составляет 5 и более процентов от балансовой стоимости активов Общества и его дочерних обществ, определенной на основании последней имеющейся консолидированной отчетности, за исключением сделок по размещению акций Общества и сделок, совершаемых в процессе обычной хозяйственной деятельности. Советом директоров определяются позиции представителей Общества при реализации права голоса, предоставляемого принадлежащими Обществу акциями и долями в уставном (паевом, складочном) капитале других организаций; а также принимаются решения об отчуждении или обременении принадлежащих Обществу акций и долей в уставном (паевом, складочном) капитале других организаций.

Для эффективного контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Общества избран специальный орган – Ревизионная комиссия. Все члены Ревизионной комиссии не



являются сотрудниками Общества. В составе Ревизионной комиссии отсутствуют лица, которые признавались бы виновными в совершении преступлений в сфере экономической деятельности или преступлений против государственной власти.

Совет директоров Общества утвердил Положение об инсайдерской информации ОАО «Компания «М.видео», регулирующее использование информации о деятельности Общества, о ценных бумагах Общества и сделках с ними, которая не является общедоступной и раскрытие которой может оказать существенное влияние на рыночную стоимость ценных бумаг Общества.

Положение об инсайдерской информации Общества, Положение о единоличном исполнительном органе Общества и Положение о Совете директоров Общества предусматривают обязанности членов Совета директоров и лица, осуществляющего функции единоличного исполнительного органа, раскрывать информацию о владении ценными бумагами Общества, а также о продаже и (или) покупке ценных бумаг Общества. Указанные лица соблюдают эти нормы.

Общество стремится следовать основным принципам раскрытия информации об Обществе и о Группе в целом, обеспечивая регулярность и оперативность предоставления информации, доступность такой информации для акционеров и иных заинтересованных лиц, достоверность и полноту ее содержания, соблюдения разумного баланса между открытостью и соблюдением коммерческих интересов. Общество полностью соблюдает требования законодательства и правила листинга российских бирж по публичному раскрытию информации. Общество раскрывает информацию в ленте новостей, на своем веб-сайте в сети Интернет, регулярно публикует информацию о деятельности Группы в средствах массовой информации, издает корпоративный журнал, выходящий ежемесячно. Совет директоров, чья компетенция четко определена в Уставе, обеспечивает разработку стратегии развития Общества, а также общее руководство деятельностью Общества. Совет директоров осуществляет контроль над исполнительными органами, периодически обсуждая отчеты руководителей важнейших подразделений группы, утверждая финансовую отчетность Общества.

Деятельность Совета директоров

Члены Совета директоров активно участвуют в заседаниях Совета директоров, которые проводятся как в очной, так и в заочной форме. В 2010 году было проведено 11 заседаний Совета директоров, из которых 4 заседания проводились в очной форме при участии всех членов Совета директоров.

В 2010г. Совет директоров Общества рассмотрел 42 вопроса. Важнейшие решения, которые Совет директоров Общества принимал в 2010г., были связаны с формированием структуры корпоративного управления, созданием специализированных комитетов Совета директоров; сменой регистратора Общества, утверждением бюджета Группы и контролем за его исполнением; управлением дочерними Компаниями; подготовкой к Годовому и внеочередному общему собранию акционеров.

Основные вопросы, рассмотренные Советом директоров в 2010г.:

<i>Дата заседания</i>	<i>Рассмотренные вопросы</i>
28.04.2010	Принято решение о проведении Годового общего собрания акционеров
28.04.2010	Рекомендовано Годовому общему собранию акционеров утвердить независимого аудитора



12.05.2010	Рекомендовано Годовому общему собранию акционеров выплатить (объявить) дивиденды
24.05.2010	Утверждена финансовая отчетность за 2009г., составленная в соответствии с МСФО
23.06.2010	Избран Председатель Совета директоров ОАО «Компания «М.видео» и заместитель Председателя Совета директоров
23.06.2010	Избраны члены комитетов по аудиту и по назначениям и вознаграждениям Совета директоров ОАО «Компания «М.видео»
16.09.2010	Принято решение о проведении внеочередного общего собрания акционеров
01.12.2010	Избран Председатель Совета директоров ОАО «Компания «М.видео» и заместитель Председателя Совета директоров
01.12.2010	Избраны члены комитетов по аудиту и по назначениям и вознаграждениям Совета директоров ОАО «Компания «М.видео»
01.12.2010	Приняты решения по смене регистратора

