

Презентация для инвесторов

Результаты 2024 года



 **MAGNIT**



Ограничение ответственности

Данная презентация («Презентация Компании») содержит письменные материалы/ слайды, подготовленные Публичным акционерным обществом «Магнит» («Компания») исключительно с целью обсуждения и получения обратной связи от инвесторов и аналитиков.

Настоящая презентация не является предложением или частью предложения, или приглашением продать или выпустить ценные бумаги, предложением, побуждением или приглашением приобрести, или осуществить подписку на любые ценные бумаги Компании или иного лица, независимо от того, является или нет такое лицо частью Компании; факт распространения данной информации не может являться основанием для заключения договоров и не может быть использован для принятия инвестиционных решений в связи с ним.

Информация, содержащаяся в данной Презентации, является предварительной и справочной и не имеет целью содержать информацию, требующуюся для оценки Компании, ее финансового положения и/ или принятия любого инвестиционного решения.

Настоящий документ не предназначен для представления бухгалтерских, юридических, налоговых рекомендаций, и не должен использоваться в этих целях, а также не является рекомендацией приобретать ценные бумаги Компании.

Соответственно, посещая любую презентацию, на которой настоящий документ предоставляется, или получая этот документ любым другим способом, вы заявляете, что можете получить этот документ без нарушения каких-либо правовых или нормативных ограничений, применимых к вам, и не будете использовать эту информацию в отношении любых инвестиционных решений (если таковые имеются).

Презентация Компании не предназначена для распространения или использования каким-либо физическим или юридическим лицом, являющимся гражданином или резидентом, или находящемся в каком-либо населенном пункте, штате, стране или другой юрисдикции, где такое распространение или использование будет противоречить к закону или регулированию, или которые требуют какой-либо регистрации или лицензирования на территории такой юрисдикции.

Ни для каких целей не следует полагаться ни на информацию, содержащуюся в настоящей Презентации, ни на полноту, точность или достоверность такой информации. Информация, содержащаяся в Презентации Компании, подлежит обновлению, пересмотру, дальнейшей проверке и изменению.

Компания не несет обязательств обновлять информацию или поддерживать актуальность информации, содержащейся в данной презентации.

Никаких заверений или гарантий, прямых или косвенных, не дается от лица Компании, ее дочерних предприятий, аффилированных и уполномоченных лиц, советников или иных аффилированных лиц, директоров, сотрудников или иных лиц, в отношении полноты, точности и достоверности информации или мнений, содержащихся в Презентации Компании; ответственность за такую информацию или мнения не несет.

Несмотря на то, что информация, представленная в настоящем документе, является достоверной, ни Компания, ни ее акционеры, советники, а также директора и должностные лица сторон не несут никакой ответственности за содержание, ошибки или упущения в настоящей Презентации Компании, и в отношении любого устного или письменного заявления для инвесторов или их советников, в отношении любых понесенных убытков, издержек или ущерба, возникших прямо или косвенно в результате любого использования настоящей Презентации Компании или ее содержимого или иным образом, связанным с Презентацией Компании, вне зависимости от того, возникают ли они в результате правонарушения, договора или иным образом.

Компания не делает никаких заверений или гарантий относительно точности и полноты любых утверждений, оценок и прогнозов в отношении будущих результатов деятельности.

Ни одно утверждение в данной Презентации Компании не предназначено и не может рассматриваться в качестве прогноза прибыли. Заинтересованные стороны проводят собственное исследование и анализ компании, а также данных, представленных в данной Презентации Компании.

Данная Презентация Компании не содержит и не формирует часть какой-либо другой Определенной информации, содержащейся в данном документе. Данные, полученные из публичных и непубличных источников прочими сторонами, в некоторых случаях не были обновлены на дату данного документа.

Такая информация считается надежной в целях использования в данном документе, при этом Компания не берет на себя ответственность за достоверность или полноту такой информации, и такая информация не была самостоятельно подтверждена Компанией.

Если не указано иное, информация, представленная в данном документе, основана на материалах, имеющих на дату подготовки, а не на какую-либо дату в будущем, и не будет обновляться или пересматриваться иным образом, чтобы отражать информацию, которая впоследствии станет доступной, или обстоятельства или изменения, возникающие после даты подготовки данного документа.

Определенные утверждения в данной Презентации Компании могут представлять заявления прогнозного характера. Любые утверждения, отражающие ожидания или прогнозы на будущее, включая утверждения об операционной деятельности, положении на рынке, тенденциях в секторе, общем экономическом положении, предстоящих затратах и финансовых результатах, являются заявлениями прогнозного характера.

Заявления прогнозного характера могут быть идентифицированы по таким словам как "ожидает", "предвидит", "планирует", "намеревается", "прогнозирует", "заявляет" и подобным выражениям.

Любые утверждения, содержащиеся в данном документе и не являющиеся историческим фактом, являются заявлениями прогнозного характера. Такие утверждения не являются гарантией будущих показателей и предусматривают некоторые риски, неопределенности и предположения.

Соответственно, фактические результаты или показатели деятельности Компании или ее дочерних структур могут существенно отличаться, в положительную или отрицательную сторону, от заявлений прогнозного характера, представленных в данном документе.

Вероятно возникновение непредвиденных событий и обстоятельств. В связи с различными рисками и неопределенностями, фактические события и результаты или фактические показатели могут существенно отличаться от тех, которые отражены или предусмотрены в таких заявлениях прогнозного характера. В результате, не следует полагаться на такие заявления прогнозного характера при принятии инвестиционных решений.

Компания не делает никаких заверений или гарантий в отношении достижения или обоснованности любых заявлений прогнозного характера, и на них не следует полагаться.

Информация в отношении любых прогнозов, представленных в данном документе, основана на ряде предположений о предстоящих событиях и зависит от существенной экономической и конкурентной неопределенности и прочих непредвиденных обстоятельств, никакие из которых не могут быть спрогнозированы с достаточной вероятностью, и некоторые из которых находятся вне контроля компании.

Нет гарантий, что прогнозы будут реализованы, и фактические результаты могут быть выше или ниже указанных показателей.

Никто из компании, ни ее акционеры, директора, руководители, сотрудники, советники или аффилированные лица, ни какие-либо представители или аффилированные лица указанных выше лиц, не принимают на себя ответственность за точность Прогнозов, представленных в данном документе.



Краткий обзор



Наши конкурентные преимущества

- ✓ Мультиформатная модель
- ✓ Широкое присутствие в регионах и лучшее предложение ассортимента от местных производителей
- ✓ Собственное производство и частная марка
- ✓ Устойчивое развитие



№1 ритейлер в России

По количеству магазинов
с уникальной инфраструктурой

31 483
магазина

10 934
Торговая площадь,
тыс. кв. м

51
Распределительный
центр

7 255
Грузовиков



Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке,
сильные финансовые показатели и
низкая долговая нагрузка

19,6%
Рост выручки
за 2024 год,
год к году

13,2%
Доля на
продовольственном
розничном рынке
России за 2024 год

5,6%
EBITDA маржа
за 2024 год

1,5x
Чистый долг /
EBITDA
на 31.12.2024 г.

География сети

4,594

населенных пункта

8

федеральных округов

Мы присутствуем во всех густонаселенных регионах

	Северо-Кавказский	Южный	Центральный	Приволжский	Северо-Западный	Уральский	Сибирский	Дальне-восточный	Всего	
Магазины у дома	687	3 138	5 337	5 230	2 323	2 112	1 441		20 268	Магнит
Супермаркеты	19	120	73	113	32	78	21		456	
Дрогери	282	1 384	2 067	1 985	773	907	528		8 050	
Магазины у дома			1 875		488				2 363	Дикси
Магазины «Самбери»								346	346	Самбери
РЦ	1	8	15	12	5	4	3	3	51	

По состоянию на 31.12.2024 г.
Магазины у дома «Магнит» включают магазины Магнит у дома, М Сити, Моя Цена и жесткие дискаунтеры.
Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты Магнит Семейный и суперсторы «Магнит Экстра».
Магазины дрогери включают 124 магазина дрогери в Узбекистане.



