

МАГНИТ ОБЪЯВЛЯЕТ О РОСТЕ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ НА 37,7% (СКОРРЕКТИРОВАННОЙ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ «ДИКСИ» - НА 18,5%) И СОПОСТАВИМЫХ ПРОДАЖ НА 12,0% В 1 КВАРТАЛЕ 2022 ГОДА

Краснодар, 29 апреля 2022 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания», «Магнит»; MOEX и LSE: MGNT), объявляет операционные и неаудированные финансовые результаты деятельности за 1 квартал 2022 года.

Ключевые операционные и финансовые показатели за 1 квартал 2022 года

37,7%

РОСТ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ

- **Общая выручка выросла на 37,7%** год к году до 547,7 млрд руб. Общая выручка, скорректированная на приобретение «Дикси», выросла на 18,5%;
- Чистая розничная выручка увеличилась на 37,9% год к году и составила 534,8 млрд руб. Рост чистой розничной выручки, скорректированной на приобретение «Дикси», составил 18,8%;
- **Сопоставимые продажи (LFL)¹ увеличились на 12,0%** на фоне роста среднего чека на 11,1% и роста трафика на 0,8%;

12,0%

РОСТ LFL ПРОДАЖ

- **Компания открыла (gross) 657 магазинов** (459 магазинов у дома «Магнит» и 8 магазинов у дома «Дикси», а также 190 дрогери) или 528 магазинов (net). Общее количество магазинов сети по состоянию на 31 марта 2022 г. составило 26 605;
- **Торговая площадь Компании увеличилась на 238 тыс. кв. м.** Общая торговая площадь составила 9 235 тыс. кв. м (рост 21,4% год к году);
- **Компания выполнила редизайн 163 магазинов** (157 магазинов у дома «Магнит» и 5 магазинов у дома «Дикси», а также одного магазина дрогери). По состоянию на 31 марта 2022 г. доля новых магазинов и магазинов, прошедших редизайн, под брендом «Магнит» составила 79% магазинов у дома, 45% супермаркетов и 63% магазинов дрогери;

23,1%

ВАЛОВАЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

- **Валовая прибыль² увеличилась на 37,7% год к году до 126,8 млрд руб. Валовая рентабельность не изменилась год к году и составила**

¹ База расчета LFL-показателей включает магазины спустя 12 месяцев с даты открытия. Рост LFL-продаж и среднего чека рассчитан по выручке с НДС. Магазины «Дикси» будут включены в базу LFL спустя 12 полных месяцев с момента консолидации

² В 2022 году Группа пересмотрела свою учетную политику и стала включать сопутствующие расходы на обработку товаров с целью производства готовых кулинарных блюд и другой готовой продукции в собственной сети магазинов в состав себестоимости реализации. Руководство Группы полагает, что данное изменение приведет к более уместному и сопоставимому с другими участниками рынка представлению информации. Ранее Группа признавала данные расходы в составе коммерческих, общехозяйственных и административных расходов. Группа отразила изменение учетной политики ретроспективно.

23,1% в результате положительного влияния структуры ассортимента товаров и форматов, нивелированного ростом потерь;

- **Показатель EBITDA составил 37,7 млрд руб. Рентабельность по EBITDA** составила **6,9%** в связи с консолидацией бизнеса «Дикси» с более низкой рентабельностью;
- **Чистая прибыль не изменилась** год к году и составила 10,9 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли составила **2,0%**.

Ключевые события 1 квартала 2022 г. и после отчетного периода

- «Магнит» открыл в Узбекистане первый магазин косметики;
- «Магнит» запустил собственную курьерскую доставку и начал тестировать в Москве экспресс-доставку за 60 минут силами собственных курьеров;
- Компания запустила два даркстора в Санкт-Петербурге, ориентированных на экспресс-доставку в пределах одного часа;
- «Магнит» сообщил о своих планах запустить современное высокотехнологичное производство по обжарке и фасовке кофе на базе собственного предприятия в Твери осенью 2022 года;
- «Магнит» подключил аптеки Уральского федерального округа к услуге бронирования лекарств, которая доступна в 835 аптеках в 58 регионах;

835

аптек

ПОДКЛЮЧЕНЫ К УСЛУГЕ
«МАГНИТА» ПО ОНЛАЙН
БРОНИРОВАНИЮ
ЛЕКАРСТВ

Консолидация бизнеса «Дикси» и изменение стандартов отчетности

«Магнит» завершил приобретение розничного бизнеса «Дикси» 22 июля 2021 года, и с этого момента показатели «Дикси» консолидированы в результаты Компании. Выручка и операционные результаты магазинов под брендом «Дикси» отражаются отдельно. Показатели роста будут публиковаться начиная с 3 квартала 2022 года. Магазины «Дикси» не включены в базу LFL и войдут в нее спустя двенадцать полных месяцев с момента консолидации. Розничный бизнес «Дикси» не является отдельным сегментом – «Магнит» продолжит представлять консолидированные финансовые результаты по Группе.