Кроме того, в отчетном периоде Советом директоров ОАО «Компания «М.видео» были рассмотрены вопросы, связанные с определением позиции представителя ОАО «Компания «М.видео» при реализации права голоса, предоставляемого принадлежащими Обществу акциями и долями в уставном (паевом, складочном) капитале других организаций.

Отчет о выплате объявленных (начисленных) дивидендов по акциям Общества

В соответствии с решением Годового общего собрания акционеров Компания выплатила дивиденды по результатам деятельности за 2009г. в размере 2,3 рубля на одну обыкновенную акцию ОАО «Компания «М.видео».

XI. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Являясь одним из крупнейших игроков на российском рынке бытовой электроники и техники, Компания осознает, что продаваемые нашей Компанией товары повышают комфортность жизни людей, но при этом могут оказывать непредсказуемое воздействие на окружающую среду.

Несмотря на красный цвет своей корпоративной символики, Компания по своей сути является «зеленой» и проявляет бережное отношение к окружающей среде.

В 2010 г. мы начали в российских регионах ряд акций, направленных на уборку мусора и оказание помощи в его утилизации в национальных заповедниках России, в частности на озере Байкал. М.видео стала первой национальной розничной сетью, прекратившей продажу ламп накаливания, которые могут быть заменены новыми высококачественными энергосберегающими лампами, а также телевизоров устаревших моделей; мы провели различные кампании в городах, где осуществляем деятельность, призывая наших покупателей заменить устаревшую бытовую технику новыми энергосберегающими моделями.

В 2010 г. Компания продолжала оказывать Всемирному фонду дикой природы помощь в проведении глобальной кампании «Час Земли», а также осуществлении программы Фонда, направленной на сохранение исчезающего вида – российского дальневосточного тигра.



Кроме того, М.видео финансирует благотворительный фонд «Наша инициатива», который оказывает финансовую помощь ряду благотворительных организаций, детских домов, медицинским и образовательным учреждениям на всей территории Российской Федерации.

XII. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ В 2010 ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ «ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ» СДЕЛКАМИ, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЕТСЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ

В отчетном периоде была совершена следующая сделка, признаваемая в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделкой, в совершении которой имеется заинтересованность, одобренная Советом директоров Общества 28 апреля 2010г.:

Предмет: субаренда нежилых помещений общей площадью 66 кв.м, расположенных по адресу: Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12, корп. 20

Стороны: ООО «М.видео Менеджмент» и ОАО «Компания «М.видео»

Бенефициар: ООО «М.видео Менеджмент», являющееся аффилированным лицом Свеще Лимитед

Арендная плата: 71 695,80 (Семьдесят одна тысяча шестьсот девяносто пять целых и 80/100) рублей, включая НДС, в месяц

Срок субаренды – 11 месяцев со дня подписания договора субаренды.

XIII. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ В 2010 ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ «ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ» КРУПНЫМИ СДЕЛКАМИ

Крупные сделки в отчетном периоде не совершались.

XIV. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2010 ГОДУ ПО РОССИЙСКИМ СТАНДАРТАМ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Численность и персонал: среднегодовая численность работников организации за 2010 год составила 6 человек.

Баланс (абсолютные значения) Общества

Наименование статей баланса	2010 год, тыс. руб.
Внеоборотные активы:	6 174 056
Нематериальные активы	10 455
Долгосрочные финансовые вложения	6 059 657
Прочие внеоборотные активы	103 944
Оборотные активы:	1 310 864
Запасы	-
НДС по приобретенным ценностям	5 930
Дебиторская задолженность	903 140
Краткосрочные финансовые вложения	401 000
Денежные средства	794
Прочие оборотные активы	-
СУММАРНЫЙ АКТИВ	7 484 920
Капитал и резервы:	7 481 380
Уставный капитал	1 797 682



Добавочный капитал	4 648 903
Резервный капитал	72 405
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	962 390
Долгосрочные обязательства	-
Краткосрочные обязательства:	3 540
Займы и кредиты	-
Кредиторская задолженность	3 540
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	7 484 920

Основные средства

За 2010 год основные средства не приобретались. Объектов недвижимости, а также транспортных средств на балансе ОАО «Компания «М.видео» не имеет.