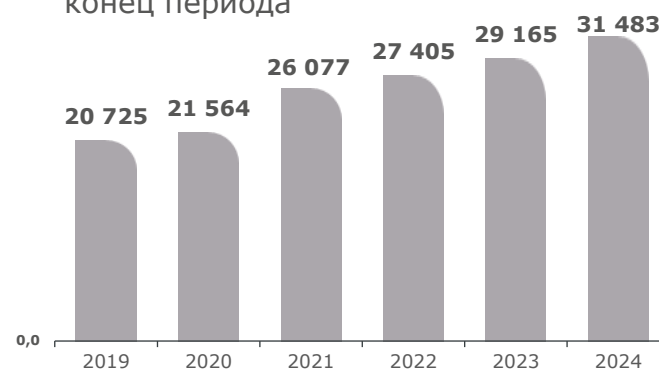
Ключевые операционные показатели

1 Чистая розничная выручка, млрд руб.¹

● Рост чистой розничной выручки, год к году, %



2 Количество магазинов, на конец периода

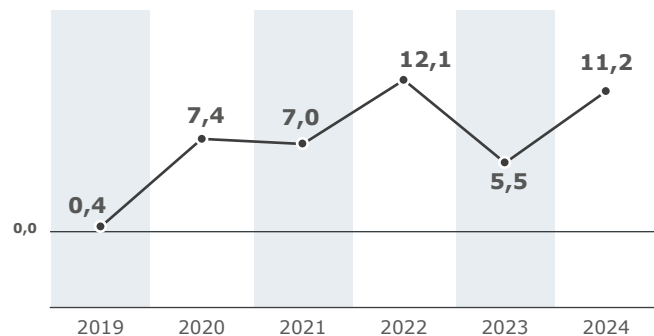


3 Торговая площадь, тыс. кв. м

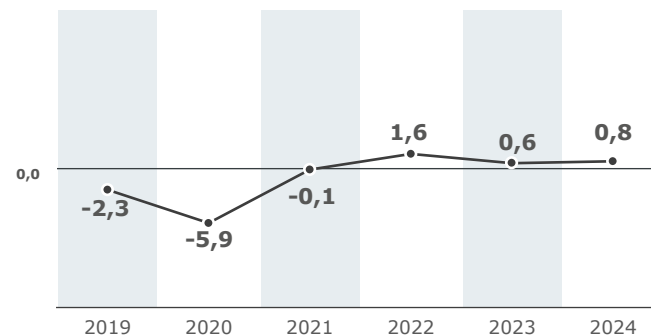
● Рост торговой площади, год к году, %



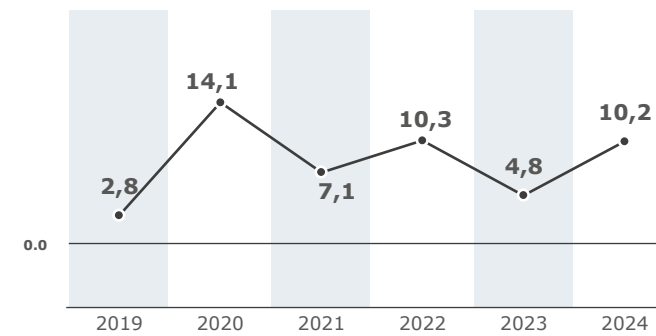
A Рост LFL продаж, %



B Рост LFL трафика, %



C Рост LFL чека, %



Финансовые показатели

Ключевые достижения

- 

Повышение плотности продаж во всех форматах
- 

Строгий контроль затрат
- 

Улучшение оборачиваемости запасов
- 

Средневзвешенная стоимость долга остается ниже текущей ключевой ставки ЦБ РФ

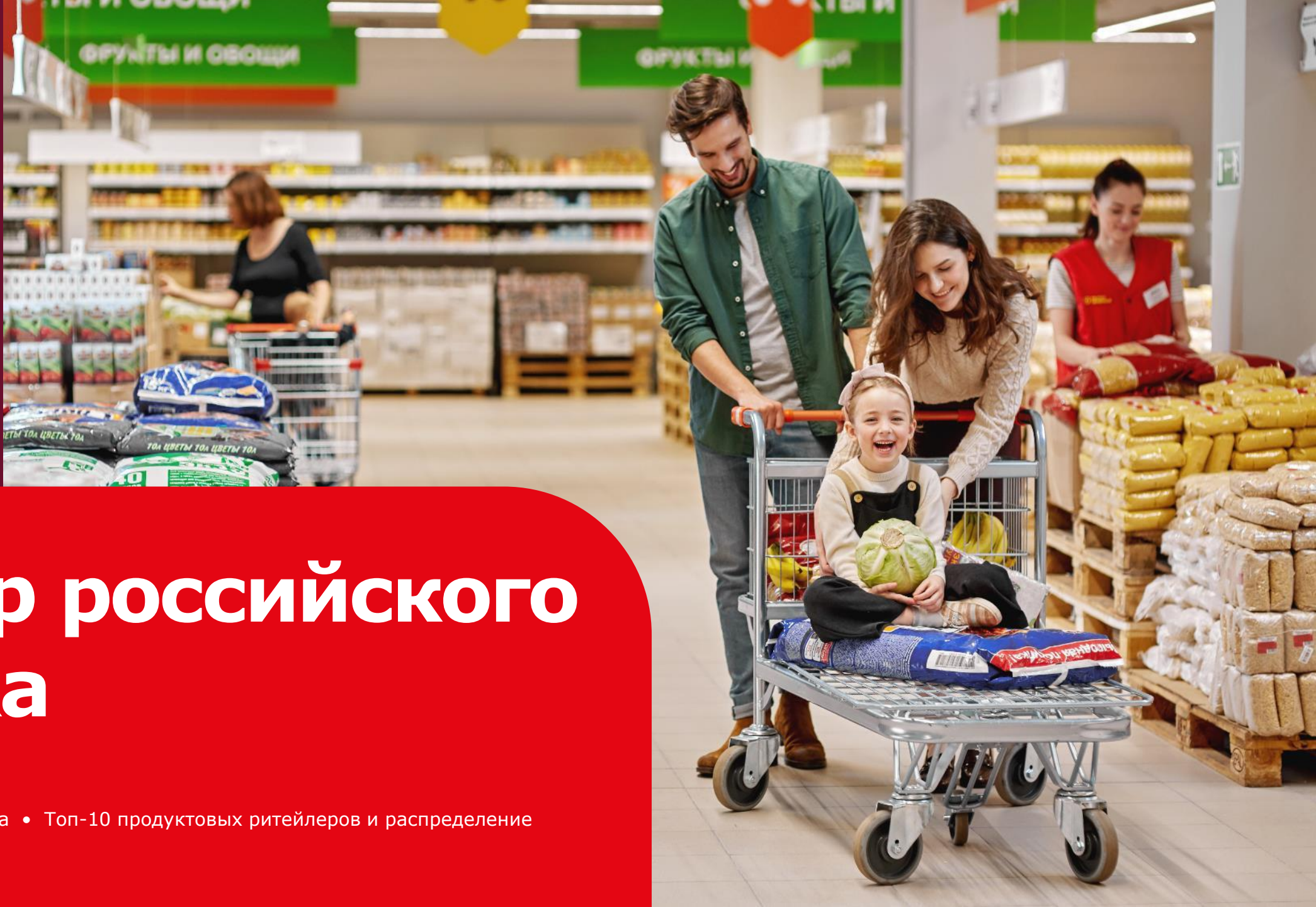
Краткий отчет о прибылях и убытках

	2022	2023	2024	год к году
Выручка, млрд руб.	2 352,0	2 544,7	3 043,4	+19,6%
Валовая маржа, %	22,8	22,7	22,5	-0,2pp
SG&A, %	(21,0)	(20,1)	(20,7)	-0,6pp
EBITDA, млрд руб.	160,5	166,3	171,9	3,4%
EBITDA, %	6,8	6,5	5,6	-0,9pp
Чистая прибыль, млрд руб.	34,1	66,1	50,0	-24,4%
Чистая прибыль, %	1,4	2,6	1,6	-1,0pp
LTM - Плотность продаж, тыс. руб. / кв. м	248	257	286	+11,2%
Чистый долг, млрд руб.	105,4	166,1	252,8	+52,2%
Чистый долг/ EBITDA	0,7x	1,0x	1,5x	+0,5x
CAPEX, млрд руб.	48,8	73,4	160,5	+118,6%

По состоянию на 31.12.2024 г.; до применения МСФО 16 - в соответствии с данными управленческой отчетности.
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
Показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г. согласно правилам МСФО.

Обзор российского рынка

Российская макросреда • Топ-10 продуктовых ритейлеров и распределение долей рынка





Российская макросреда

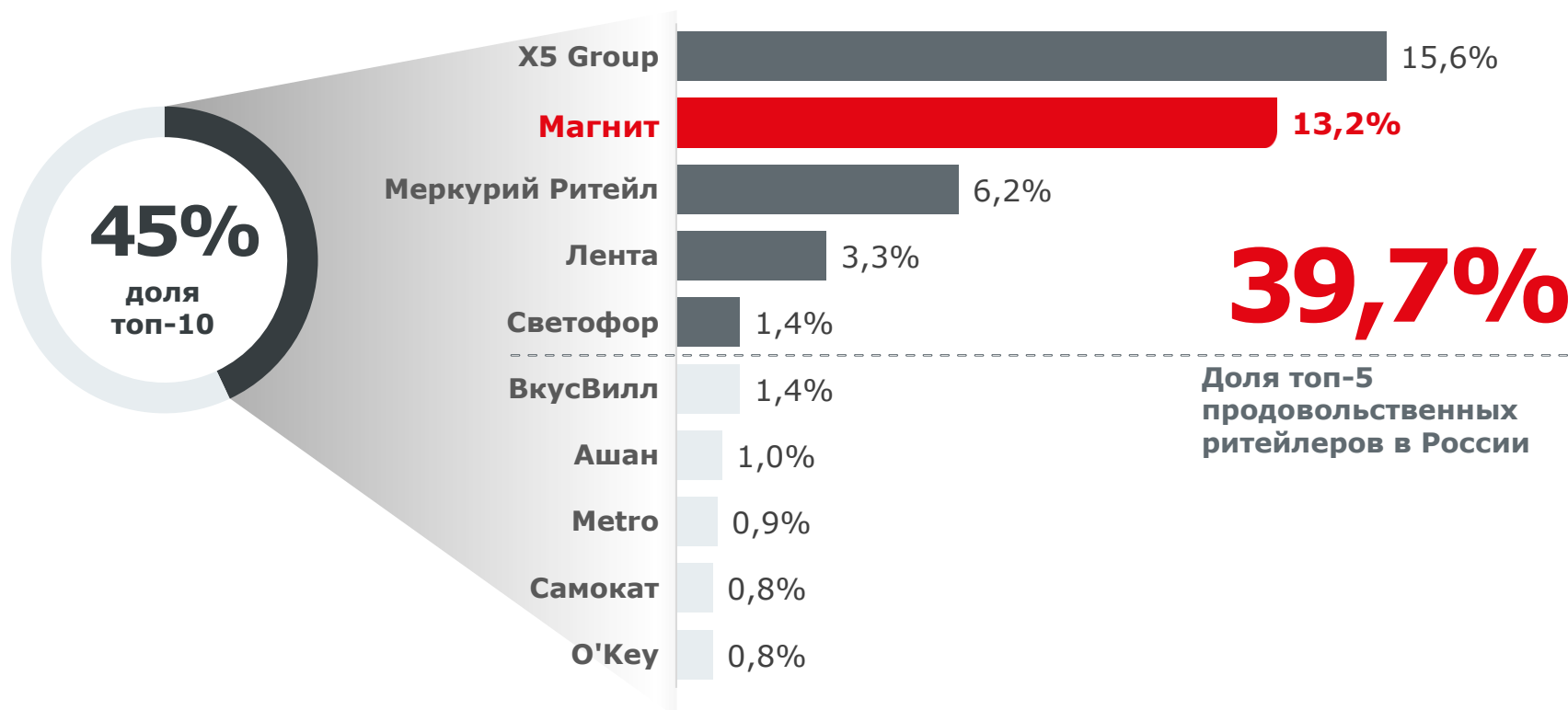
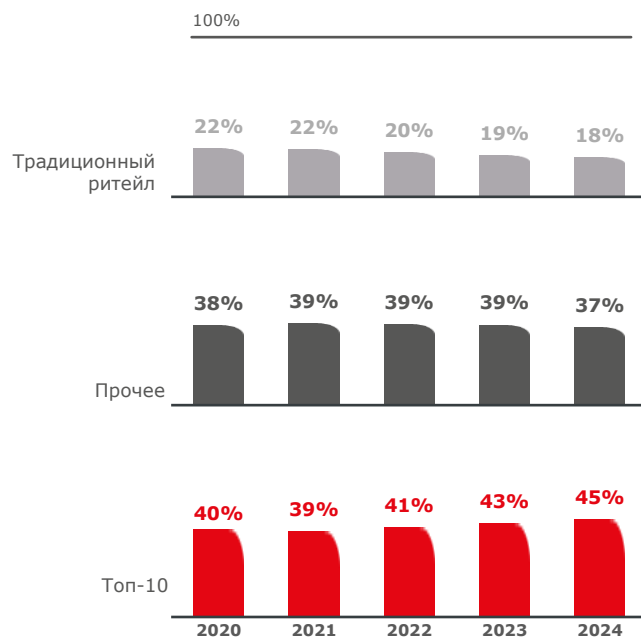




Топ-10 продуктовых ритейлеров и распределение долей рынка

Магнит – лидирующая компания на растущем российском рынке продуктовой розницы

Распределение долей рынка РФ



Стратегия

Наша стратегическая амбиция • Краткий
обзор стратегии • Устойчивое развитие





Наша стратегическая амбиция

Обеспечить лидерство через уникальное мультиформатное предложение с широкой экосистемой технологичных сервисов, объединенных интегрированной программой лояльности

Стратегия реализуется за счет существующих ключевых каналов взаимодействия с клиентом:



развиваем магазины у дома в качестве флагманского формата



разумно инвестируем в формат «Магнит Косметик»



взвешенно подходим к поддержанию и развитию магазинов больших форматов «Магнит Семейный» и «Магнит Экстра»

Также Компания развивает новые точки роста, способствующие активному расширению продуктового предложения и большему удобству для клиентов:



магазины формата «дискаунтер»



магазины «шаговой доступности» (ultra-convenience)



Е-com сервисы доставки и «МагнитМаркет», интегрированные в единое суперприложение