Операционные результаты за 1 квартал 2022 года

Результаты LFL³

	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого (Магнит, не включая Дикси)	11,1%	0,8%	12,0%
Магазины у дома	10,8%	1,0%	12,0%
Супермаркеты	11,0%	-4,0%	6,6%
Дрогери	16,4%	2,8%	19,7%

³ Не включая магазины «Дикси». Магазины «Дикси» будут включены в базу LFL спустя 12 полных месяцев с момента консолидации

Розничная выручка

	1Кв 2022	1Кв 2021	Изменение	Изменение, %
Общая чистая розничная выручка, млн руб.	534 824	387 899	146 925	37,9%
Магнит	460 746	387 899	72 847	18,8%
Магазины у дома ⁴	358 232	299 942	58 290	19,4%
Супермаркеты ⁵	53 751	50 115	3 636	7,3%
Дрогери	45 927	35 011	10 916	31,2%
Прочие форматы ⁶	2 836	2 831	5	0,2%
ДИКСИ	74 078	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	70 525	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты ⁷	3 554	n/a	n/a	n/a
Количество чеков, млн	1 357	1 103	254	23,0%
Магнит	1 179	1 103	76	6,9%
Магазины у дома	991	922	69	7,5%
Супермаркеты	76	79	-3	-3,5%
Дрогери	105	94	11	12,1%
Прочие форматы	6	8	-1	-16,8%
ДИКСИ	178	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	173	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	5	n/a	n/a	n/a
Средний чек⁸, руб.	394	352	42	12,1%
Магнит	391	352	39	11,1%
Магазины у дома	361	325	36	11,1%
Супермаркеты	707	636	71	11,2%
Дрогери	436	373	64	17,1%
Прочие форматы	428	357	70	19,7%
ДИКСИ	416	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	408	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	709	n/a	n/a	n/a

⁴ Магазины у дома включают магазины у дома и небольшие пилотные форматы, такие как «Магнит Сити» и дискаунтеры «Моя цена»

⁵ Супермаркеты включают супермаркеты «Магнит Семейный» и суперсторы «Магнит Экстра»

⁶ Прочие форматы включают аптеки и магазины, расположенные в отделениях «Почты России»

⁷ Супермаркеты включают магазины Мегамарт и Минимарт

⁸ Без НДС

Магазины и торговая площадь

	1Кв 2022	1Кв 2021	Изменение	Изменение, %
Количество магазинов (на конец периода)	26 605	21 900	4 705	21,5%
Магнит	24 234	21 900	2 334	10,7%
Магазины у дома	16 620	15 098	1 522	10,1%
Супермаркеты	468	471	-3	-0,6%
Дрогери	7 146	6 331	815	12,9%
ДИКСИ	2 371	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	2 333	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	38	n/a	n/a	n/a
Количество открытых магазинов (Net)	528	336	192	57,1%
Магнит	608	336	272	81,0%
Магазины у дома	430	187	243	129,9%
Супермаркеты	-2	1	-3	-300,0%
Дрогери	180	148	32	21,6%
ДИКСИ	-80	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	-79	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	-1	n/a	n/a	n/a
Общая торговая площадь (на конец периода), тыс. кв. м	9 235	7 606	1 629	21,4%
Магнит	8 405	7 606	799	10,5%
Магазины у дома	5 797	5 169	627	12,1%
Супермаркеты	935	943	-8	-0,8%
Дрогери	1 645	1 460	185	12,7%
Прочие форматы	28	33	-6	-16,9%
ДИКСИ	830	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	757	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	73	n/a	n/a	n/a
Прирост торговой площади (Net), тыс. кв. м	238	109	129	n/a
Магнит	200	109	91	n/a
Магазины у дома	161	80	82	n/a
Супермаркеты	-2	2	-4	n/a
Дрогери	41	32	9	n/a
Прочие форматы	0	-4	4	n/a
ДИКСИ	37	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	39	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	-1	n/a	n/a	n/a