Нематериальные активы

В балансе за 2010 год по статье «Нематериальные активы» отражены исключительные права на товарные знаки в денежном выражении за вычетом начисленной амортизации нематериальных активов.

Долгосрочные финансовые вложения

По статье «Долгосрочные финансовые вложения» отражены доли в уставных капиталах обществ, приобретенные в 2006, 2007, 2008, 2009 и 2010 годах, по которым не определяется текущая рыночная стоимость. Структура Группы сформировалась в 2008 году, после чего доли не приобретались.

Расходы будущих периодов

На 31.12.2010 года расходы будущих периодов отсутствуют.

Дебиторская задолженность на конец отчетного периода составила 903 140 тыс. рублей, в т.ч. задолженность по доходам от участия в других организациях 750 000 тыс. рублей, авансы, выданные поставщикам и подрядчикам – 7 415 тыс. рублей, суммы начисленных процентов по договорам займа – 96 108 тыс. рублей, задолженность покупателей за товары (работы) услуги – 39 408 тыс. рублей, прочие дебиторы – 10 209 тыс. рублей.

Уставный капитал

Полный размер зарегистрированного в соответствии с законодательством РФ уставного капитала – 1 797 682 270 (Один миллиард семьсот девяносто семь шестьсот восемьдесят две тысячи двести семьдесят) рублей. Уставный капитал полностью сформирован за счет размещения среди акционеров 179 768 227 (Ста семидесяти девяти миллионов семисот шестидесяти восьми тысяч двухсот двадцати семи) обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 (Десять) рублей. По состоянию на 31.12.09 года уставный капитал Общества оплачен полностью.

Кредиторская задолженность на конец отчетного периода составила 3 540 тыс. рублей, в т.ч. задолженность перед поставщиками и подрядчиками – 1 835 тыс. рублей, задолженность перед персоналом по оплате труда – 350 тыс. рублей, задолженность по налогам и сборам – 1 355 тыс. рублей.



Заключение по бухгалтерской отчетности за 2010 год предоставлено аудитором Общества - ЗАО «Делойт и Туш СНГ».

По мнению аудитора бухгалтерская отчетность отражает достоверно во всех существенных отношениях финансовое положение Общества по состоянию на 31 декабря 2010 года, результаты его финансово-хозяйственной деятельности и движение денежных средств за 2010 год в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета и отчетности.

XV. НЕКОНСОЛИДИРОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА В 2010 ГОДУ ПО РОССИЙСКИМ СТАНДАРТАМ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Отчет о прибылях и убытках

	2010 год, тыс. руб.
Выручка от продажи товаров, продукции, услуг	52 789
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	(1 768)
Валовая прибыль	51 021
Управленческие расходы	(24 363)
Прибыль от продаж	26 658
Проценты к получению	135 956
Доходы от участия в других организациях	750 000
Прочие доходы	2 063
Прочие расходы	(80 527)
Текущий налог на прибыль	(29 645)
Чистая прибыль отчетного периода	804 505

Доходы по основному виду деятельности за 2010г. составили 52 789 тыс. рублей и были получены за предоставление права пользования принадлежащих Обществу объектов интеллектуальной собственности – товарных знаков.

Доходы от участия в других организациях за 2010 год составили 750 000 тыс.рублей и были получены от распределения части прибыли дочернего общества.

Прочие доходы за 2010 год составили 138 019 тыс. рублей, в т.ч. проценты за использование выданных займов – 135 956 тыс. рублей.

Расходы по основному виду деятельности за 2010 год составили 26 131 тыс. рублей.

Прибыль (убыток) отчетного периода

По итогам 2010г. Обществом получена прибыль в сумме 804 505 тыс. рублей.