Краткий обзор стратегии

Компания фокусируется на постоянном развитии ценностного предложения для наших клиентов и повышении эффективности внутренних процессов

Основные направления

Развитие ценностного предложения для клиентов

-  Адаптация ассортимента под локальные предпочтения клиентов
-  Постоянное развитие механик лояльности
-  Усиление вовлеченности покупателей за счет предложения дополнительных сервисов «в магазине» (например, выпечка, кофе с собой), развития механик персонализации на базе анализа больших данных (ИИ) в дополнение к привлекательным механикам лояльности
-  Расширение и дифференциация предложения СТМ
-  Улучшение позиционирования бренда, включая заботу, безопасность, устойчивое развитие и выгодное ценностное предложение
-  Добавление технологичных экосистемных сервисов для дальнейшего развития мультиканального клиентского опыта

Повышение эффективности

-  Гибкая, надежная и масштабируемая облачная платформа на основе передовых ИТ-решений и аналитики данных
-  Открытие новых РЦ
-  Обновление парка транспортных средств
-  Кросс-функциональные E2E-инициативы с фокусом на повышение эффективности ключевых бизнес-процессов
-  Монетизация цифровой и офлайн-инфраструктуры
-  Инвестиции в автоматизацию и стандартизацию процессов
-  Выстраивание гибкой организационной структуры с четким разделением ответственности в сочетании с культурой предпринимательства и эффективным кросс-функциональным сотрудничеством

Для адаптации к структурным вызовам особый фокус направлен на развитие ключевого актива Компании – наших сотрудников

- Гибкий и проактивный подход к привлечению персонала;
- Увеличение инвестиций в сотрудников для развития ключевых компетенций и обеспечения непрерывности деятельности Компании;
- Формирование долгосрочных планов развития и преемственности;
- Постоянное улучшение условий труда линейного персонала.



Концепция стратегии устойчивого развития

Стать российским ритейлером №1 в области устойчивого развития

Наши амбиции



1.

Стать **лидером** в области снижения воздействия на окружающую среду в российском секторе розничной торговли



2.

Положительно **повлиять** на качество жизни в стране



3.

Создать **полностью ответственную** цепочку поставок



4.

Улучшить **качество жизни** потребителей и местного населения



5.

Стать **работодателем №1** в российском секторе розничной торговли

Стратегические принципы



Рациональное управление природными ресурсами



Учет интересов и потребностей заинтересованных сторон



Ответственное производство и потребление



Партнерство в интересах устойчивого развития



Многообразие, инклюзивность и равенство



Обязательства в области устойчивого развития до 2025 г.



- О прогрессе в выполнении плана по обязательствам до 2025 года будет сообщено в специальном Отчете об устойчивом развитии за 2024 год

ФРУКТЫ И ОВОЩИ

Магнит сегодня

Зонтичный бренд «Магнит»
Описание форматов
Магазины у дома • Супермаркеты
Дрогери • Магазины у дома «Дикси»
Прочие малые форматы и пилоты • E-com
Собственное производство и Частная марка
Поставщики • Цепочки поставок
Персонал



Зонтичный бренд «Магнит»: миссии и форматы

Все нужное рядом

Ключевые форматы офлайн вкл. аптеки в продовольственных магазинах и дрогери

Новые перспективные форматы

- Фокусные
- Дополнительные

		У дома «Шаговой доступности»	Семейный Супермаркет	Экстра Суперстор	Косметик Дрогери	Аптека Фарма	Моя цена Мягкий дискаунтер	У дома «плюс»	М Сити Ultra-convenience	GO Киоск	B1 Жесткий дискаунтер
		+ e-commerce, закрывающий все миссии широким ассортиментным предложением									
Миссии	Перекус на ходу										
	Продукты на вечер ¹										
	Повседневные покупки										
	Закупка впрок										
	Покупки для особого случая										
	Площадь, кв. м	200-500	850-2 200	2 300-5 000	120-350	20-70	100-250	650-900	100-250	15-50	280-350
	Ассортимент, SKU	~5 700	~14 100	~23 200	~8 300	~3 800	~2 000	~9 500	1 500-3 000	~400	~1 100

Отличительные особенности

Мультиформатная модель

Единый бренд

Единая программа лояльности

Эмоциональная связь

Собственное производство

1. Включая готовые к употреблению продукты питания
По состоянию на 31.12.2024 г.



Магазины у дома «Магнит»

01



3D-тур

Удобный магазин для ежедневных покупок с широким выбором необходимых продуктов питания и непродовольственных товаров по привлекательным ценам



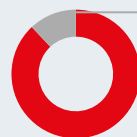
Площадь магазина, кв. м



Общая площадь,
473

Торговая площадь,
351

Структура продаж



11% Непрод. товары

89% Прод. товары

Ассортимент, SKU



>5 тыс.

Описание

- ✓ Продукты на вечер
- ✓ Повседневные покупки
- ✓ Готовые блюда



Расположение

Спальные и деловые районы, торговые центры

Доля в чистой розничной выручке

69%

В 2024 году



Магазины у дома «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м



Средний чек
(без НДС) 2024 год, руб.



Количество покупателей
2024 год, млн



LTM - плотность продаж*,
тыс. руб./кв. м/год



LFL 2024

Рост среднего чека



Рост трафика



Рост выручки



Открытие магазина

Срок окупаемости



Стоимость магазина тыс. руб.
на кв. м торговой площади



Выход на зрелый уровень продаж



По состоянию на 31.12.2024 г.
Операционные показатели включают результаты магазинов у дома и прочих малых форматов, в том числе мягких дискаунтеров «Моя цена», жестких дискаунтеров «Первый выбор», магазинов «М Сити», «Магнит Go» и «Магнит у дома плюс».



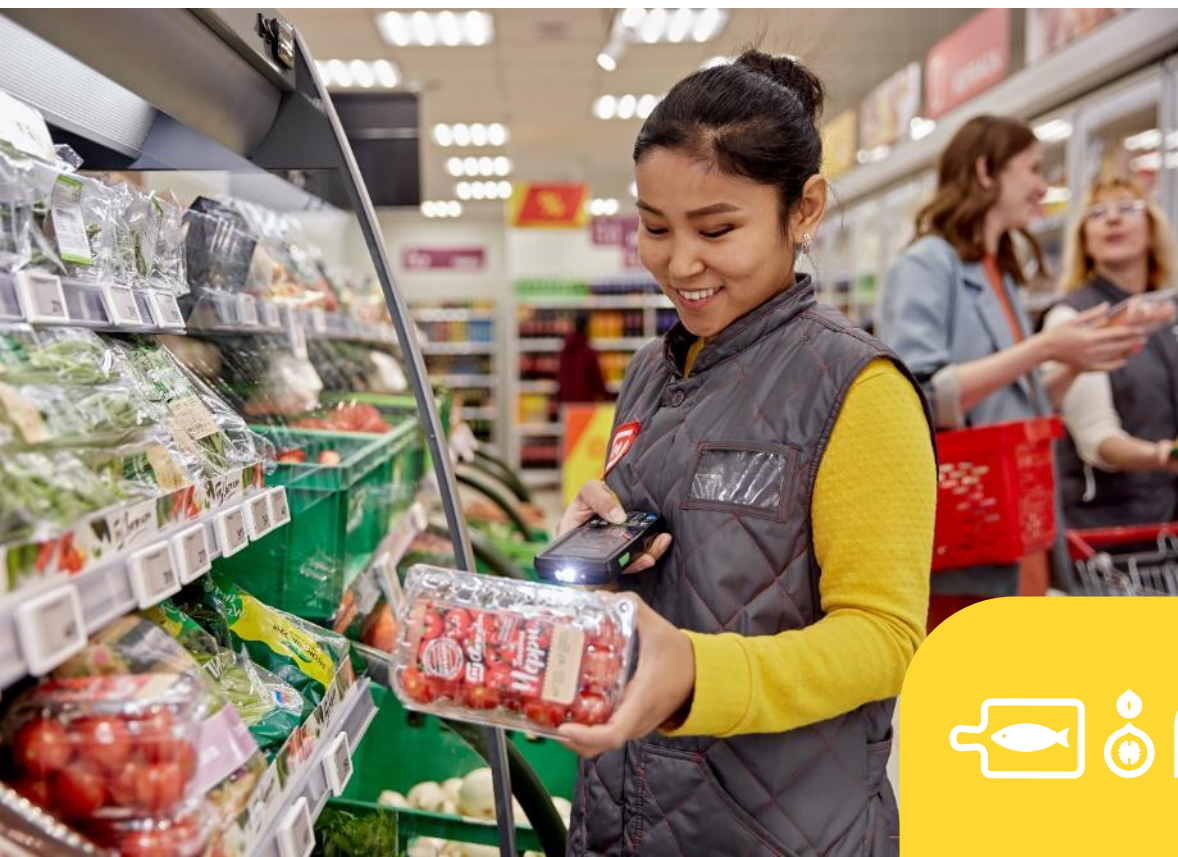
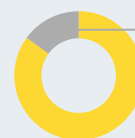
Супермаркеты «Магнит»

01



3D-тур

Удобный и доступный магазин, предлагающий расширенный ассортимент, повышенное качество обслуживания и разумные цены

**Площадь магазина, кв. м**Общая
площадь, 4 462Торговая
площадь, 2 056**Структура продаж**

14% Непрод. товары

86% Прод. товары

Ассортимент, SKU**14-23 тыс.****Описание**

- ✓ Продукты на вечер
- ✓ Повседневные покупки
- ✓ Готовые блюда
- ✓ Небольшая закупка
- ✓ Сезонные покупки
- ✓ Закупка впрок

**Расположение**

Спальные и деловые районы, торговые центры, транспортные магистрали

Доля в чистой розничной выручке**9%**

В 2024 году

Супермаркеты «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м



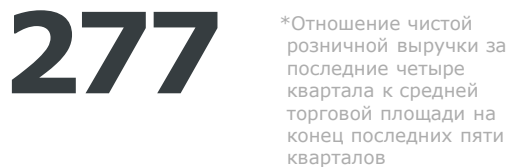
Средний чек
(без НДС) 2024 год, руб.



Количество покупателей
2024 год, млн



LTM - Плотность продаж*,
тыс. руб./кв. м/год



LFL 2024

Рост среднего чека



Рост трафика



Рост выручки



Редизайн магазина



тыс. руб. – стоимость редизайна
магазина на кв. м торговой площади



Дрогери

01



3D-тур

Магазин рядом с домом с широким ассортиментом товаров повседневного спроса в категориях «Косметика», «Бытовая химия», «Товары для дома» по доступным ценам



Площадь магазина, кв. м



Общая площадь,
285

Торговая площадь,
228

Структура продаж



100% непрод. товары

Ассортимент, SKU



8 255

Описание

- ✓ Повседневные покупки товаров для дома и предметов личной гигиены

Расположение

Спальные районы, торговые центры, улицы с высоким трафиком



Доля в чистой розничной
выручке

8%

В 2024 году



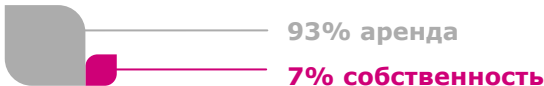
Магазины дрогери

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

1 834 3,5%
Рост год к году



Средний чек
(без НДС) 2024 год, руб.