Операционные показатели

6,2%

РОСТ ПЛОТНОСТИ
ПРОДАЖ ГОД К ГОДУ
(LTM)⁹

В 1 квартале 2022 г. общая выручка выросла на 37,7% год к году и составила 547,7 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 37,9% год к году на фоне увеличения торговой площади на 21,4% и роста LFL продаж на 12,0%. Чистая розничная выручка магазинов под брендом «Магнит» увеличилась до 18,8% с 15,6% в 4 квартале 2021 года благодаря росту LFL продаж в зрелых магазинах и ускорению роста торговой площади.

Рост чистой розничной выручки продолжал опережать рост торговой площади благодаря дальнейшему повышению плотности продаж. Выручка с кв. м. по всей сети (за исключением магазинов под брендом «Дикси») в 1 квартале 2022 г. увеличилась на 2,0% квартал к кварталу и 6,2% год к году, при этом выручка с кв. м. в основном формате – магазине у дома – выросла на 1,7% квартал к кварталу и 6,8% год к году.

Каждый месяц квартала рост чистой розничной выручки демонстрировал высокие показатели и превысил 30% в январе и феврале 2022 года. В марте 2022 года рост чистой розничной выручки резко ускорился до 49,2% в связи с ростом инфляции и закупками впрок сухих продовольственных товаров и товаров первой необходимости.

Рост торговой площади увеличился с 20,0% в предыдущем квартале до 21,4% в отчетном квартале благодаря ускорению органического роста и приобретению «Дикси» (2 477 магазинов «Дикси» добавлены в 3 квартале 2021 г., но консолидированы с 22 июля 2021 г.). Рост торговой площади, скорректированный на приобретение «Дикси», ускорился до 10,5% по сравнению с предыдущим кварталом, отражая увеличение количества открытий магазинов за квартал на 59% год к году (649 магазинов (gross) в 1 квартале 2022 г. по сравнению с 407 в 1 квартале 2021 г.).

Рост LFL продаж ускорился с 9,9% в предыдущем квартале до 12,0% в 1 квартале 2022 г. главным образом за счет сильного влияния закупок впрок в марте. 373 магазина вошли в базу LFL в 1 квартале (включая 212 магазинов у дома и 161 магазин дрогери). На данный момент только 7% торговой площади Компании находится в стадии выхода на целевые показатели, в то время как 93% уже достигли зрелого уровня продаж.

Все регионы показали сильный рост LFL продаж, при этом магазины Северо-Западного и Сибирского регионов продемонстрировали самые сильные результаты.

Рост LFL продаж в отчетном квартале был обусловлен значительным ростом LFL среднего чека на 11,1% благодаря увеличению количества SKU в средней покупательской корзине и ускорению инфляции. LFL трафик стал положительным и составил 0,8% в связи с продолжившимся притоком уникальных покупателей от других игроков и частотой посещений. Начиная с марта, когда покупатели закупают впрок сухие продовольственные товары и товары первой необходимости, рост трафика ускорился главным образом благодаря увеличению частоты посещений.

Рост выручки и LFL продаж ускорился по сравнению с предыдущим кварталом несмотря на постепенное снижение промо активности начиная со второй половины марта.

Косметика и моющие средства были самыми быстрорастущими категориями в отчетном квартале, так как покупатели закупают впрок необходимые непродовольственные товары.

В 1 квартале количество держателей карт лояльности достигло 61,1 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила 55% в чеках и 68% в продажах. В пиковые дни квартала она достигала 58% и 72%

⁹ Отношение чистой розничной выручки за последние 4 квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов (не включая «Дикси»)

61 млн

ДЕРЖАТЕЛЕЙ КАРТ
ЛОЯЛЬНОСТИ

соответственно. Программа лояльности продолжает давать положительные кросс-форматные результаты - 44% покупателей «Магнита» в конце отчетного периода (по сравнению с 43% в предыдущем квартале) посещают 2 и более формата магазинов. Средний чек активного пользователя карты лояльности в 1,8 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

