

Презентация для инвесторов

Результаты 2025 года





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, считается 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

33 440
магазинов

11 544
Торговая площадь,
тыс. кв. м

52
Распределительных
центра

8 955
Грузовиков



Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке

15,3%
Рост выручки
за 2025 год,
год к году

13,6%
Доля на
продовольственном
розничном рынке
России за 2025 год

4,8%
EBITDA маржа
за 2025 год

2,9x
Чистый долг /
EBITDA
на 31.12.2025 г.

География сети

4,9

тысяч населенных пунктов

8

федеральных округов

Мы присутствуем во всех густонаселенных регионах

	Северо-Кавказский	Южный	Центральный	Приволжский	Северо-Западный	Уральский	Сибирский	Дальне-восточный	ВСЕГО	
Магазины у дома	735	3 320	5 840	5 522	2 534	2 217	1 606		21 774	Магнит
Супермаркеты	19	118	69	109	30	73	21		439	
Дрогерии	284	1 376	2 055	1 975	757	898	528		7 987	
Магазины у дома			2 110		558				2 668	Дикси
Магазины «Самбери»								396	396	Самбери
Магазины «Азбука вкуса»			165		11				176	Азбука вкуса
Распределительные Центры	1	7	16	12	6	4	3	3	52	

По состоянию на 31.12.2025 г.
Магазины у дома «Магнит» включают магазины у дома, магазины «М Сити», мягкие дискаунтеры «Моя цена» и жесткие дискаунтеры «Первый выбор». Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты Магнит Семейный и суперсторы «Магнит Экстра». Магазины дрогерии включают 114 магазинов дрогерии в Узбекистане. Магазины «Азбука вкуса» включают пять дарксторов.