499 9,7%

Количество покупателей
2024 год, млн

455 3,0%

LTM - Плотность продаж*
тыс. руб./кв. м/год

126

*Отношение чистой розничной выручки за последние четыре квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов

LFL 2024

Рост среднего чека

9,7%

Рост трафика

0,2%

Рост выручки

10,0%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда

3-4 года

Стоимость магазина тыс. руб.
на кв. м торговой площади

Новый магазин

36

Редизайн

29

Выход на зрелый уровень продаж

12 месяцев

Прочие малые форматы и пилоты

01



М Сити

Компактные магазины с уютным интерьером и зоной кафе, где можно зарядить телефон, подключиться к Wi-Fi-сети, перекусить, взять готовую еду с собой, совершить небольшие покупки



Магнит GO

Киоски, ориентированные на импульсный спрос, с акцентом на готовую еду и продукты для быстрого перекуса



Магнит у дома «ПЛЮС»

Магазины с расширенным ассортиментом и большей площадью, направленные на покупателей с высокими требованиями к качеству товаров и готовой продукции

Площадь и расположение

100–250 кв. м

Расположены в местах с высоким трафиком: рядом с офисами, университетами и различными предприятиями

15–50 кв. м

Расположены в местах с высоким Трафиком: офисы, транспортные узлы, пешеходные улицы, парки, спортивные объекты, учебные заведения

650–900 кв. м

Расположены в местах с активным пешеходным и автомобильным трафиком, рядом с жилыми районами

Ассортимент, SKU

1 500–3 000

400

9 500

Отличительные особенности

- Выпечка, приготовленная в магазине
- Готовая к употреблению продукция
- Мытые и готовые к употреблению фрукты
- Молочные продукты
- Мороженое

- Готовые к употреблению блюда
- Снеки
- Напитки
- Мороженое
- Кондитерские изделия

- Зона кафе
- Расширенный выбор готовой продукции
- Кулинария на развес
- Услуга нарезки сыров и колбас

Прочие малые форматы и пилоты

02

Мягкий
дискаунтер

Моя цена

Магазин низких цен без излишеств, с уютной атмосферой и небольшим ассортиментом высокого качества, закрывающий основные потребности клиентов

Жесткий
дискаунтер

Первый выбор (В1)

Технологичный и инновационный магазин с фокусом на ограниченный качественный ассортимент по привлекательным ценам, закрывающий основные потребности покупателя



Магнит Аптека

Удобно расположенные небольшие магазины с лекарствами и товарами для здоровья по доступным ценам

Площадь и
расположение

100–250 кв. м

Расположены в спальных районах, регионах с невысокими доходами, малонаселенных регионах

280–350 кв. м

Расположены в локациях с плотным количеством домохозяйств или местах торговли в небольших городах

20–70 кв. м

Расположены рядом с магазинами drogery и (или) продуктовыми магазинами

Ассортимент, SKU

2 000

1 100

3,800

Отличительные особенности

- Качественные собственные торговые марки
- Товары «первой цены» в экономичной упаковке

- Фрукты и овощи
- Свежий хлеб и выпечка
- Товары на вес (орехи, конфеты)
- Сезонные коллекции продуктов и непродовольственных товаров

- Аптеки, магазины drogery и продуктовые магазины взаимно стимулируют трафик друг друга, приумножая экономический эффект
- Синергия в цепочке поставок и операционных затратах магазина



Развитие электронной коммерции во всех миссиях

Миссии

Экспресс



Впрок



E-Pharma

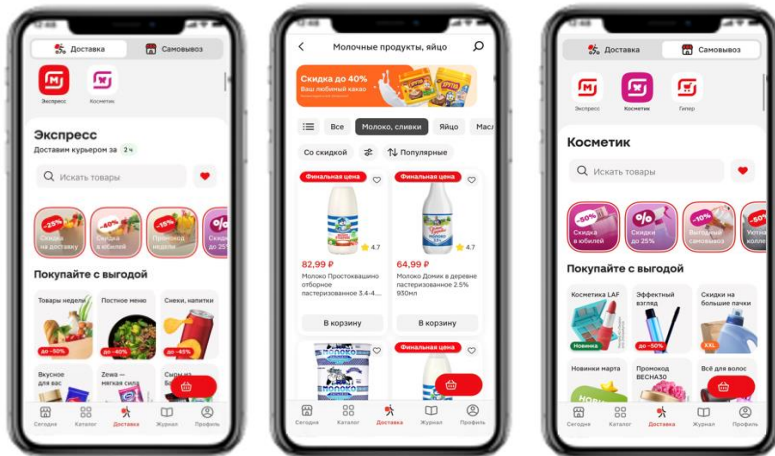


Магнит Маркет



Собственный сервис

- Доставка «Магнита»
- Возможность самовывоза



Сервис «Магнит Доставка» интегрирован в основное мобильное приложение

- Раздел «Доставка» добавлен в основное приложение Магнита
- Внедрена быстрая и простая навигация с прокруткой ленты и вкладкам
- Запущена опция самовывоза

Партнеры

Яндекс  Еда

 Деливери

 купер



100,6
млрд руб.

GMV¹ за 2024 г.



189 340

среднее кол-во заказов
в день в 2024 г.



1 452 руб.

средний чек с НДС по
всем онлайн-сервисам



28 658

магазинов подключено,
с учетом аптек

По состоянию на 31.12.2024 г.

1. GMV - Gross Merchandise Value – общий торговый онлайн-оборот; это совокупный оборот по конечной стоимости для покупателей на онлайн-площадках, включая «Магнит Маркет», «Дикси» и «Самбери», до вычета промокодов и налогов (НДС), включая собственный и комиссионный товар, стоимость доставки, подарочные сертификаты за вычетом скидок, возвратов и отмен. GMV не включает услуги поставщиков и продавцов товаров (фотопечать, центр подготовки товаров, реклама и др.)



«Магнит Доставка»

Включает собственные и партнерские проекты доставки заказов



+81%

прирост заказов «Магнит Доставки» год к году¹



x2,5

рост количества заказов через собственное приложение



x3

рост количества курьеров, сотрудничающих с «Магнит Доставкой»



<50 минут

среднее время доставки по всей стране в декабре 2024 г.²



>26,6 тыс.

магазинов подключено к сервису доставки на конец года³



>140 тыс. SKU

доступно во всех сервисах «Магнит Доставка»



82%

выручки «Магнит Доставки» генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга



EBITDA >0

в 4 квартале 2024 г.

По состоянию на 31.12.2024 г.; в 2024 г.

1. 49 млн заказов в 2024 г.

2. Только экспресс-доставка

3. Из них 68% формата «у дома», ключевого для Компании



«Магнит Маркет»

Дополнительный канал продаж с максимально широким ассортиментом и уникальным торговым предложением



275

населенных пунктов (+124% к 2023 г.)



4 634

пункта выдачи заказов



1,2 млн SKU

доступно в «Магнит Маркет»

ТОП-3

маркетплейс по количеству пунктов выдачи в основных городах присутствия

FBS¹

новая модель работы с селлерами² (запуск запланирован на 2025 год)

Интеграция в мобильное приложение «Магнит: акции и доставка»

новые возможности по персонализации предложений для покупателей «Магнита»

По состоянию на 31.12.2024 г.; в 2024 г.

1. FBS (Fulfilment by Seller, доставка со склада продавца) – это модель работы на маркетплейсах, где продавец сам занимается упаковкой, хранением и отправкой товаров покупателям.

2. Селлер (англ. — продавец) — это физическое лицо или компания, которая продает товары на маркетплейсе



Частная марка и собственное производство как основные отличительные особенности

Частная марка

Улучшение портфеля СТМ – закрытие большего количества миссий



Покупатель – главный приоритет, поэтому мы фокусируемся на качестве, открывая дегустационные студии, собирая обратную связь через приложение и проводя исследования 100% SKU в собственных лабораториях

Цель: достичь 100% доступности продуктов СТМ во всех магазинах

Выделение минимум 2-х фейсингов¹ для большинства брендов СТМ²

Собственное производство

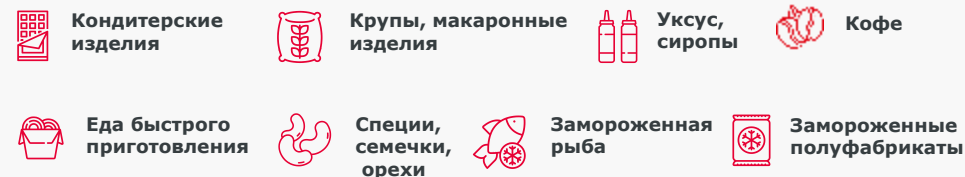
Эксклюзивные товары с отличным соотношением цены и качества

Дальнейшие точечные инвестиции помогут усилить дифференциацию и получить высокую доходность

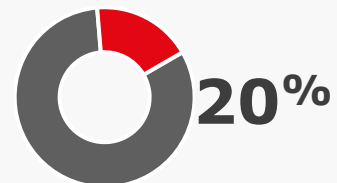
7 сельскохозяйственных комплексов



14 производственных предприятий



Доля частной марки в выручке



Стратегические партнерства с поставщиками

Не только эксклюзивные бренды / SKU, но также:

- реализация проектов в цепочках поставок
- оптимизация затрат на мерчандайзинг
- обмен данными
- совместные маркетинговые и промо-кампании

1. Фейсинг – количество единиц товара, визуально доступных покупателю на полке магазина

2. Где применимо



Развитие собственного производства в 2024 году

-  Запустили центр выращивания зеленых культур «Зелень Юга»
-  Получили сертификат соответствия овощей, выращиваемых тепличным комплексом «Зеленая линия», улучшенным характеристикам «Зеленый эталон»
-  Расширили площади под картофелем российской селекции до 225 га
-  Увеличили производство томатов черри
-  Урожайность шампиньонов и вешенок достигла лучших показателей в отрасли
-  Увеличили общее количество пекарен в магазинах «у дома» до более 4 тысяч по всей стране
-  Масштабировали предложение готовой еды под брендом «М Кухня» на все магазины «у дома»
-  «Магнит Аптека» запустила новый собственный бренд Т.А.В. для БАДов и витаминов
-  Запустил новую собственную торговую марку декоративной косметики – LAF
-  Завоевали три награды на премии Private Label Awards 2024 (SobMaExpo)





Поставщики

Компания поддерживает разнообразие ассортимента за счет тщательно проработанных методов закупок, включая стратегическое партнерство с поставщиками

5,2 тыс.

поставщиков,
из них

~2,4 тыс.

локальных

>750

российских
поставщиков стали
новыми партнерами
«Магнита» в 2024 г.

>15 тыс.

действующих и
потенциальных
партнеров
зарегистрированы в
системе SRM 2.0





Сотрудничество с фермерскими хозяйствами

Компания активно работает с фермерами, производящими уникальные продукты высокого качества

>166

партнерских
фермерских хозяйств

~2,5 млрд руб.

товарооборот
фермерской продукции
в розничной сети

>1,3 тыс.