Развитие сети магазинов и результаты форматов

12,0%

РОСТ LFL ПРОДАЖ В
ФОРМАТЕ МАГАЗИНОВ У
ДОМА В 1 КВАРТАЛЕ 2022
ГОДА

Магазины у дома под брендом «Магнит» составили 67,0% в розничных продажах Компании в 1 квартале 2022 г. В 1 квартале Компания более чем удвоила программу развития год к году и открыла (gross) 459 магазинов у дома (241 в 1 квартале 2021 г.). «Магнит» продолжил кампанию по повышению операционной эффективности и закрыл 29 магазинов у дома по сравнению с 54 магазинами годом ранее. В результате Компания открыла (net) 430 магазинов у дома (net) в 1 квартале 2022 г. Торговая площадь магазинов у дома увеличилась на 12,1% год к году. Продажи в формате магазинов у дома ускорились на 19,4% благодаря росту LFL продаж на 12,0% и приросту торговой площади на 12,1%. Рост LFL продаж был обусловлен ростом LFL среднего чека на 10,8%, при этом рост LFL трафика составил 1,0%.

4,9%

УВЕЛИЧЕНИЕ ПЛОТНОСТИ
ПРОДАЖ СУПЕРМАРКЕТОВ
ГОД К ГОДУ В 1 КВАРТАЛЕ
2022 Г.

Супермаркеты «Магнит» генерируют 10,1% розничных продаж Компании в отчетном квартале. В 1 квартале 2022 г. Компания не открывала новые супермаркеты, а закрыла два магазина, сфокусировавшись на увеличении плотности продаж действующей сети магазинов. Торговая площадь данного формата практически не изменилась год к году. Рост LFL продаж магазинов больших форматов ускорился с 3,1% в предыдущем квартале до 6,6% в 1 квартале 2022 г. Результат обусловлен ростом среднего чека на 11,0% и снижением трафика на 4,0%. Снижение трафика замедлилось по сравнению с предыдущим кварталом, но все еще находилось под влиянием магазинов, находящихся в стадии раскрутки, вновь открытых после прохождения программы реновации, которая ускорилась в прошлом году (16% магазинов больших форматов прошли редизайн в 2021 г.). В результате рост чистых розничных продаж супермаркетов ускорился до 7,3% в отчетном квартале.

12,7%

ПРИРОСТ ТОРГОВОЙ
ПЛОЩАДИ ГОД К ГОДУ В
ФОРМАТЕ ДРОГЕРИ В 1
КВАРТАЛЕ 2022 Г.

Доля формата drogery в розничных продажах Компании составила 8,6%. В 1 квартале 2022 г. были открыты (net) 180 магазинов косметики. Прирост торговой площади составил 185 тыс. кв. м или 12,7% год к году. На фоне такого роста торговой площади и роста LFL продаж на 19,7%, рост выручки достиг 31,2%, что является самым сильным показателем из всех форматов магазинов Компании. Рост LFL трафика стал положительным и составил 2,8%. Рост LFL среднего чека ускорился до 16,4% благодаря увеличению количества товаров в корзине в связи с приобретением покупателями впрок непродовольственных товаров первой необходимости. Инфляция на полке в формате drogery соответствовала инфляции в продовольственных форматах.

В 1 квартале 2022 г. «Магнит» продолжил программу реновации. Обновление прошли 157 магазинов у дома «Магнит» и 5 магазинов у дома «Дикси», а также один магазин drogery. В результате общая доля новых магазинов и магазинов, прошедших редизайн, под брендом «Магнит» достигла 79% для магазинов у дома, 45% для супермаркетов и 63% для формата drogery.

13,9%

ДОЛЯ МАГАЗИНОВ
«ДИКСИ» В РОЗНИЧНЫХ
ПРОДАЖАХ В 1 КВАРТАЛЕ
2022 Г.

Доля магазинов «Дикси» в розничных продажах Компании достигла 13,9% в 1 квартале, включая 13,2% магазинов у дома «Дикси». В отчетном периоде были открыты восемь магазинов у дома. Кроме того, несколько торговых точек были переформатированы в магазины «Магнит». В результате на 31 марта 2022 г. количество магазинов составило 2 371 и торговая площадь – 830 тыс. кв. м. Магазины «Дикси» продемонстрировали сильную динамику роста LFL продаж по проформе, соответствующую уровню бизнеса «Магнита», за счет зрелых магазинов, несмотря на высокую базу сравнения и высокую плотность продаж.

9,2

млрд руб.

ОБЩИЙ ОБОРОТ ТОВАРОВ (GMV) В 1 КВАРТАЛЕ 2022 ГОДА

Онлайн-коммерция

«Магнит» приступил к развитию сервисов в онлайн-коммерции в третьем квартале 2020 года. Всего в настоящее время Компания осуществляет ряд онлайн-проектов доставки – собственных и партнерских (экспресс-доставка, регулярная доставка, онлайн-аптека, косметика и партнерства).