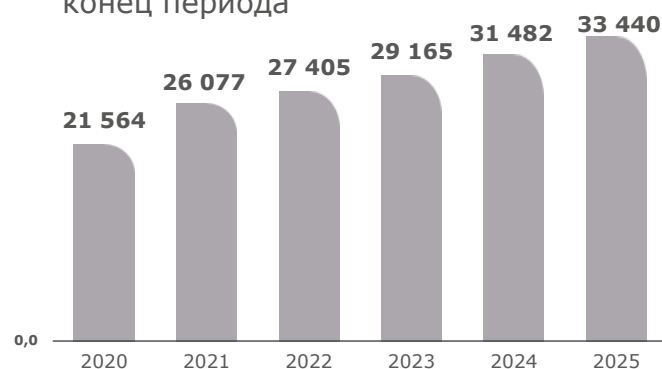
Ключевые операционные показатели

1 Чистая розничная выручка, млрд руб.¹

● Рост чистой розничной выручки, год к году, %



2 Количество магазинов, на конец периода

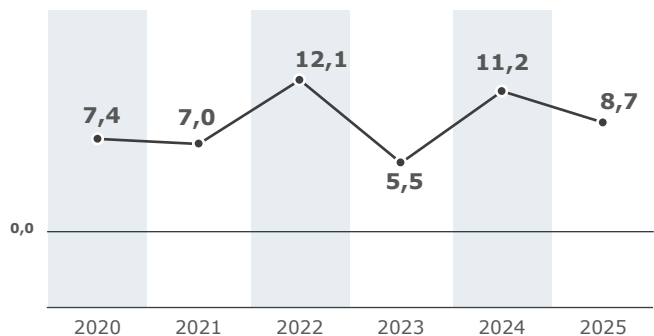


3 Торговая площадь, тыс. кв. м

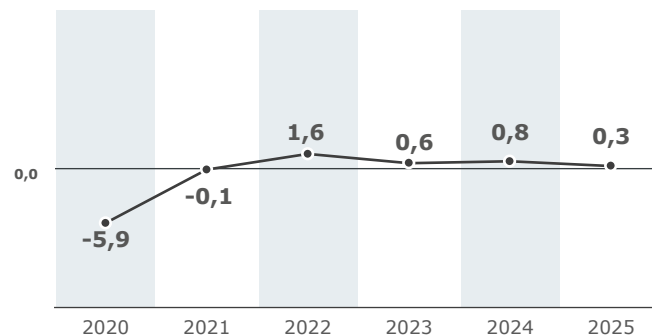
● Рост торговой площади, год к году, %



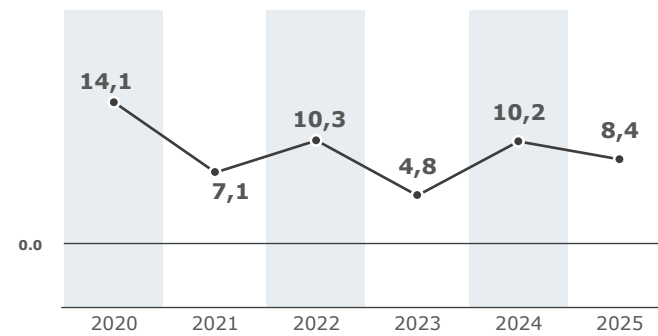
A Рост LFL продаж, %



B Рост LFL трафика, %



C Рост LFL чека, %



Финансовые показатели

Ключевые достижения



Повышение плотности продаж во всех форматах



Строгий контроль затрат

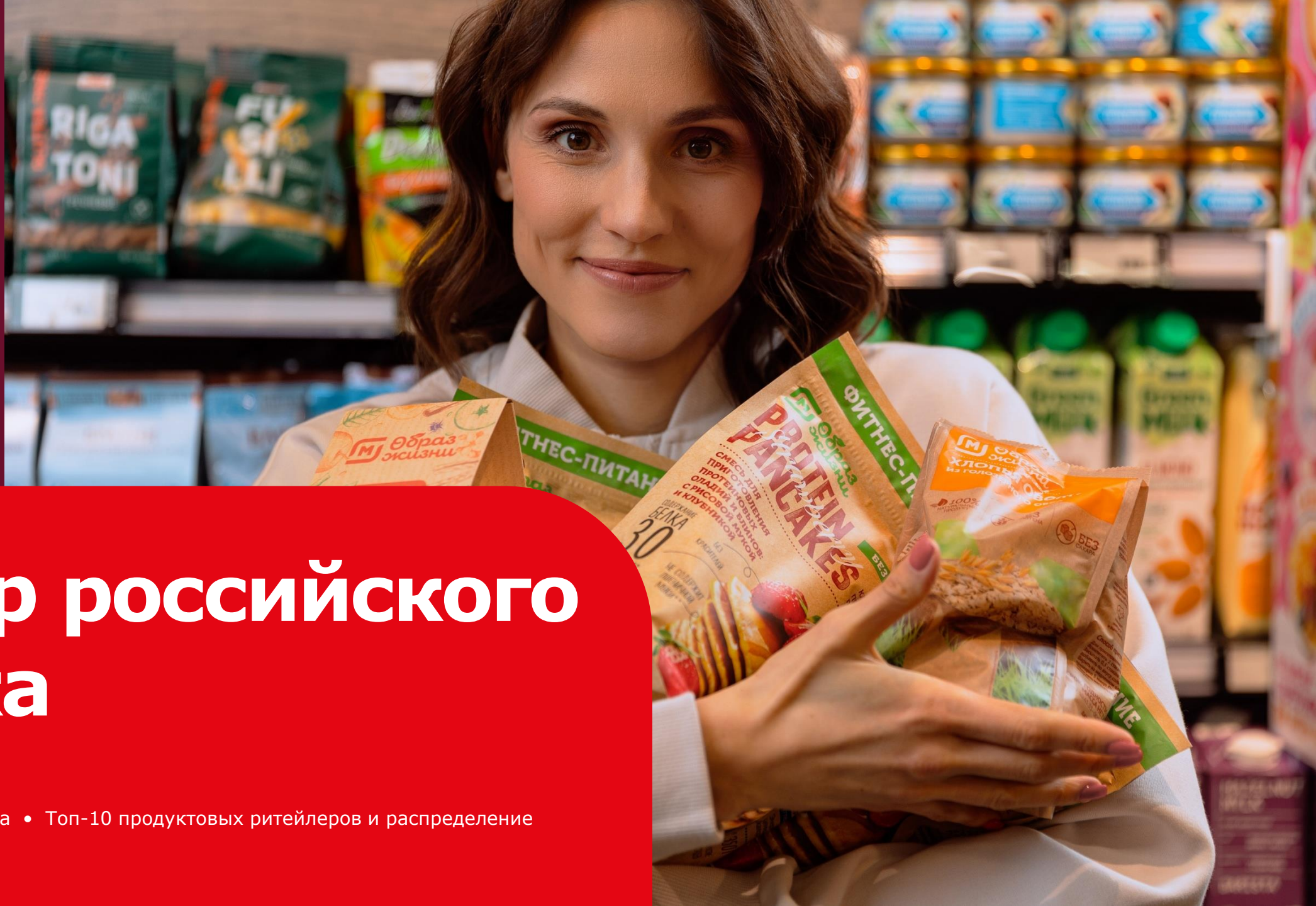
Краткий отчет о прибылях и убытках

	2023	2024	2025	год к году
Выручка, млрд руб.	2 544,7	3 043,4	3 509,2	+15,3%
Валовая маржа, %	22,7	22,5	22,3	-0,1пп
SG&A, %	(20,1)	(20,7)	(21,8)	-1,1пп
EBITDA, млрд руб.	166,3	171,9	169,3	-1,5%
EBITDA, %	6,5	5,6	4,8	-0,8пп
Чистая прибыль/(убыток), млрд руб.	66,1	50,0	-16,6	-133,3%
LTM - Плотность продаж, тыс. руб. / кв. м	257	286	310	+8,3%
Чистый долг, млрд руб.	166,1	252,8	496,3	+96,4%
Чистый долг/ EBITDA	1,0x	1,5x	2,9x	+1,4x
CAPEX, млрд руб.	73,4	160,5	187,1	+16,6%

По состоянию на 31.12.2025 г.; до применения МСФО 16 - в соответствии с данными управленческой отчетности.
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
Согласно правилам МСФО показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г., показатели «Азбуки вкуса» - с 20 мая 2025 г.