XVI. АФФИЛИРОВАННЫЕ ЛИЦА ОБЩЕСТВА

Аффилированные лица организации на 31.12.2010:



1. ООО «М.видео Менеджмент»
2. ООО «М.видео Трейд»
3. ООО «М.видео Торг»
4. ООО «М.видео Финанс»
5. ООО «Сфера Инвест»
6. ООО «Стандарт-Инвест»
7. Компания с ограниченной ответственностью «СВЕЦЕ ЛИМИТЕД» (SVECE LIMITED)
8. Компания с ограниченной ответственностью «М.ВИДЕО ХОЛДИНГ (САЙПРУС) ЛИМИТЕД» (M.VIDEO HOLDING (CYPRUS) LIMITED)
9. Компания с ограниченной ответственностью «М.ВИДЕО ИНВЕСТМЕНТ ЛИМИТЕД» (M.VIDEO INVESTMENT LIMITED)
10. Компания с ограниченной ответственностью «ГУДХОЛЛ ЛИМИТЕД» (САЙПРУС) (GOODHALL LIMITED (CYPRUS))
11. Компания с ограниченной ответственностью «ВЕЛГА ЛИМИТЕД» (САЙПРУС) (VELGA LIMITED (CYPRUS))
12. Тынкован Александр Анатольевич
13. Кучмент Михаил Львович
14. Бреев Павел Юрьевич
15. Кройзен Утго
16. Герфи Питер
17. Хамид Дэвид
18. Кох Вальтер
19. Лейтон Стюарт
20. Паркс Кристофер Алан
21. Савельев Федор Александрович
22. Виноградова Ольга Юрьевна
23. Петрова Ольга Львовна
24. Куринная Марина Александровна
25. Maria Pitta (Мария Питта)
26. Charalambos Michaelides (Чараламбос Микаэлидес)
27. Panayota Parademetriou (Панайота Пападеметриоу)
28. София Иоанну
29. Стела Рауна



XVII. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АКЦИОНЕРОВ

Информация о контактных телефонах Общества, адресе электронной почты и адресе в Интернете

Денис Давыдов
Директор по связям с инвесторами
Тел: +7 (495) 644-2848 доб. 7064
e-mail: ir@mvideo.ru

Татьяна Иванова
Корпоративный секретарь
Тел: +7 (495) 644-2848 доб. 7522
e-mail: ir@mvideo.ru

Адрес в сети "Интернет": www.mvideo.ru

Регистратор Общества

ОАО «Регистратор Р.О.С.Т.»
Место нахождения: Москва, ул. Стромынка, 18, стр. 13
Телефон, факс: +7 (495) 771 7336, +7 (495) 771 7334
Адрес в Интернете: <http://www.rrost.com>

XVIII. ПРИЛОЖЕНИЯ К ГОДОВОМУ ОТЧЕТУ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Аудиторское заключение ЗАО «Делойт и Туш СНГ» по финансовой (бухгалтерской) отчетности ОАО «Компания «М.видео» за период с 01 января 2010г. по 31 декабря 2010г.

**Открытое акционерное
общество
«Компания М. видео»**

Аудиторское заключение

о бухгалтерской отчетности за 2010 год

АУДИТОР: ЗАО «ДЕЛОЙТ И ТУШ СНГ»

Место нахождения: 125047, г. Москва, ул. Лесная, д. 5.

Тел.: +7 (495) 787 06 00.

Свидетельство о членстве в Некоммерческом партнерстве «Аудиторская Палата России» от 20 мая 2009 года № 3026.

Свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц о юридическом лице, зарегистрированном до 1 июля 2002 года, № 1027700425444. Выдано 13 ноября 2002 года межрайонной Инспекцией МНС России № 39 по г. Москве.

Свидетельство о государственной регистрации Закрытого акционерного общества «Делойт и Туш СНГ» № 018.482. Выдано Московской регистрационной палатой 30 октября 1992 года.

АУДИРУЕМОЕ ЛИЦО: ОАО «КОМПАНИЯ М.ВИДЕО»

Место нахождения: 105066, Москва, ул. Нижняя Красносельская, 40/12, корп. 20

Тел.: +7 (495) 644 28 48.