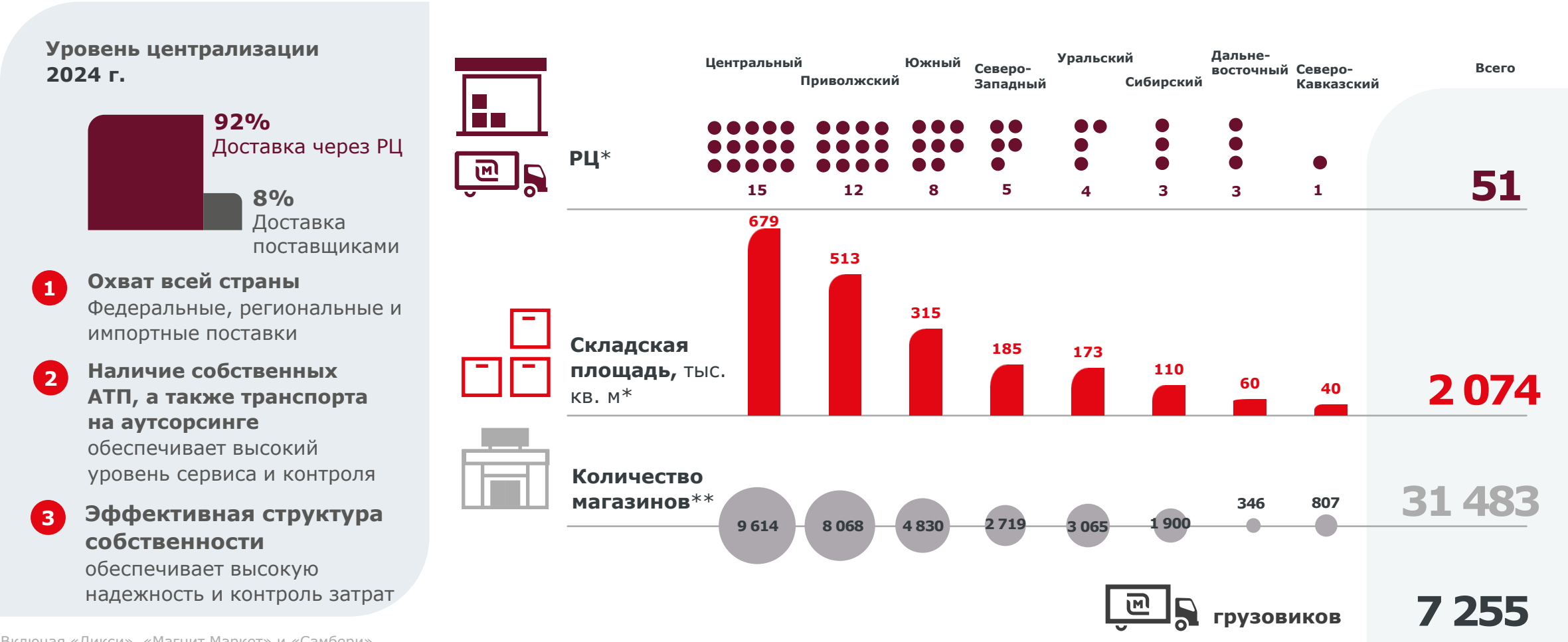
наименований
фермерской продукции
в ассортименте сети

41%

доля фермерской
продукции в поставках
по системе
агроконтрактации



Цепочки поставок



*Включая «Дикси», «Магнит Маркет» и «Самбери».

**Включая 134 жестких дискаунтера, обслуживаемых РЦ, который работает по 3PL-модели и не учитывается в общем количестве РЦ.

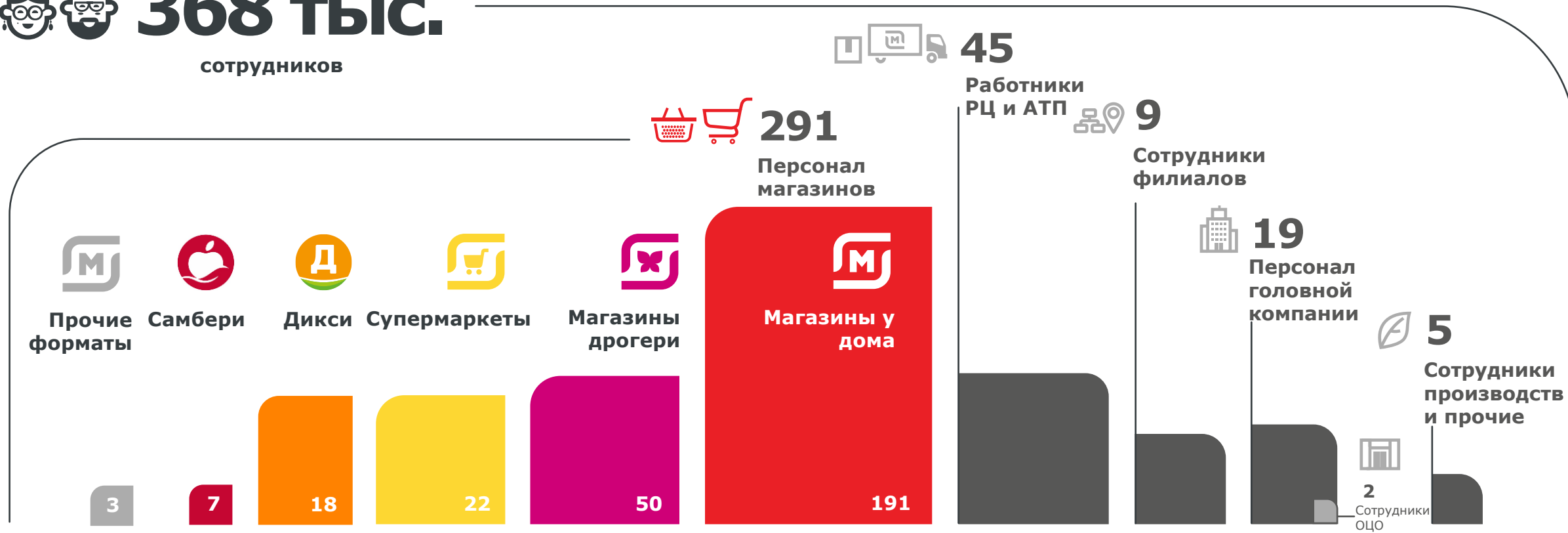
По состоянию на 31.12.2024 г.

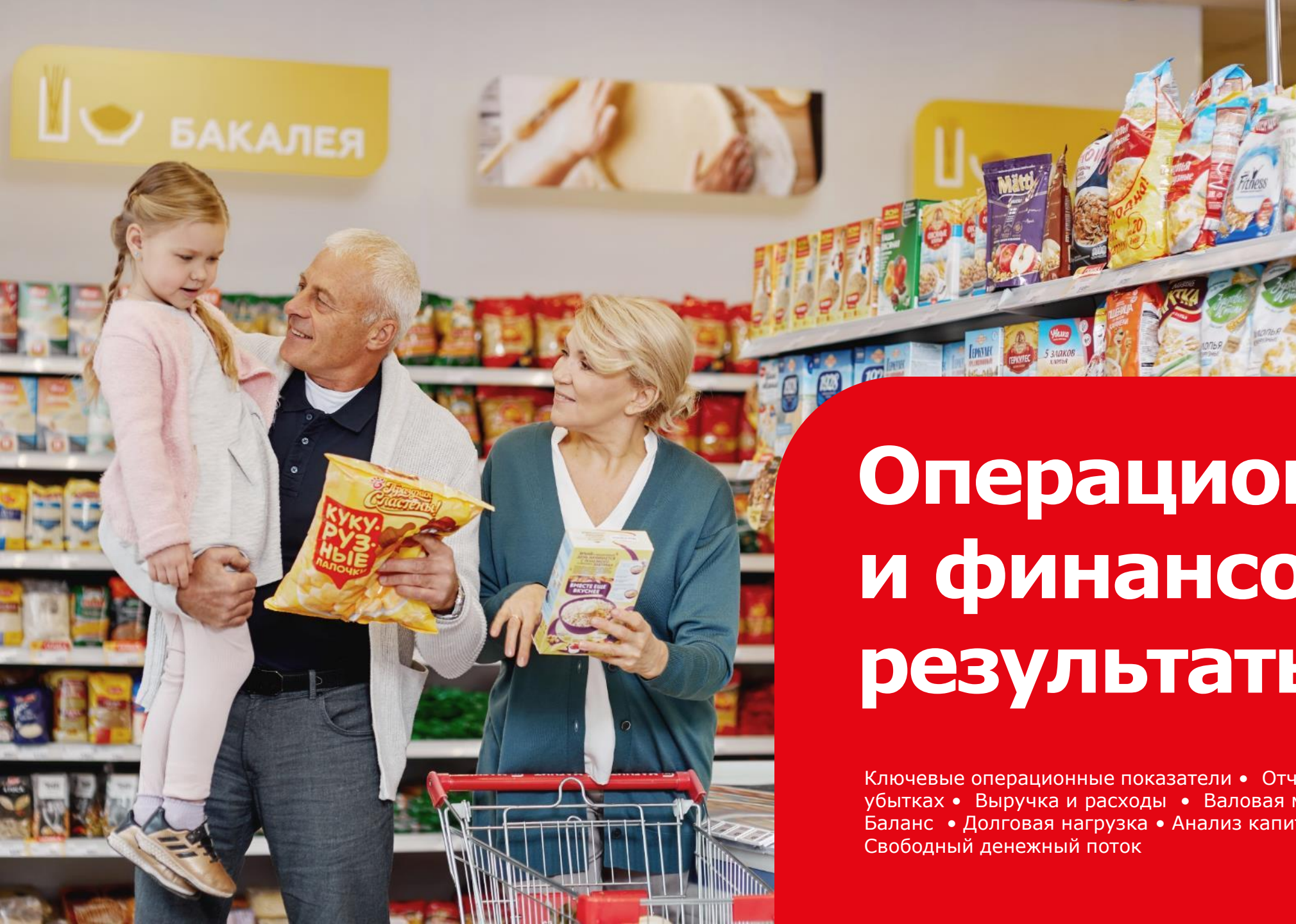
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/ или процентного изменения обусловлены округлением.



Персонал

 **368 тыс.**
сотрудников





Операционные и финансовые результаты

Ключевые операционные показатели • Отчет о прибылях и
убытках • Выручка и расходы • Валовая маржа и EBITDA
Баланс • Долговая нагрузка • Анализ капитальных затрат
Свободный денежный поток

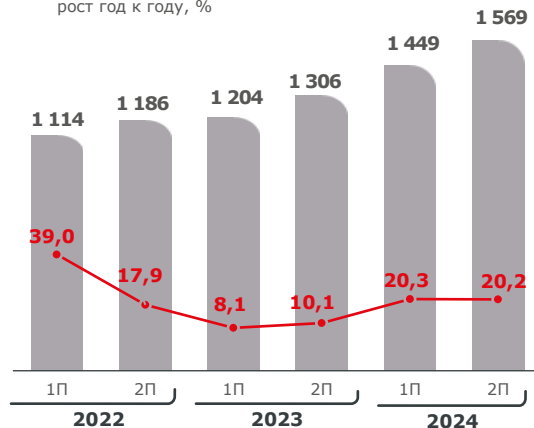


Ключевые операционные показатели

[Назад к исходному слайду →](#)

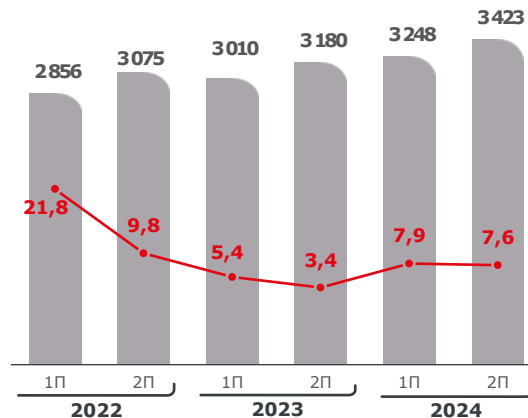
1 Чистая розничная выручка, млрд руб.