Обзор российского рынка

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





Российская макросреда

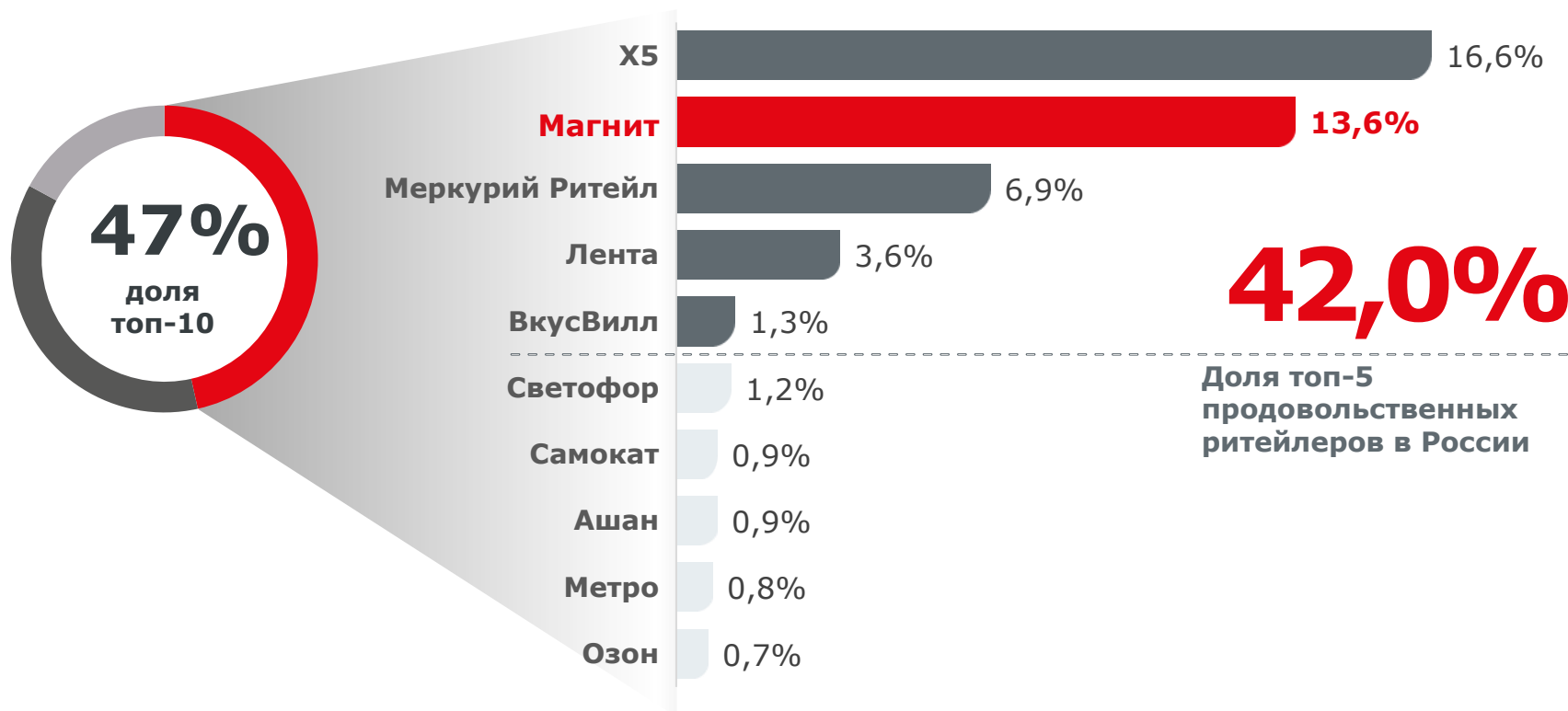
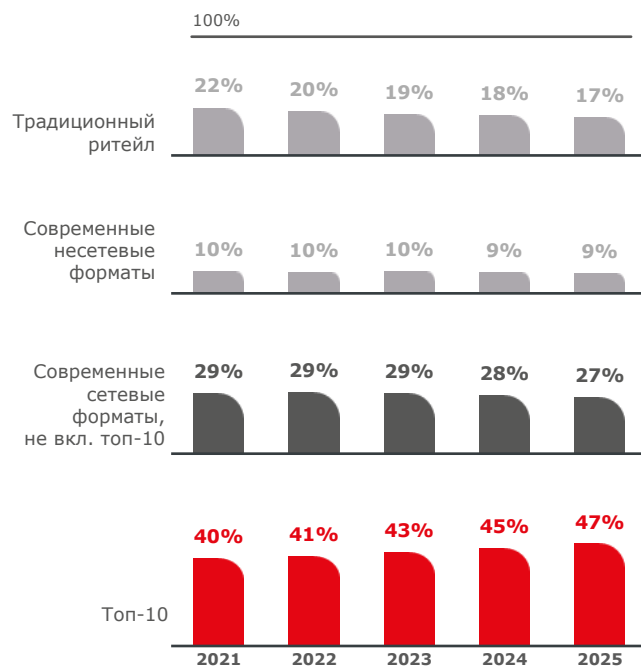




Топ-10 продуктовых ритейлеров и распределение долей рынка

Магнит – лидирующая компания на растущем российском рынке продуктовой розницы

Распределение долей рынка РФ





Стратегия

Наша стратегическая цель
Краткий обзор стратегии



Наша стратегическая цель

Обеспечить лидерство благодаря уникальному мультиформатному предложению с широкой экосистемой технологичных сервисов, связанных общей программой лояльности

Стратегия реализуется за счет существующих ключевых каналов взаимодействия с клиентом:



развиваем магазины «у дома» в качестве флагманского формата



разумно инвестируем в формат «М. Косметик»



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



Развиваем мультиформатное мобильное приложение для клиентов, дополняя его персонализированными решениями для удобства пользования

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



магазины формата «дискаунтер»



магазины шаговой доступности (ultra-convenience)



E-com-сервисы, интегрированные в единое суперприложение

Повестка устойчивого развития является неотъемлемой частью стратегии «Магнита» и напрямую влияет на операционные результаты деятельности Компании. Инициативы в области устойчивого развития встраиваются в долгосрочные цели и способствуют их достижению, обеспечивая устойчивый рост и долгосрочную ценность для всех заинтересованных сторон. Для эффективной работы и отслеживания прогресса в области устойчивого развития в «Магните» разработана Стратегия устойчивого развития.



Краткий обзор стратегии

В центре нашего внимания – постоянное развитие ценностного предложения для наших клиентов и повышение 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

Магнит сегодня

Магазины у дома «Магнит»
Супермаркеты «Магнит» • Дрогери
Магазины у дома «Дикси» • Магазины
«Самбери» • «Азбука вкуса» • «Магнит
Аптека» • «Первый выбор» • «Заряд от
Магнита» • Е-сom • Собственное
производство и Частная марка
Поставщики • Цепочки поставок
Персонал





Магазины у дома «Магнит»

01



3D-тур

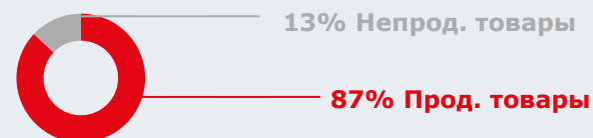
Современный магазин у дома с качественными сервисами, в котором ежедневные покупки становятся простыми и выгодными по честным ценам



Площадь магазина, кв. м



Структура продаж



Ассортимент, SKU



>5,5 тыс.