Общий онлайн оборот товаров (GMV) с НДС в отчетном периоде составил 9,2 млрд руб. по сравнению с 0,9 млрд руб. в 1 квартале 2021 г.

В 1 квартале 2022 г. среднее количество заказов в день достигло 91 297. В конце марта количество заказов в день превысило 100 тысяч.

Средний чек по всем онлайн-сервисам составил около 1 116 руб. с НДС, что примерно в 2,7 раза выше, чем в магазинах у дома (413 руб. в 1 квартале 2022 г.). В основном это связано с увеличением количества товаров в корзине. Средний чек в собственном сервисе доставки «Магнита» составил 1 270 руб.

Сервисы e-commerce «Магнита» сегодня охватывают свыше 7 303 офлайн-магазинов и 21 даркстор в 66 регионах и 410 населенных пунктах. При этом 71% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Самым крупным и быстро растущим сегментом является экспресс-доставка, при которой заказы выполняются в течение 60 минут.

	1Кв 2022	1Кв 2021	Изменение	Изменение, раз/%
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	9,2	0,9	8,3	10,6x
Количество заказов в день (среднее)	91 297	9 500	81 797	9,6x
Средний чек с НДС, руб.	1 116	1 100	15	1,4%
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	7 303	1 300	6 003	5,6x

Дискаунтеры

«Магнит» начал тестировать формат дискаунтеров в июле 2020 года в качестве ответной меры на быстро меняющуюся экономическую ситуацию. Концепция дискаунтера ориентирована на покупателей, чувствительных к цене, совершающих частые небольшие покупки традиционного ассортимента товаров или приобретающих продукцию впрок.

По состоянию на 31 марта 2022 г. сеть насчитывала 274 дискаунтера «Моя цена» по сравнению с 33 магазинами годом ранее. В отчетном квартале Компания открыла 84 магазина, включая 72 новых и 12 переформатированных из магазинов у дома.

Средний чек в дискаунтерах «Моя цена» увеличился на 14% год к году и составил 338 руб. Рост LFL продаж в дискаунтерах, переформатированных из магазинов у дома, достиг 50%.

Текущие операционные результаты

Рост общей выручки и рост LFL продаж в апреле 2022 г. с начала месяца опережают средние показатели за 1 квартал, но ниже показателей марта. Покупательская среда нормализовалась, и тенденции потребления вернулись в норму без эффекта закупок впрок. В структуре LFL продаж трафик стабилизируется, рост среднего чека продолжает ускоряться на фоне роста инфляции год к году (который начал замедляться с пикового уровня в марте).

274

ДИСКАУНТЕРА «МОЯ ЦЕНА» НА 31 МАРТА 2022 ГОДА

Ключевые финансовые показатели за 1 квартал 2022 г.

млн руб.	МСБУ 17			МСФО 16		
	1Кв 2022	1Кв 2021	Изменение	1Кв 2022	1Кв 2021	Изменение
Общая выручка	547 708	397 889	37,7%	547 708	397 889	37,7%
Розничная выручка	534 824	387 899	37,9%	534 824	387 899	37,9%
Оптовая выручка	12 883	9 990	29,0%	12 883	9 990	29,0%
Валовая прибыль	126 752	92 039	37,7%	126 764	92 042	37,7%
Валовая маржа, %	23,1%	23,1%	1 б. п.	23,1%	23,1%	1 б. п.
SG&A, % от продаж	-20,1%	-20,2%	9 б. п.	-18,8%	-18,8%	-4 б. п.
ЕБИТДА до LTI ¹⁰	37 865	28 003	35,2%	61 400	45 452	35,1%
ЕБИТДА маржа до LTI, %	6,9%	7,0%	-12 б. п.	11,2%	11,4%	-21 б. п.
ЕБИТДА	37 662	27 678	36,1%	61 197	45 127	35,6%
ЕБИТДА маржа, %	6,9%	7,0%	-8 б. п.	11,2%	11,3%	-17 б. п.
ЕБИТ	22 600	16 956	33,3%	30 299	23 160	30,8%
ЕБИТ маржа, %	4,1%	4,3%	-14 б. п.	5,5%	5,8%	-29 б. п.
Чистые финансовые расходы	-3 700	-2 581	43,4%	-13 666	-10 164	34,5%
Прибыль/ (убыток) по курсовым разницам	-4 997	-190	n/a	-5 215	-211	n/a
Прибыль до налогообложения	13 902	14 186	-2,0%	11 419	12 785	-10,7%
Налоги	-2 997	-3 311	-9,5%	-2 498	-3 031	-17,6%
Чистая прибыль	10 905	10 875	0,3%	8 921	9 753	-8,5%
Чистая маржа, %	2,0%	2,7%	-74 б. п.	1,6%	2,5%	-82 б. п.