Свидетельство о государственной регистрации: серия 77 №008748648, выдано 25 сентября 2006 года Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №46 по г. Москве.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ О БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Акционерам ОАО «Компания М.видео»

Мы провели аудит прилагаемой бухгалтерской отчетности ОАО «Компания М.видео» (далее «Компания»), состоящей из:

- Бухгалтерского баланса по состоянию на 31 декабря 2010 года;
- Отчета о прибылях и убытках за 2010 год;
- Приложений к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках:
 - Отчета об изменениях капитала за 2010 год;
 - Отчета о движении денежных средств за 2010 год;
 - Приложения к бухгалтерскому балансу за 2010 год;
- Пояснительной записки.

Ответственность аудируемого лица за бухгалтерскую отчетность

Руководство аудируемого лица несет ответственность за составление и достоверность указанной бухгалтерской отчетности в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета и отчетности и за систему внутреннего контроля, необходимую для составления бухгалтерской отчетности, не содержащей существенных искажений вследствие недобросовестных действий или ошибок.

Ответственность аудитора

Наша ответственность заключается в выражении мнения о достоверности бухгалтерской отчетности на основе проведенного нами аудита. Мы проводили аудит в соответствии с Федеральным законом от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»; федеральными стандартами аудиторской деятельности, а также внутрифирменными стандартами. Данные стандарты требуют соблюдения применимых этических норм, а также планирования и проведения аудита таким образом, чтобы получить достаточную уверенность в том, что бухгалтерская отчетность не содержит существенных искажений.

Аудит включал проведение аудиторских процедур, направленных на получение аудиторских доказательств, подтверждающих числовые показатели в бухгалтерской отчетности и раскрытие в ней информации. Выбор аудиторских процедур является предметом нашего суждения, которое основывается на оценке риска существенных искажений, допущенных вследствие недобросовестных действий или ошибок. В процессе оценки данного риска нами рассмотрена система внутреннего контроля, обеспечивающая составление и достоверность бухгалтерской отчетности с целью выбора соответствующих аудиторских процедур, но не с целью выражения мнения об эффективности системы внутреннего контроля.

Аудит также включал оценку надлежащего характера применяемой учетной политики и обоснованности оценочных показателей, полученных руководством аудируемого лица, а также оценку представления бухгалтерской отчетности в целом.

Мы полагаем, что полученные в ходе аудита аудиторские доказательства дают достаточные основания для выражения мнения о достоверности бухгалтерской отчетности.

Мнение

По нашему мнению, бухгалтерская отчетность отражает достоверно во всех существенных отношениях финансовое положение ОАО «Компания М.видео» по состоянию на 31 декабря 2010 года, результаты его финансово-хозяйственной деятельности и движение денежных средств за 2010 год в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета и отчетности.

Прочие сведения

Аудит бухгалтерской отчетности Компании за год, закончившийся 31 декабря 2009 года, был проведен другой аудиторской фирмой, чей отчет от 14 мая 2010 года выражает безусловно положительное мнение в отношении этой бухгалтерской отчетности.

Партнер

Александр Вячеславович Дорофеев

*На основании доверенности от
17 августа 2010 года*

ЗАО «Делойт и Туш СНГ»

30 марта 2011 года

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

**Бухгалтерская отчетность
ОАО «Компания «М.видео»
(формы 1-2)**

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
на 31 декабря 2010 года

Организация	Открытое акционерное общество "Компания М. видео"	Форма № 1 по ОКУД Дата (число, месяц, год)	0710001 31.12.2010
Идентификационный номер налогоплательщика		по ОКПО	17630621
Вид деятельности	Владение и управление контрольными пакетами акций компаний; владение и предоставление прав на товарные знаки «М.видео»	ИНН	7707602010
Организационно-правовая форма/ форма собственности	Открытое акционерное общество/ Собственность иностранных юридических лиц	по ОКВЭД	74.15
Единица измерения	тыс. руб.	по ОКОПФ/ по ОКФС	47/23
Адрес	Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 40/12, корп. 20	по ОКЕИ	384