Миссии

- ✓ Регулярная покупка
- ✓ Индивидуальный прием пищи
- ✓ Быстрый перекус



Расположение

Жилые и деловые районы, торговые центры



Доля в чистой розничной выручке

68%

В 2025 году



Магазины у дома «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м



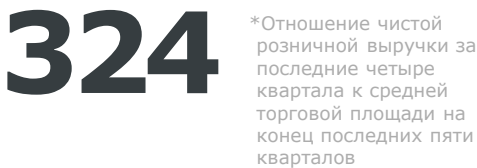
Средний чек
(без НДС) 2025 год, руб.



Количество покупателей
2025 год, млн



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



LFL 2025

Рост среднего чека



Рост трафика

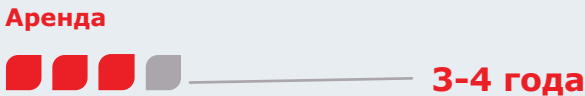


Рост выручки

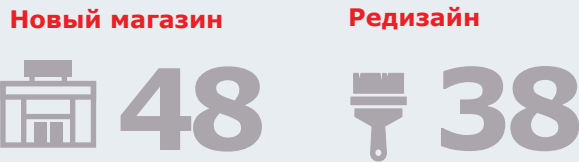


Открытие магазина

Срок окупаемости



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



Выход на зрелый уровень продаж



По состоянию на 31.12.2025 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».



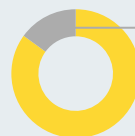
Супермаркеты «Магнит»

01



3D-тур

Большие форматы магазинов сочетают возможности как для повседневных «быстрых» покупок, так и для закупок впрок. Их отличает расширенный ассортимент, в частности, большой выбор непродовольственных товаров

**Площадь магазина, кв. м**Общая
площадь, 4 522Торговая
площадь, 2 070**Структура продаж**

15% Непрод. товары

85% Прод. товары

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

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

**Расположение**

Жилые и деловые районы,
торговые центры,
транспортные магистрали

**Доля в чистой
розничной выручке****8%**

В 2025 году



Супермаркеты «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

909 -3,1%
Рост год к году



Средний чек
(без НДС) 2025 год, руб.

880 9,1%

Количество покупателей
2025 год, млн

314 -4,8%

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

301

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

LFL 2025

Рост среднего чека

8,1%

Рост трафика

-0,5%

Рост выручки

7,6%



По состоянию на 31.12.2025 г.
Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты «Магнит Семейный» и суперсторы «Магнит Экстра»



Дрогери

01



3D-тур

Магазины, которые помогают людям чувствовать себя уверенно, красиво и комфортно каждый день, предлагая доступные, качественные, трендовые товары для красоты и дома, а также технологии и сервис



Площадь магазина, кв. м



Общая площадь,
286

Торговая площадь,
228

Структура продаж



100% непрод. товары

Ассортимент, SKU



>8 тыс.

Миссии



«М.Кос»: покупка косметики, парфюмерии для себя и в подарок, товары для красоты и ухода за собой



«М.Косметик»: фокус на повседневные покупки для дома и семьи, бытовую химию, товары для детей, продукцию для животных, а также косметику и уход



Расположение

Жилые районы, торговые центры, улицы с большим трафиком



Доля в чистой розничной
выручке

7%

В 2025 году



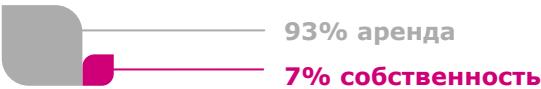
Дрогери

02

Ключевые операционные показатели¹

Торговая площадь, тыс. кв. м

1 822 -0,6%
Рост год к году



Средний чек
(без НДС) 2025 год, руб.

543 8,8%

Количество покупателей
2025 год, млн

442 -2,8%

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

131

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

LFL 2025

Рост среднего чека

9,2%

Рост трафика

-3,8%

Рост выручки

5,1%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда



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

Новый магазин



42

Редизайн



26

Выход на зрелый уровень продаж

12 месяцев

По состоянию на 31.12.2025 г.
1. Данные включают 114 магазинов дрогери в Узбекистане.



Магазины у дома «Дикси»

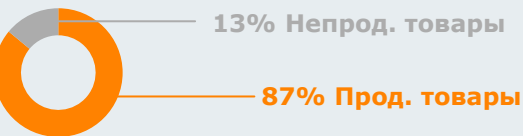
Удобный и доступный магазин для повседневных покупок с широким выбором товаров ежедневного пользования по привлекательным ценам



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



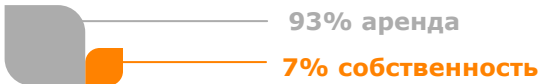
Среднее количество SKU



Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

876 11,6%
Рост год к году



Средний чек
(без НДС) 2025 год, руб.

502 8.7%

Количество покупателей
2025 год, млн

751 6.2%

Описание

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



Расположение

Жилые и деловые районы, торговые центры

Доля в чистой розничной выручке

11%

В 2025 году



Магазины «Самбери»

Крупнейшая на российском Дальнем Востоке мультиформатная сеть продовольственных магазинов в четырех основных форматах: гипермаркеты, супермаркеты, магазины «у дома» и дискаунтеры, где удобно покупать свежие продукты и качественные товары по разумным ценам



Общее количество
магазинов

396 +51
магазин в
2025 г. (net)

Общая торговая
площадь, тыс. кв. м

241

Средний чек
(без НДС) 2025 год, руб.

775

Среднее количество
SKU

2-32 тыс.