● Чистая розничная выручка, рост год к году, %



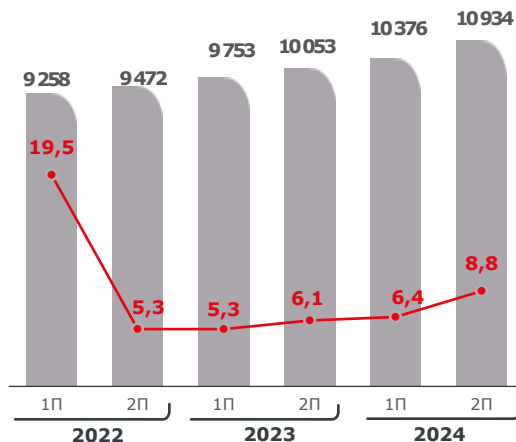
2 Количество покупателей, млн

● Количество чеков, рост год к году, %



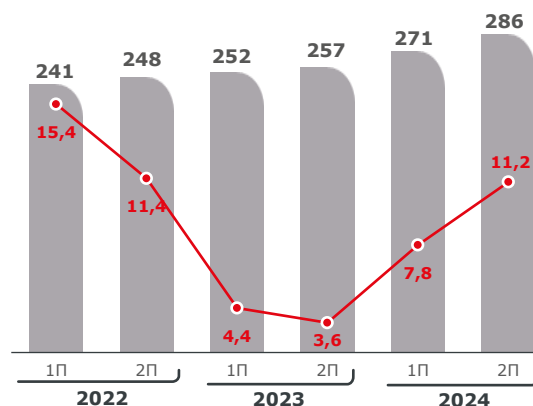
3 Торговая площадь, тыс. кв. м

● Торговая площадь, рост год к году, %

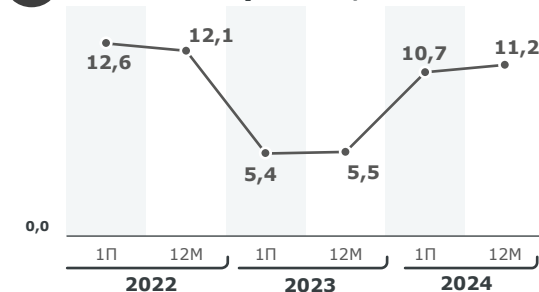


4 LTM - Плотность продаж*, тыс. руб./кв.м/год

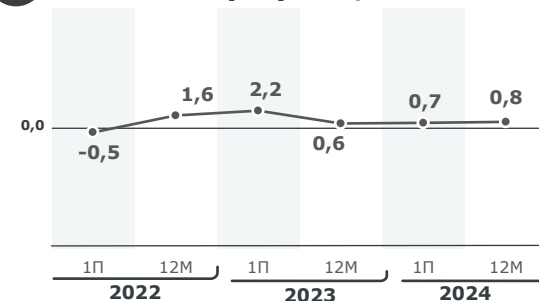
● Плотность продаж, рост год к году, %



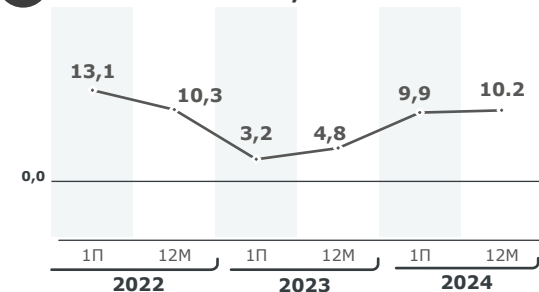
A Рост LFL продаж, %



B Рост LFL трафика, %



C Рост LFL чека, %



* Отношение чистой розничной выручки за последние четыре квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов. Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.

Отчет о прибылях и убытках

млн руб.

До применения МСФО 16

МСФО 16

	2024	2023	Рост год-к-году	2024	2023	Рост год-к-году
Чистая выручка	3 043 434	2 544 689	19,6%	3 043 434	2 544 689	19,6%
Себестоимость реализации	-2 359 065	-1 967 428	19,9%	-2 356 611	-1 965 502	19,9%
Валовая прибыль	684 368	577 261	18,6%	686 823	579 187	18,6%
Валовая маржа, %	22,5%	22,7%	-20 б. п.	22,6%	22,8%	-19 б. п.
SG&A ¹	-554 209	-443 868	24,9%	-438 972	-343 147	27,9%
Прочие доходы, нетто	36 242	27 834	30,2%	37 676	28 547	32,0%
Доходы от аренды, субаренды	5 496	5 030	9,3%	5 409	5 028	7,6%
EBITDA	171 897	166 256	3,4%	290 935	269 614	7,9%
EBITDA маржа, %	5,6%	6,5%	-89 б. п.	9,6%	10,6%	-104 б. п.
Амортизация и обесценение ОС, НМА, прав аренды	-76 045	-68 613	10,8%	-146 967	-134 098	9,6%
EBIT	95 852	97 643	-1,8%	143 969	135 517	6,2%
Прибыль/убыток по курсовым разницам	1 636	8 229	-80,1%	1 653	8 249	-80,0%
Чистые финансовые расходы	-24 540	-13 817	77,6%	-85 580	-61 030	40,2%
Прибыль до налогообложения	72 949	92 055	-20,8%	60 042	82 736	-27,4%
Чистая прибыль	49 980	66 137	-24,4%	44 334	58 678	-24,4%
Маржа чистой прибыли, %	1,6%	2,6%	-96 б. п.	1,5%	2,3%	-85 б. п.
Приходящаяся на:						
Аktionеров материнской компании	49 323	66 137	-25,4%	44 103	58 678	-24,8%
Неконтролирующие доли участия	657			231		

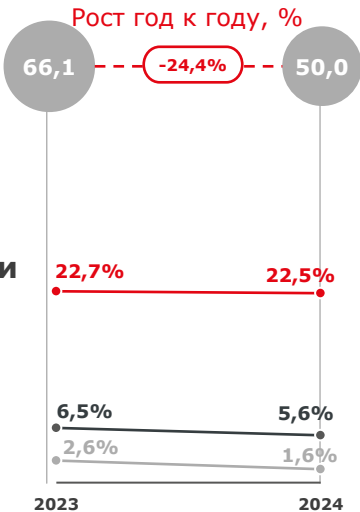
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
Здесь и далее показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г. согласно правилам МСФО.
¹ Не включает амортизацию и обесценение ОС и НМА и прав аренды
Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности; МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО

Выручка и расходы

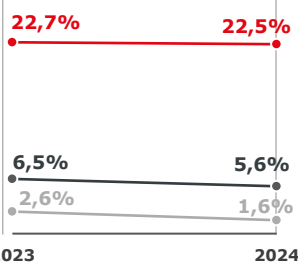
Динамика
выручки,
млрд руб.



Динамика
чистой
прибыли,
млрд руб.



Динамика
рентабельности



Валовая маржа

EBITDA маржа

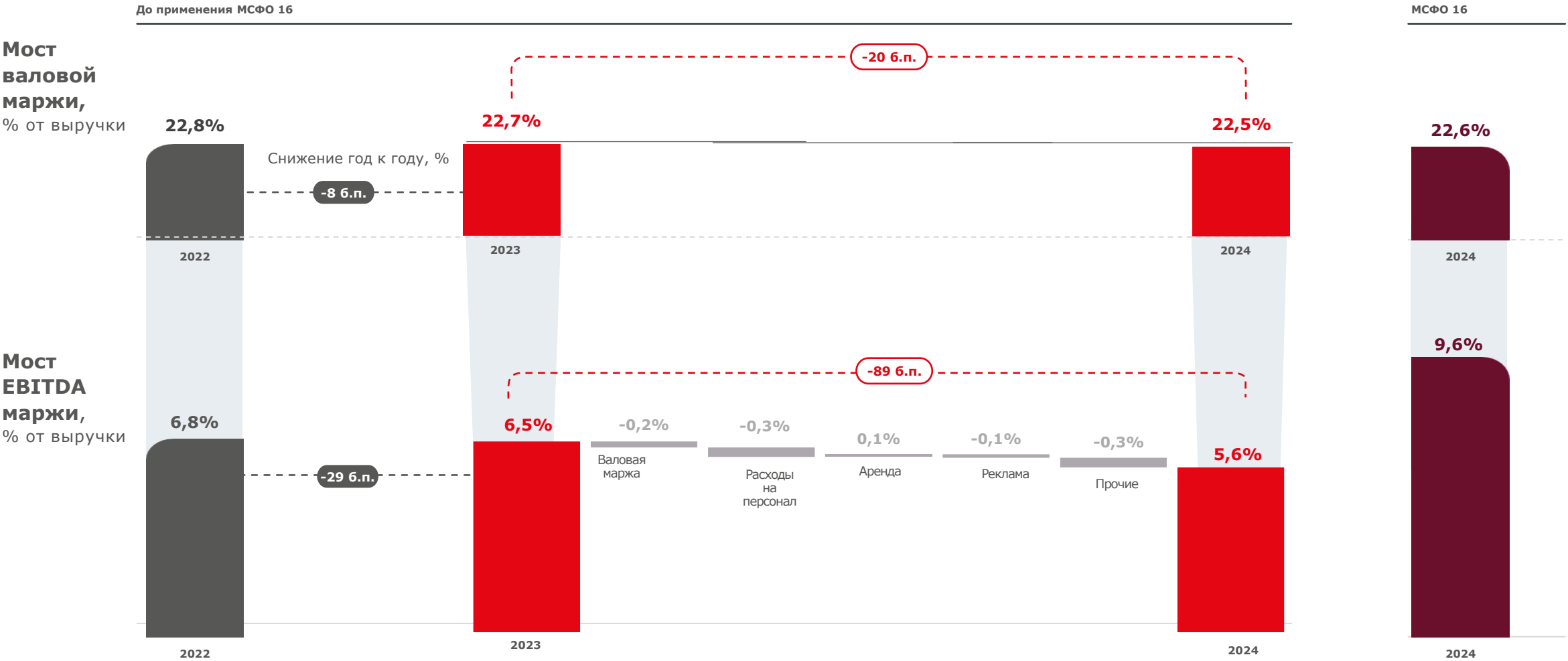
Маржа чистой прибыли

Структура расходов



Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/ или процентного изменения обусловлены округлением.
Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности, 2024 г.

Валовая маржа и EBITDA



Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности, МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО

Баланс

млн руб.