Дата утверждения 30.03.2011

Дата отправки (принятия) 30.03.2011

АКТИВ	Код	На начало отчетного года	На конец отчетного года
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	10 784	10 455
Долгосрочные финансовые вложения	140	5 969 657	6 059 657
Прочие внеоборотные активы	150	1 231	103 944
Итого по разделу I	190	5 981 672	6 174 056
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	1 911	-
в том числе:			
расходы будущих периодов	216	1 911	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	8 715	5 930
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	609 381	903 140
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	3 228	39 408
Краткосрочные финансовые вложения	250	491 000	401 000
Денежные средства	260	605	794
Прочие оборотные активы	270	129	-
Итого по разделу II	290	1 111 741	1 310 864
БАЛАНС	300	7 093 413	7 484 920

ПАССИВ	Код	На начало отчетного года	На конец отчетного года
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	1 797 682	1 797 682
Добавочный капитал	420	4 648 903	4 648 903
Резервный капитал	430	32 180	72 405
в том числе:			
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	32 180	72 405
Нераспределенная прибыль	470	611 577	962 390
Итого по разделу III	490	7 090 342	7 481 380
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Кредиторская задолженность	620	3 071	3 540
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	876	1 835
задолженность перед персоналом организации	622	264	350
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	47	-
задолженность по налогам и сборам	624	598	1 355
прочие кредиторы	625	1 286	-
Итого по разделу V	690	3 071	3 540
БАЛАНС	700	7 093 413	7 484 920

СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ

Наименование показателя	Код	На начало отчетного года	На конец отчетного года
1	2	3	4
Арендованные основные средства	910	860	860
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов	940	90	551
Обеспечение обязательств и платежей выданные	960	-	20 170

Генеральный директор

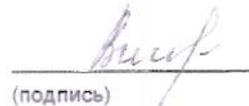


(подпись)

Брев П. Ю.
(ФИО)



Главный бухгалтер



(подпись)

Виноградова О. Ю.
(ФИО)

30 марта 2011 года

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
за 2010 год

Организация	Открытое акционерное общество "Компания М. видео"	Форма № 2 по ОКУД	К О Д Ы
Идентификационный номер налогоплательщика		Дата (число, месяц, год)	0710002
Вид деятельности	Владение и управление контрольными пакетами акций компаний; владение и предоставление прав на товарные знаки «М.видео»	по ОКПО	31.12.2010
Организационно-правовая форма / форма собственности	Открытое акционерное общество/ Собственность иностранных юридических лиц	ИНН	17630621
Единица измерения	тыс. руб.	по ОКВЭД	7707602010
		по ОКОПФ/ по ОКФС	74.15
		по ОКЕИ	47/23
			384

Наименование показателя	Код	За отчетный период	За аналогичный период прошлого года
1	2	3	4
ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПО ОБЫЧНЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	52 789	51 992
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(1 768)	-
Валовая прибыль	029	51 021	51 992
Управленческие расходы	040	(24 363)	(22 810)
Прибыль от продаж	050	26 658	29 182
ПРОЧИЕ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ			
Проценты к получению	060	135 956	146 542
Доходы от участия в других организациях	080	750 000	413 504
Прочие доходы	090	2 063	113
Прочие расходы	100	(80 527)	(75 923)
Прибыль до налогообложения	140	834 150	513 418
Текущий налог на прибыль	150	(29 645)	(31 683)
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ОТЧЕТНОГО ПЕРИОДА	190	804 505	481 735
СПРАВОЧНО			
Постоянные налоговые активы, нетто	200	(137 185)	(71 001)
Базовая прибыль на одну акцию	210	0.004	0.003

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Наименование показателя	Код	За отчетный период		За аналогичный период прошлого года	
		прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	810	-	-	-	156
Прибыль/убыток прошлых лет	820	-	-	-	320
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	840	1 688	1 939	39	89
Списание дебиторской и кредиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности	860	112	551	-	90

Генеральный директор

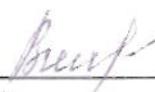


 (подпись)

Бреев П. Ю.
 (ФИО)



Главный бухгалтер



 (подпись)

Виноградова О. Ю.
 (ФИО)

30 марта 2011 года