Магазины «Азбука вкуса»

Магазин, предлагающий широкий и уникальный ассортимент высокого качества с персонализированным и профессиональным подходом к клиентскому опыту



Общее количество
магазинов

176¹

Общая торговая
площадь, тыс. кв. м

104

Средний чек
(без НДС) 2025 год, руб.

1 540

Ассортимент, SKU



>25 тыс.

Миссии

- ✓ Регулярная закупка
- ✓ Накрыть стол
- ✓ Готовые блюда
- ✓ Небольшая закупка
- ✓ Перекус
- ✓ Подарок
- ✓ Создание атмосферы и уюта



Расположение

Жилые комплексы класса «Бизнес» и «Элит», торговые и бизнес-центры класса А+

В 2025 году

¹ Включая пять дарксторов



«Магнит Аптека»

Федеральная сеть аптек с широким ассортиментом лекарств, медицинских изделий и товаров для здоровья по доступным ценам

Ключевые операционные показатели

Расположение

Рядом с продовольственными магазинами и магазинами-дрогери



Среднее количество SKU

4 тыс.

Количество магазинов

1 202 118
Прирост аптек в 2025 г. (net)

Торговая площадь, тыс. кв. м

38,9 3,2 тыс. кв. м
Прирост торговой площади

Средний чек
(с НДС) 2025 год, руб.

699

Количество чеков
2025 год, млн

38,6

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

664

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

LFL 2025

Рост среднего чека

12,4%

Рост трафика

8,1%

Рост выручки

21,6%



«Первый выбор» (В1)

Жесткие дискаунтеры

Магазины с фокусом на ограниченном качественном ассортименте товаров по привлекательным ценам, закрывающем основные потребности покупателя



Средняя торговая
площадь, тыс. кв. м

308

Низкий CAPEX
на открытие
магазина

Рост LFL-выручки

+34,3%

Lean-процессы¹,
высокая
эффективность
операций

Ассортимент, SKU



1 200

Миссии

- ✓ Ничего лишнего: нет товара, который не продается
- ✓ Эффективные процессы



Расположение

Локации с плотным количеством домохозяйств или места торговли в небольших городах

В 2025 году

¹Подход к организации процессов, направленный на создание максимальной ценности для клиента при минимальных затратах ресурсов



«Заряд от Магнита»

Компактный, быстрый и удобный магазин с фокусом на готовую еду, кофе и снеки



Общее количество
магазинов

44

Средняя торговая
площадь, тыс. кв. м

100

Ассортимент, SKU



1,8-2,2 тыс.

Миссии

- ✓ Готовая еда, включая горячую еду, выпечку и кофе
- ✓ Фрукты и овощи, снеки, напитки и алкоголь
- ✓ Продукты для завтрака или ужина за 15 минут
- ✓ Доступные базовые продукты, включая молочную продукцию, гастрономию и бакалею



Расположение

Оживлённые улицы, ЖК с большой плотностью заселения, бизнес-центры и транспортные узлы



Развитие электронной коммерции во всех миссиях

Миссии

Экспресс



Впрок



E-Pharma

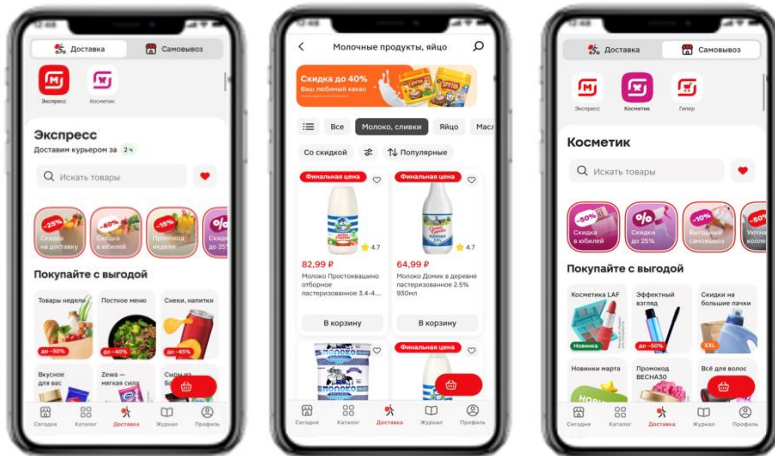


Магнит Маркет



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



185,3
млрд руб.

GMV¹ за 2025 г.



316 093

среднее кол-во заказов
в день в 2025 г.



1 606 руб.

средний чек с НДС по
всем онлайн-сервисам



30 269

магазинов подключено,
с учетом аптек

По состоянию на 31.12.2025 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», «Самбери» и «Азбука вкуса», до вычета промокодов и налогов (НДС), включая собственный и комиссионный товар, 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»

Собственный сервис доставки продуктов, косметики, аптечных товаров из магазинов торговой сети «Магнит», а также готовой еды из ресторанов-партнеров



+92%

рост количества заказов «Магнит Доставки» год к году¹



+155%

рост количества заказов в собственном мобильном приложении год к году



x2

рост числа курьеров, работающих с «Магнит Доставкой»



28 минут

среднее время экспресс-доставки (на 22 минуты меньше, чем годом ранее)



28 075

магазинов подключено к сервису доставки на конец 2025 г.



3,5 тыс

населенных пунктов в 68 регионах



146,5 тыс SKU

доступно во всех сервисах «Магнит Доставка»



83%

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

По состоянию на 31.12.2025 г.; в 2025 г.

1. 95 млн заказов в 2025 г.