Общая выручка за 1 квартал 2022 г. выросла на 37,7% на фоне роста чистой розничной выручки на 37,9% и роста оптовых продаж на 29,0%. Оптовые операции составили 2,4% от общей выручки.

Валовая прибыль в 1 квартале 2022 г. увеличилась на 37,7% год к году до 126,8 млрд руб. Валовая маржа не изменилась год к году и составила 23,1% в результате положительного влияния структуры товаров и форматов, нивелированного ростом потерь. Интенсивность промо не изменилась год к году, но постепенно снижается начиная со второй половины марта.

Потери как процент от продаж выросли на 24 б. п. год к году главным образом в связи с консолидацией бизнеса «Дикси» с более высокими потерями, а также потерями фруктов и овощей при транспортировке из-за сбоя в цепи поставок в марте.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы снизились на 9 б. п. год к году как процент от продаж и составили 20,1% благодаря уменьшению расходов на персонал и положительному влиянию операционного рычага. Это было частично нивелировано ускорением программы развития и реновации и, как результат, более высокой долей магазинов, находящихся в стадии раскрутки, и ростом прочих расходов (ускорением роста расходов на онлайн-услуги и банковских расходов год к году).

Расходы на персонал как процент от продаж снизились на 24 б. п. благодаря повышению производительности труда и дальнейшей автоматизации бизнес-процессов.

23,1%

ВАЛОВАЯ МАРЖА
В 1 КВАРТАЛЕ 2022 Г.

¹⁰ LTI – долгосрочная программа мотивации

Банковские расходы как процент от продаж увеличились на 7 б. п. год к году в связи с ростом доли безналичных платежей.

Расходы на рекламу сократились на 5 б. п. год к году в связи со снижением количества маркетинговых мероприятий.

Расходы на аренду как процент от продаж выросли на 4 б. п. год к году в связи с консолидацией магазинов «Дикси», расположенных преимущественно в Москве, Санкт-Петербурге и их областях с более высокими арендными ставками, ускорением открытия магазинов и, следовательно, увеличением количества магазинов, находящихся в стадии раскрутки, а также ростом доли арендованных торговых площадей. Доля арендованных площадей увеличилась до 80,7% в 1 квартале 2022 г. по сравнению с 78,3% годом ранее. Несмотря на указанные выше факторы, расходы отдельно бизнеса «Магнита» на аренду сократились как процент от продаж благодаря увеличению плотности продаж, улучшению условий аренды и закрытию неэффективных магазинов.

Расходы на ремонт и техническое обслуживание, упаковку и материалы, коммунальные услуги, амортизацию и налоговые расходы как процент от выручки в целом не изменились год к году.

В результате показатель EBITDA составил 37,7 млрд руб. Рентабельность по EBITDA составила 6,9%. Снижение на 8 б. п. год к году обусловлено консолидацией бизнеса «Дикси» с более низкой рентабельностью.

Чистые финансовые расходы в 1 квартале 2022 г. выросли на 43,4% год к году до 3,7 млрд руб. (но незначительно снизились в абсолютном выражении квартал к кварталу) в связи с увеличением стоимости долга и общей суммы заимствований. Общий долг Компании увеличился на 152,5 млрд руб. за последние двенадцать месяцев за счет банковских кредитов и облигаций для ускорения программы развития и приобретения розничной сети «Дикси» в прошлом году.

В результате средняя стоимость долга увеличилась год к году до 8,8% (284 б. п. год к году и 233 б. п. квартал к кварталу). 79% долга Компании представлены долгосрочными заимствованиями и облигациями со средним сроком погашения 15 месяцев.

В 1 квартале 2022 г. убыток Компании по курсовым разницам, полученный в связи с прямыми импортными операциями, составил 5,0 млрд руб.

Величина налога на прибыль в 1 квартале 2022 г. составила 3,0 млрд руб. Эффективная налоговая ставка составила 21,6%.