АКТИВЫ	31.12.2024	31.12.2023
Основные средства	451 406	367 050
Активы в форме права пользования	453 887	421 347
Гудвил	96 914	73 552
Прочие внеоборотные активы	38 235	23 168
Денежные средства и их эквиваленты	159 470	221 286
Запасы	270 417	233 693
Торговая и прочая дебиторская задолженность	21 001	12 844
Авансы выданные	63 749	56 596
Налоги к возмещению	3 549	1 210
Краткосрочные финансовые активы	1 252	16 696
Краткосрочные чистые инвестиции в субаренду	114	-
Прочие оборотные активы	2 323	-
Авансы по налогу на прибыль	1 596	2 101
ИТОГО АКТИВЫ	1 563 914	1 429 543

КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	31.12.2024	31.12.2023
Капитал, приходящийся на акционеров материнской компании	174 275	158 467
Неконтролирующие доли участия	7 039	-
Долгосрочные кредиты и займы	151 050	280 940
Долгосрочные обязательства по аренде	474 268	429 538
Прочие долгосрочные обязательства	26 151	5 566
Торговая и прочая кредиторская задолженность	373 983	300 292
Краткосрочные кредиты и займы	260 868	121 195
Краткосрочные обязательства по аренде	62 192	62 887
Дивиденды к выплате	2 924	27 972
Прочие краткосрочные обязательства	31 164	42 686
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	1 563 914	1 429 543

Источник: МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/ или процентного изменения обусловлены округлением.

Долговая нагрузка

Низкий валютный риск

Отсутствие долга в иностранной валюте

76,2% долга с фиксированной ставкой и 23,8% с переменной ставкой

Средний срок погашения долга

10 месяцев

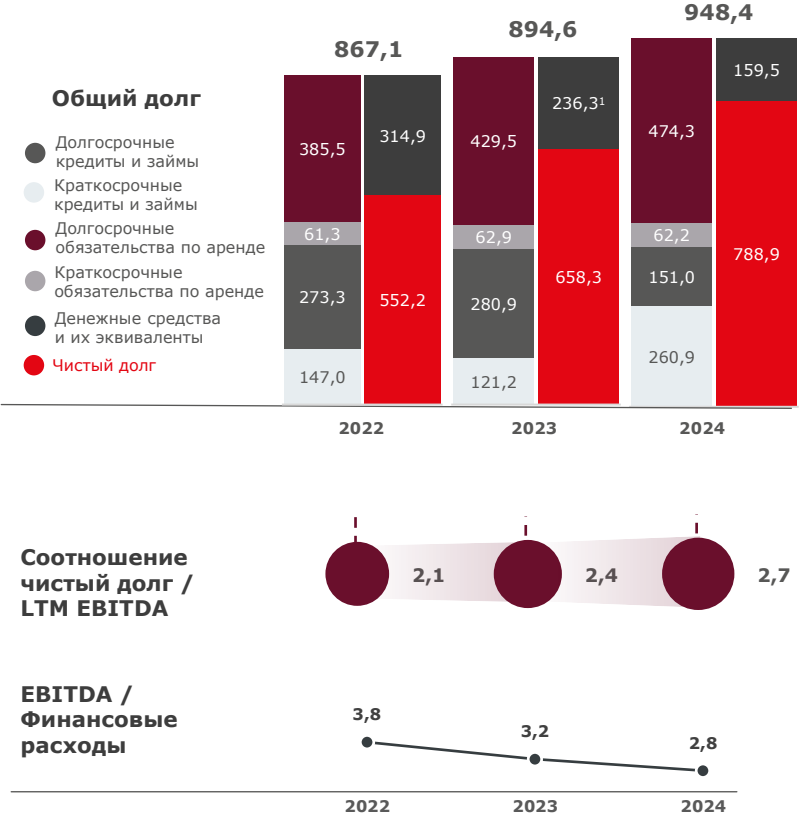
Средневзвешенная стоимость долга

13,8% на 31.12.2024 г.

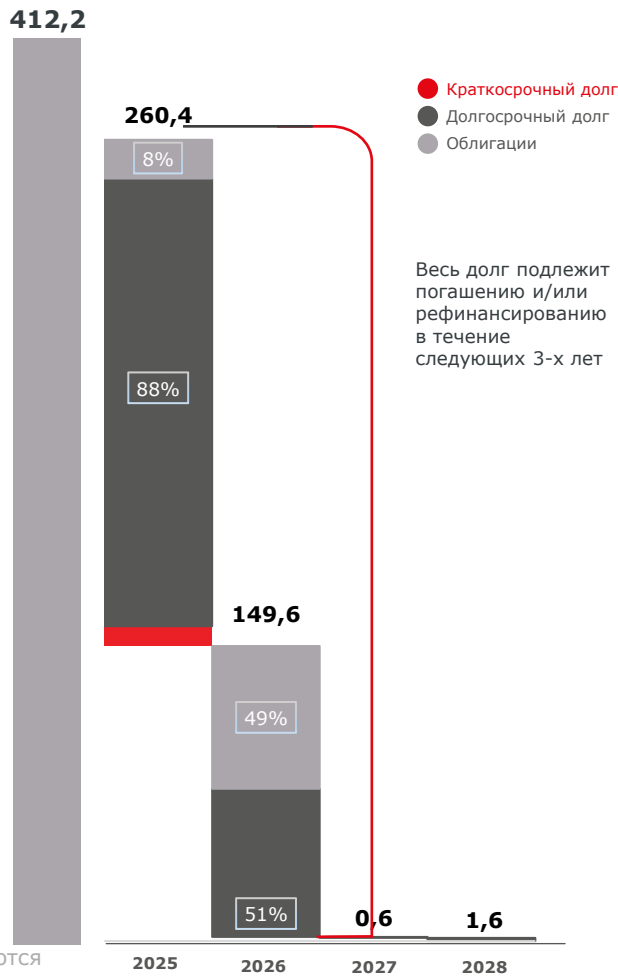
Низкая долговая нагрузка

Соотношение чистый долг / LTM EBITDA – 2,7х

Динамика уровня долга, млрд руб.



Кредитный портфель² млрд руб.

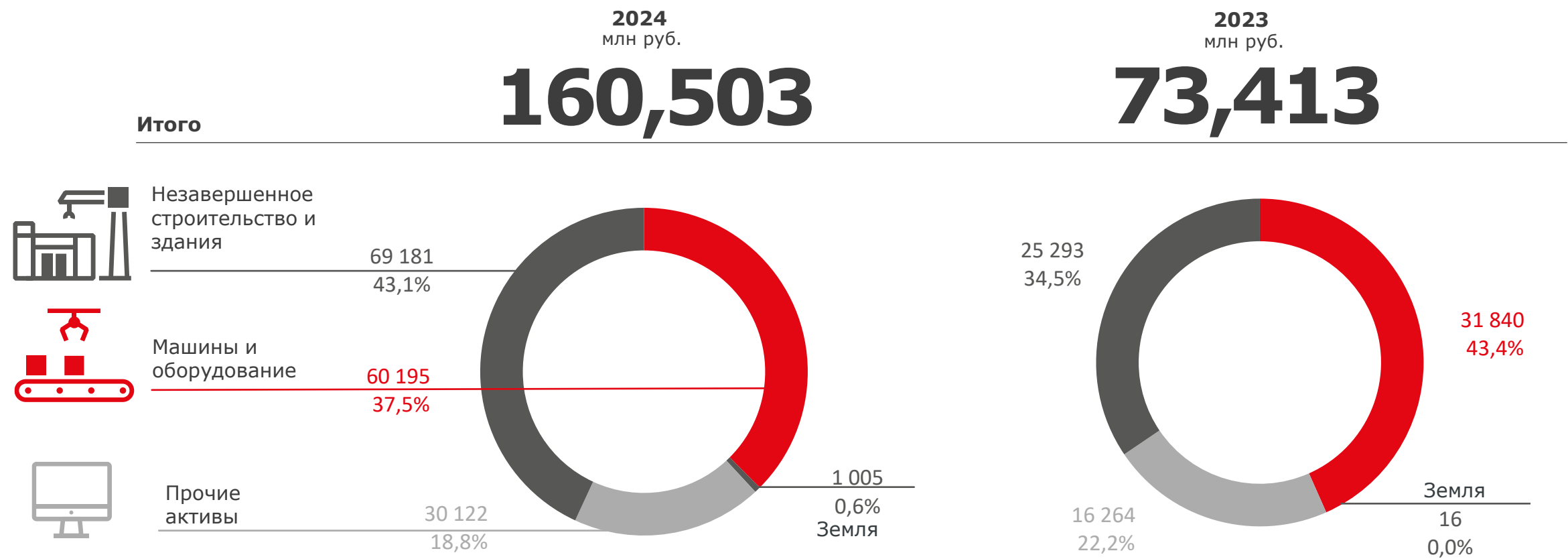


По состоянию на 31.12.2024 г.
Источник: МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО

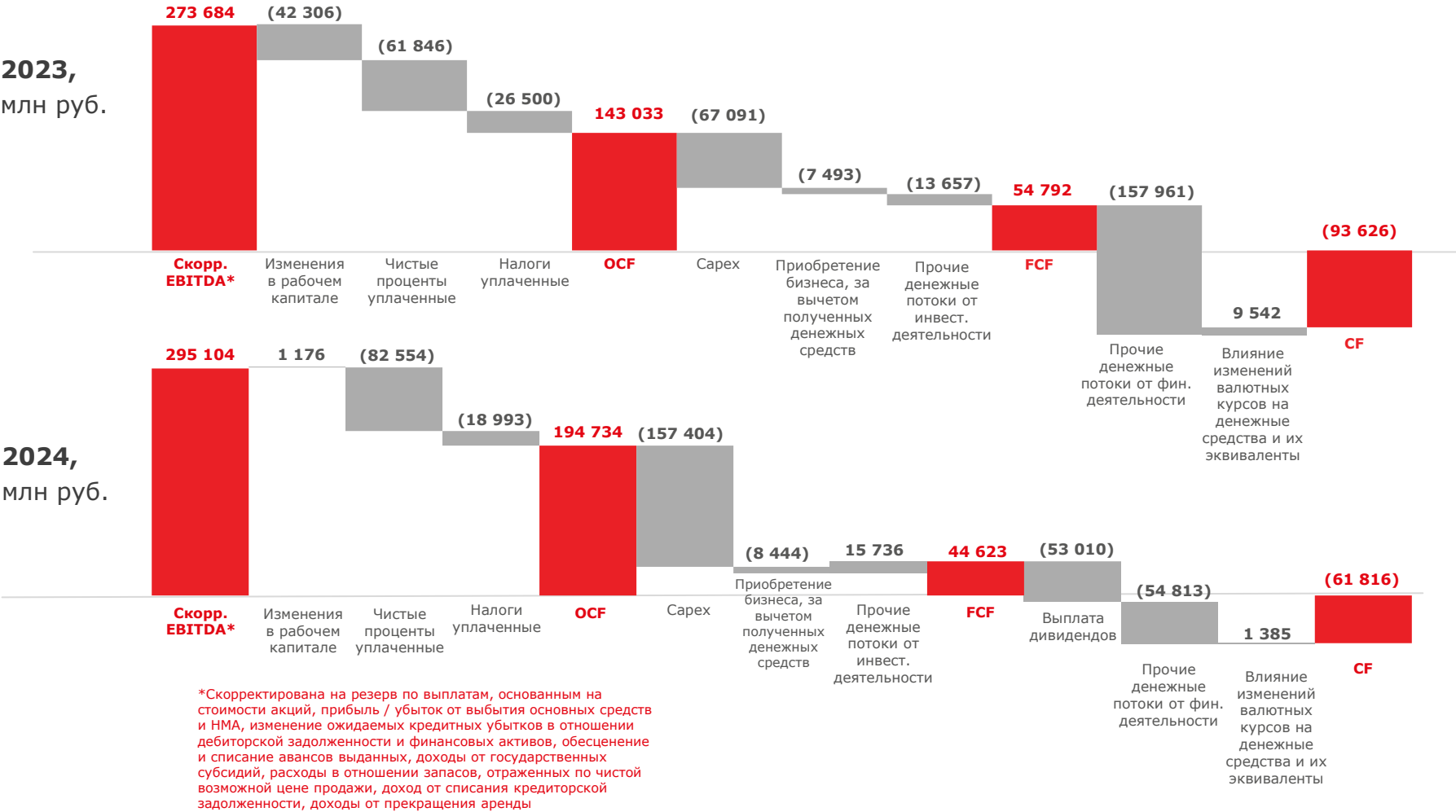
1. При расчете показателя были учтены суммы депозитов, отраженных в составе финансовых активов. Средства, размещенные на данных депозитах, являются высоколиквидными и могут быть изъяты в любой момент без потери стоимости (без штрафов за изъятие)

2. Тип долга зависит от срока погашения займа. Займы, срок погашений которых превышает 365 дней, относятся к долгосрочным.