«Магнит Маркет»

Маркетплейс с широким ассортиментом товаров и уникальным торговым предложением



~500

населенных пунктов (+67% к 2024 г.)
в **25** регионах



4 960

пунктов выдачи заказов



1,2 млн SKU

доступно в «Магнит Маркет»

FBS¹

Запущена новая модель работы с
селлерами²

Географическая экспансия

Доставка заказов из маркетплейса стала
доступна еще в 4 крупных городах –
Санкт-Петербурге, Краснодаре, Ростове-
на-Дону и Волгограде

По состоянию на 31.12.2025 г.; в 2025 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

«Магнит» – единственный ритейлер в России, который выпускает продукты питания на собственных производственных мощностях. Собственное производство дополняет закрытие потребности торговой сети в свежих продуктах, а также позволяет развивать уникальный ассортимент СТМ, – в результате покупатели получают широкий ассортимент товаров по доступным ценам

Собственное производство

334 тыс. тонн продукции всего выпущено в 2025 г., в том числе **89** тыс. тонн сельскохозяйственной продукции с учетом контрактных производств

7 сельскохозяйственных комплексов



Огурцы, томаты, зелень



Картофель, лук, свекла, морковь



Грибы



Яблоки, голубика

13 производственных предприятий



Кондитерские изделия



Крупы, макаронные изделия



Уксус, сиропы



Кофе



Еда быстрого приготовления



Специи, семечки, орехи



Замороженная рыба



Замороженные полуфабрикаты

Частная марка

Более **70** торговых марок в портфеле СТМ Магнита

Наиболее быстрорастущие бренды



9,6% рост выручки от продаж товаров СТМ/Дифференциатора год к году в 2025 г., – при этом рост товаров среднего и высокого ценового сегмента составил 13%

4 869 SKU в портфеле СТМ/Дифференциатора

952 новинки СТМ в 2025 г.



Развитие собственного производства в 2025 году

 Начали поставки в магазины зелени и органических овощей собственного производства

 Вывели на полки новый вид томатов «Бакинский акцент», который стал вторым по популярности среди томатов собственного производства Компании

 Провели масштабное расширение ассортимента замороженных хлебобулочных изделий на базе собственных производств

 Первыми среди ретейлеров в России запустили собственное производство трехмерного мармелада

 Масштабировали сервисы готовой еды и напитков в магазинах «у дома»

 Запустили направление контрактного производства - выпуск продуктов питания по заказам поставщиков

 Запустили масштабную программу автоматизации своих производственных предприятий

 Приступили к реализации одного из крупнейших за последние годы инфраструктурных проектов – строительству фабрики готовой еды в Краснодарском крае на территории индустриального парка «Краснодар»

 Завоевали пять наград на юбилейной премии Private Label Awards 2025 (SobMaExpo)

 «Дикси» запустила новые собственные торговые марки OUCH! и O!LIFE для молодых потребителей и приверженцев Сбалансированного питания

 Привлекли студентов к созданию для «Магнита» эксклюзивных продуктов под новой СТМ





Поставщики

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

>5,2 тыс.

поставщиков,
из них

3,1 тыс.

локальных

>800

Российских
поставщиков стали
новыми партнерами
«Магнита» в 2025 г.

21 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

162

партнерских
фермерских хозяйства

2,5 млрд руб.

товарооборот
фермерской продукции
в розничной сети

>1 тыс.

наименований
фермерской продукции
в ассортименте сети

550 тонн

объем поставок
фермерской продукции
категории «фреш» и
«ультрафреш» по
модели агрегации