В результате чистая прибыль Компании в 1 квартале 2022 г. не изменилась год к году и составила 10,9 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли сократилась на 74 б. п. год к году до 2,0%.

6,9%

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПО
ЕБИТДА В 1 КВАРТАЛЕ
2022 Г.

2,0%

МАРЖА ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ
В 1 КВАРТАЛЕ 2022 Г.

Ключевые показатели баланса (МСФО 16)

млн руб.	31 марта 2022	31 декабря 2021	31 марта 2021
Запасы	231 356	224 873	211 241
Торговая и прочая дебиторская задолженность	15 618	11 727	12 171
Денежные средства и их эквиваленты	92 402	73 399	6 575
Долгосрочные кредиты и займы	146 868	205 287	144 022
Торговая и прочая кредиторская задолженность	239 235	240 771	163 868
Краткосрочные кредиты и займы	173 827	65 139	24 205

12,6

дней

ОПТИМИЗАЦИЯ
ОБОРАЧИВАЕМОСТИ
ЗАПАСОВ ГОД К ГОДУ¹¹

Товарные запасы увеличились на 20,1 млрд руб. (+9,5% год к году) по сравнению с 31 марта 2021 г. и составили 231,4 млрд руб. на фоне роста общей выручки на 37,7%. Скорректированные на приобретение «Дикси», товарные запасы отдельно бизнеса «Магнит» существенно сократились благодаря ряду действующих проектов, включая сокращение товаров с низкой оборачиваемостью, гармонизацию ассортимента и ИТ-решения, направленные на повышение доступности товара на полке и прогнозирование промо-акций.

Торговая и прочая кредиторская задолженность увеличилась на 75,4 млрд руб. по сравнению с 31 марта 2021 г. и составила 239,2 млрд руб. в связи с ростом продаж и улучшением отсрочки платежа. Дебиторская задолженность увеличилась на 3,4 млрд руб. по сравнению с 31 марта 2021 г. и составила 15,6 млрд руб. преимущественно в связи с ростом продаж.

Структура долга и долговая нагрузка

	31 марта 2022	31 декабря 2021	31 марта 2021
МСБУ 17			
Общий долг, млрд руб.	320,7	270,4	168,2
Долгосрочный долг	146,9	205,3	144,0
Краткосрочный долг	173,8	65,1	24,2
Чистый долг, млрд руб.	228,3	197,0	161,7
Чистый долг /ЕБИТДА	1,6x	1,5x	1,4x
МСФО 16			
Чистый долг, млрд руб.	682,1	653,3	522,8
Чистый долг /ЕБИТДА	3,0x	3,0x	2,8x

1,6x

ЧИСТЫЙ ДОЛГ / ЕБИТДА
НА 31 МАРТА 2022 Г.
(МСБУ 17)

На 31 марта 2022 г. общий долг увеличился на 152,5 млрд руб. или 90,6% по сравнению с 31 марта 2021 г. и составил 320,7 млрд руб. По сравнению с концом предыдущего квартала общий долг увеличился на 18,6% или 50,3 млрд руб. Объем денежных средств увеличился до 92,4 млрд руб. на 31 марта 2022 г. с 6,6 млрд руб. на 31 марта 2021 г. В результате чистый долг увеличился на 41,2% год к году до 228,3 млрд руб. на 31 марта 2022 г.

Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. Соотношение чистый долг / ЕБИТДА составило 1,6x на 31 марта 2022 г. по сравнению с 1,4x на 31 марта 2021 г.

Капитальные затраты в 1 квартале 2022 г. увеличились на 45,2% и составили 12,1 млрд руб. Увеличение было обусловлено ускорением программ развития и редизайна (657 магазинов открыты (gross) и 163 магазина прошли редизайн в 1 квартале 2022 г. по сравнению с 407 и 100 соответственно в 1 квартале 2021 г.).

¹¹ Оборачиваемость запасов в днях = ((запасы на 31.12.2021 + запасы на 31.03.2022)/2)/себестоимость за 1 квартал 2022 г.) x 90

Прогноз результатов на 2022 г.

Компания пересматривает свой прогноз на 2022 год (опубликованный 4 февраля 2022 года) в связи с неопределенной ситуацией на рынке. Программы открытия и редизайна магазинов, а также целевые показатели капитальных затрат на текущий год могут быть скорректированы в будущих периодах. Компания продолжит развивать свои онлайн сервисы с большим фокусом на рентабельность. Обновленный прогноз может быть опубликован позднее в этом году.