Анализ капитальных затрат



Свободный денежный поток



Анализ рабочего капитала

37 дней

Средний срок расчета с поставщиками

39 дней

Оборачиваемость запасов

Приложение

Российская макросреда
Операционные результаты





Российская макросреда

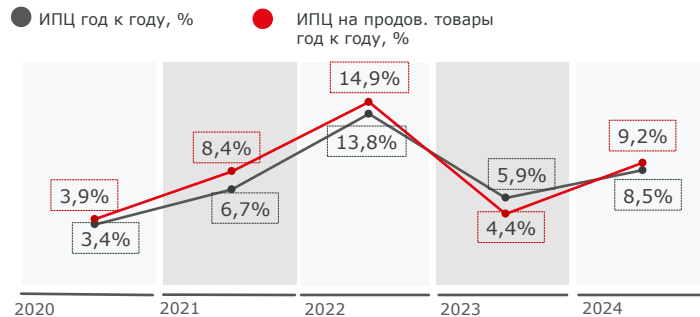


[Назад к исходному слайду →](#)

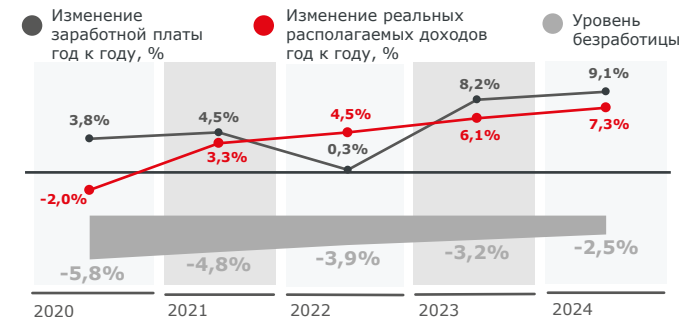
1 Рост ВВП в реальном выражении в 2024 году ускорился год к году до 4,3%



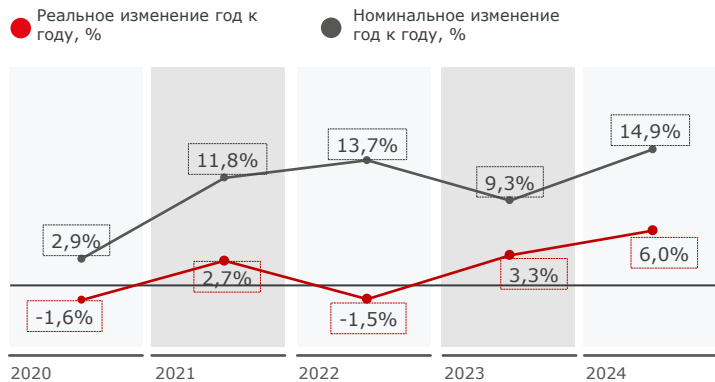
2 Инфляция в 2024 г. ускорилась год к году



3 Реальные располагаемые доходы населения в 2024 г. выросли год к году. Уровень безработицы в 2024 г. улучшился до 2,5%



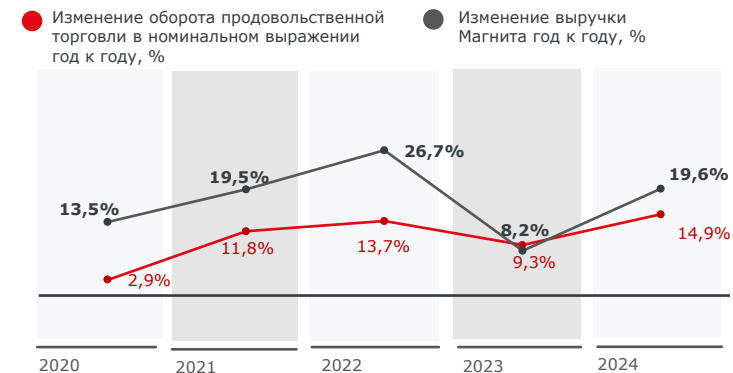
4 Рост продовольственной торговли в реальном выражении в 2024 году ускорился год к году. Сильные игроки наращивают долю рынка



5 Потребительская уверенность в 2024 г. выросла год к году



6 Наблюдается ускорение роста продовольственной розницы в номинальном выражении в 2024 г. Магнит показывает двузначные темпы роста выручки





Операционные результаты

млрд руб.	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022	1 кв. 2023	2 кв. 2023	1П 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023	1П 2024	2024
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА	547,7	588,6	594,4	621,3	2 352,0	596,8	632,7	1 229,5	628,5	686,7	2 544,7	1 460,1	3 043,4
рост год к году, %	37,7%	38,7%	21,5%	14,1%	26,7%	9,0%	7,5%	8,2%	5,7%	10,5%	8,2%	18,8%	19,6%
ЧИСТАЯ РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА	534,8	579,0	582,9	603,0	2 299,7	583,2	620,5	1 203,7	623,9	681,7	2 509,3	1 448,5	3 017,9
рост год к году, %	37,9%	40,0%	22,6%	13,6%	27,2	9,0%	7,2%	8,1%	7,0%	13,1%	9,1%	20,3%	20,3%
Магазины у дома «Магнит»	358,2	396,6	400,9	414,1	1 569,8	406,4	436,6	843,0	437,8	477,0	1 757,8	995,7	2 076,6
Магазины у дома «ДИКСИ»	70,5	75,9	69,7	68,8	284,9	66,6	71,5	138,2	69,6	75,8	283,6	158,1	326,3
Супермаркеты	53,8	56,3	58,5	65,1	233,7	59,9	61,7	121,6	61,7	69,4	252,8	127,9	266,6
Дрогерии	45,9	44,2	50,7	51,7	192,5	47,0	47,7	94,6	51,3	54,8	200,7	108,9	226,9
Количество магазинов	26 605	26 731	27 059	27 405	27 405	27 909	28 309	28 309	28 707	29 165	29 165	30 109	31 483
Магазины у дома «Магнит»	16 620	16 748	17 139	17 416	17 416	17 787	18 072	18 072	18 377	18 701	18 701	19 423	20 268
Магазины у дома «ДИКСИ»	2 333	2 326	2 208	2 208	2 208	2 207	2 213	2 213	2 219	2 235	2 235	2 274	2 363
Супермаркеты	468	467	493	493	493	492	490	490	488	489	489	481	456
Дрогерии	7 146	7 161	7 219	7 288	7 288	7 423	7 534	7 534	7 623	7 740	7 740	7 931	8 050
Торговая площадь, тыс. кв. м	9 235	9 258	9 353	9 472	9 472	9 623	9 753	9 753	9 894	10 053	10 053	10 376	10 934
Магазины у дома «Магнит»	5 797	5 836	5 960	6 062	6 062	6 184	6 287	6 287	6 402	6 527	6 527	6 807	7 113
Магазины у дома «ДИКСИ»	757	754	717	719	719	721	728	728	732	739	739	756	785
Супермаркеты	935	934	986	984	984	982	980	980	981	983	983	969	938
Дрогерии	1 645	1 649	1 663	1 678	1 678	1 707	1 730	1 730	1 750	1 773	1 773	1 811	1 834



Операционные результаты

	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022	1 кв. 2023	2 кв. 2023	1П 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023	1П 2024	2024
Рост LFL выручки	12,0%	13,1%	13,8%	10,0%	12,1%	6,1%	4,7%	5,4%	3,1%	8,0%	5,5%	10,7%	11,2%
Магазины у дома «Магнит»	12,0%	13,6%	14,0%	9,6%	12,3%	8,0%	5,5%	6,7%	3,7%	9,0%	6,5%	11,4%	11,7%
Магазины у дома «ДИКСИ»			9,8%	6,4%	7,8%	0,6%	-0,9%	-0,2%	2,0%	7,7%	2,3%	11,7%	12,4%
Супермаркеты	6,6%	9,1%	12,5%	11,4%	9,9%	7,1%	5,1%	6,1%	4,6%	6,1%	5,7%	4,8%	6,5%
Дрогерии	19,7%	14,4%	19,3%	16,1%	17,4%	-1,2%	4,7%	1,7%	-3,0%	1,6%	0,4%	10,2%	10,0%
Рост LFL трафика	0,8%	-1,6%	2,5%	4,3%	1,6%	1,6%	2,6%	2,2%	-0,6%	-1,0%	0,6%	0,7%	0,8%
Магазины у дома «Магнит»	1,0%	-1,3%	3,0%	4,7%	1,8%	2,9%	3,6%	3,3%	0,3%	0,0%	1,6%	0,9%	0,8%
Магазины у дома «ДИКСИ»			1,4%	1,4%	1,4%	-3,3%	-1,4%	-2,4%	-3,8%	-3,2%	-2,9%	1,5%	2,4%
Супермаркеты	-4,0%	-4,4%	0,2%	6,3%	-0,5%	4,2%	1,9%	3,0%	0,1%	-3,6%	0,5%	-3,5%	-1,9%
Дрогерии	2,8%	-1,8%	1,4%	4,3%	1,7%	-4,3%	-0,7%	-2,5%	-6,2%	-5,5%	-4,3%	1,1%	0,2%
Рост LFL чека	11,1%	15,0%	11,0%	5,4%	10,3%	4,4%	2,0%	3,2%	3,8%	9,0%	4,8%	9,9%	10,2%
Магазины у дома «Магнит»	10,8%	15,2%	10,7%	4,7%	10,2%	5,0%	1,9%	3,3%	3,4%	9,0%	4,8%	10,4%	10,7%
Магазины у дома «ДИКСИ»			8,3%	4,9%	6,3%	4,1%	0,5%	2,2%	6,1%	11,3%	5,4%	10,0%	9,7%
Супермаркеты	11,0%	14,0%	12,2%	4,8%	10,5%	2,8%	3,1%	3,0%	4,5%	10,1%	5,2%	8,5%	8,5%
Дрогерии	16,4%	16,5%	17,7%	11,3%	15,4%	3,2%	5,5%	4,3%	3,4%	7,6%	4,9%	9,0%	9,7%



Контактная информация

Департамент по связям с инвесторами



magnitIR@magnit.ru



magnit.com/en



Ул. Солнечная, 15/2, Краснодар, 350072, Россия