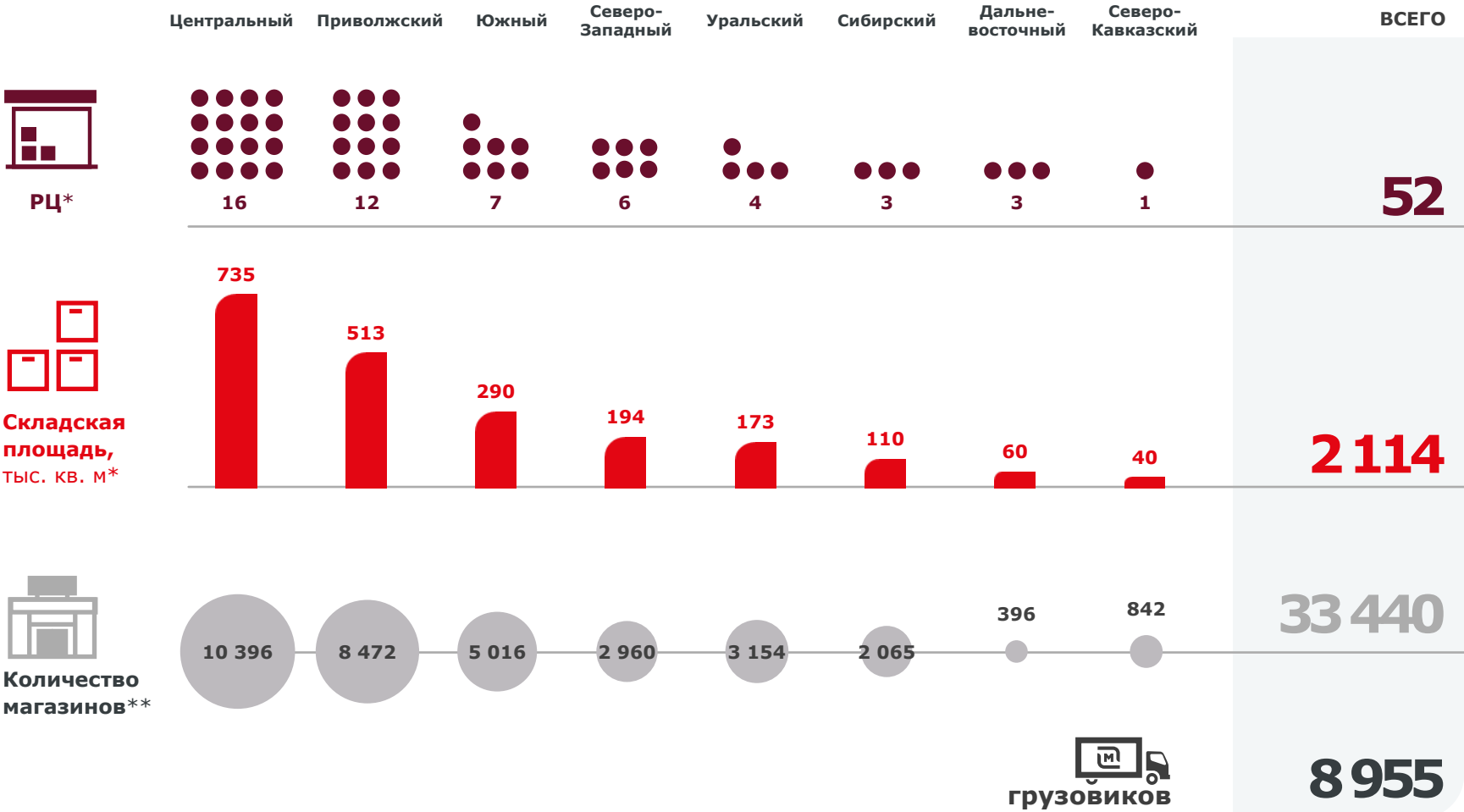


Цепочки поставок

Уровень централизации 2025 г.



- 1 Охват всей страны**
Федеральные, региональные и импортные поставки
- 2 Наличие собственных АТП, а также транспорта на аутсорсинге**
обеспечивает высокий уровень сервиса и контроля
- 3 Эффективная структура собственности**
обеспечивает высокую надежность и контроль затрат



По состоянию на 31.12.2025 г.

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

**Включая 139 жестких дискаунтеров, обслуживаемых РЦ, который работает по 3PL-модели и не учитывается в общем количестве РЦ. Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.