Примечание:

1. Данное сообщение содержит инсайдерскую информацию, раскрываемую в соответствии с Регламентом ЕС «О злоупотреблениях на рынке», вступившим в силу 3 июля 2016 года.
2. Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.

За дополнительной информацией обращайтесь:

Дина Чистяк

Руководитель управления по связям с инвесторами

✉ dina_chistyak@magnit.ru

☎ тел. в Краснодаре: +7 (861) 210 9810 доб. 15101

Управление по внешним коммуникациям:

✉ press@magnit.ru

Справка о компании

Публичное акционерное общество «Магнит» (MOEX и LSE: MGNT) является холдинговой компанией группы обществ (Компания), занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит», с местом нахождения в Краснодаре. Сеть магазинов «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России. По состоянию на 31 марта 2022 г. сеть «Магнит» насчитывала 26 605 магазинов, расположенных в 3 946 населенных пунктах Российской Федерации.

Около двух третей магазинов Компании работает в городах с населением менее 500 000 человек. Большинство магазинов Группы расположено в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском Федеральных округах. Магазины сети «Магнит» также находятся в Северо-Западном, Уральском и Сибирском Федеральных округах.

Компания управляет собственной логистической системой, насчитывающей по состоянию на 31 марта 2022 г. 45 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 416 автомобилей.

В соответствии с аудированными результатами Компании по МСФО 16, ее выручка за 2021 год составила 1 856,1 млрд руб., EBITDA – 214,2 млрд руб.

Заявления прогнозного характера

Данная информация содержит или может содержать заявления прогнозного характера, которые не являются гарантией будущих результатов. Например, заявления касательно ожидаемого роста выручки и/или количества открытий магазинов являются прогнозными. Заявления прогнозного характера связаны с известными и неизвестными рисками, неопределенностью и прочими важными факторами, вследствие чего фактические результаты могут существенно отличаться от результатов, указанных в прогнозных заявлениях. Все прогнозные заявления основаны на информации, имеющейся у ПАО «Магнит» на дату сделанного соответствующего заявления. Данная оговорка распространяется на все письменные или устные прогнозные заявления, сделанные от имени ПАО «Магнит». ПАО «Магнит» не принимает на себя обязательство по обновлению или пересмотру прогнозных заявлений с целью отражения каких-либо изменений условий или обстоятельств.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Выручка за 1 квартал 2022 г. по месяцам

	Январь	Изменение	Февраль	Изменение	Март	Изменение
Чистая розничная выручка, млн руб.	164 921	32,5%	162 858	30,6%	207 046	49,2%
Магнит	141 754	13,9%	140 332	12,5%	178 661	28,7%
Магазины у дома	112 551	16,2%	110 070	14,8%	135 611	26,5%
Супермаркеты	16 211	1,6%	16 420	0,3%	21 121	18,7%
Дрогери	12 095	13,0%	12 990	12,7%	20 842	63,0%
Прочие форматы	897	-5,8%	851	-6,6%	1 087	12,5%
ДИКСИ	23 167	n/a	22 526	n/a	28 385	n/a
Магазины у дома	22 052	n/a	21 431	n/a	27 042	n/a
Супермаркеты	1 115	n/a	1 096	n/a	1 343	n/a

Количество открытых магазинов в 1 квартале 2022 г.

	1Кв 2022	1Кв 2021	Изменение	Изменение, %
Количество открытых магазинов (Gross)	657	407	250	61,4%
Магнит	649	407	242	59,5%
Магазины у дома	459	241	218	90,5%
Супермаркеты	0	1	-1	-100,0%
Дрогери	190	165	25	15,2%
ДИКСИ	8	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	8	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	0	n/a	n/a	n/a
Количество закрытых магазинов	129	71	58	81,7%
Магнит	41	71	-30	-42,3%
Магазины у дома	29	54	-25	-46,3%
Супермаркеты	2	0	2	n/a
Дрогери	10	17	-7	-41,2%
ДИКСИ	88	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	87	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	1	n/a	n/a	n/a
Количество открытых магазинов (Net)	528	336	192	57,1%
Магнит	608	336	272	81,0%
Магазины у дома	430	187	243	129,9%
Супермаркеты	-2	1	-3	-300,0%
Дрогери	180	148	32	21,6%
ДИКСИ	-80	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	-79	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	-1	n/a	n/a	n/a