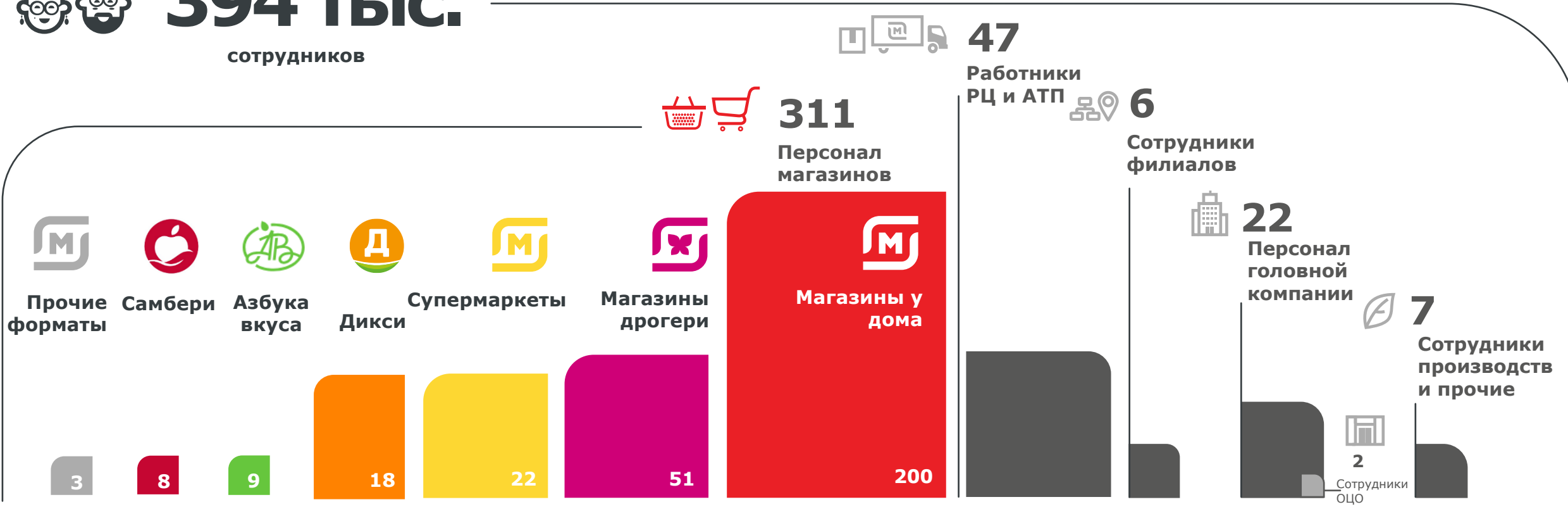


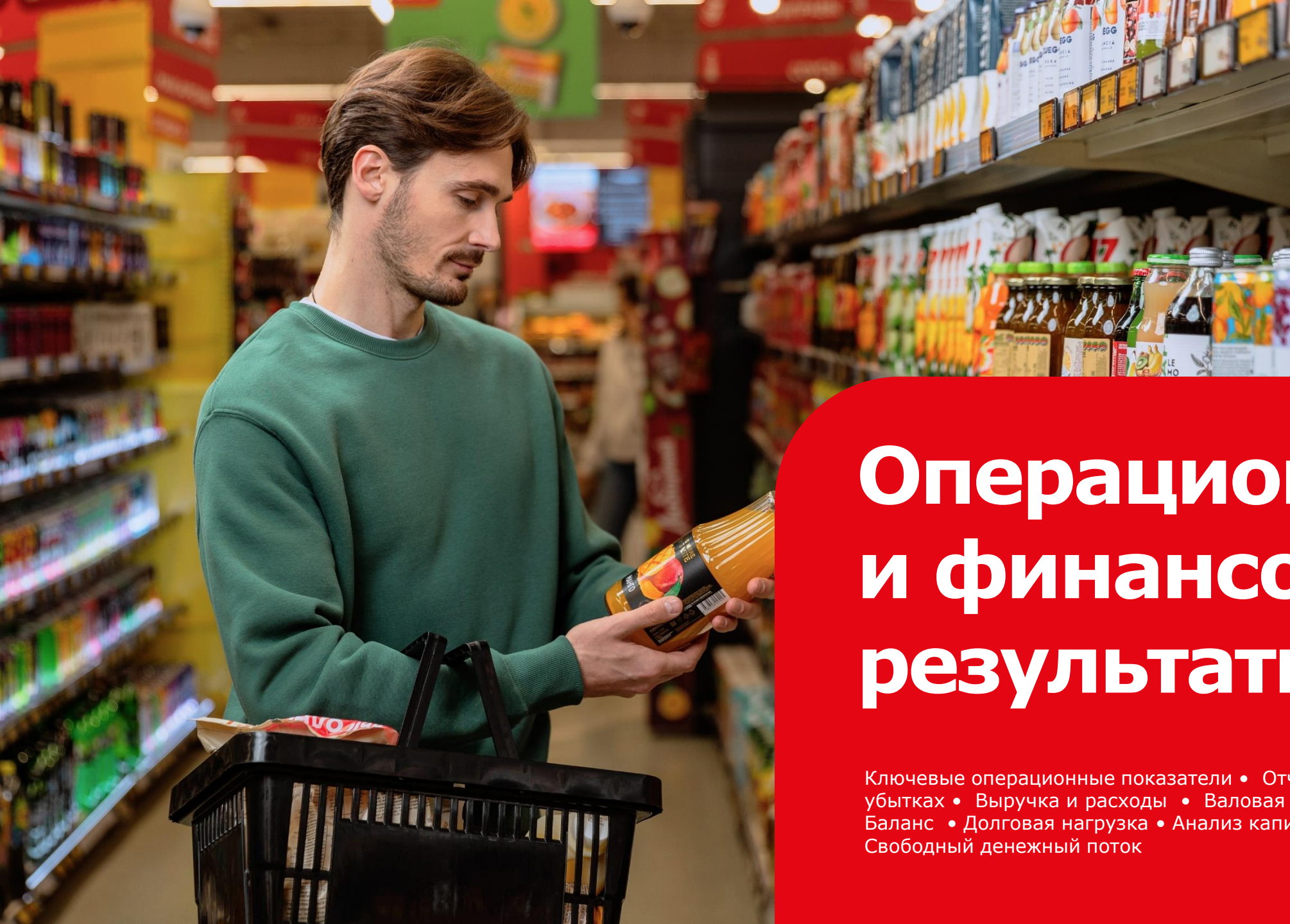
Персонал



394 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

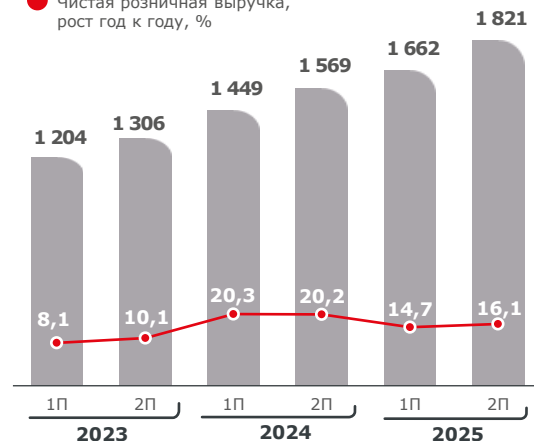


Ключевые операционные показатели

[Назад к исходному слайду →](#)

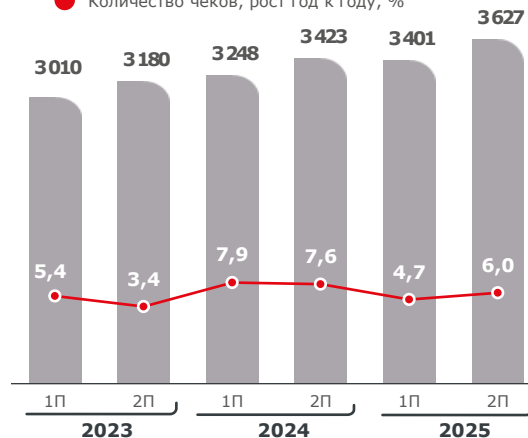
1 Чистая розничная выручка, млрд руб.

● Чистая розничная выручка, рост год к году, %



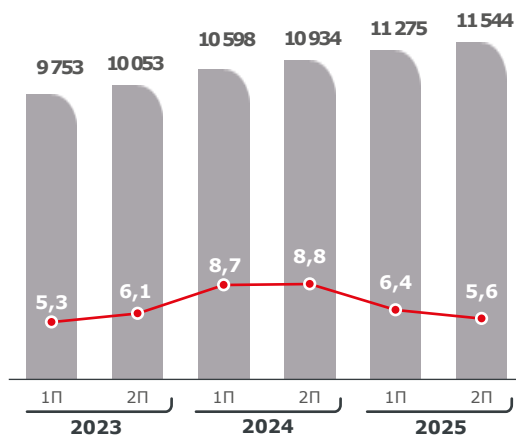
2 Количество покупателей, млн

● Количество чеков, рост год к году, %



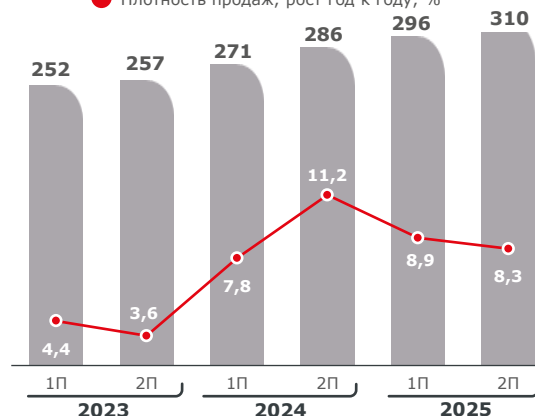
3 Торговая площадь, тыс. кв. м

● Торговая площадь, рост год к году, %

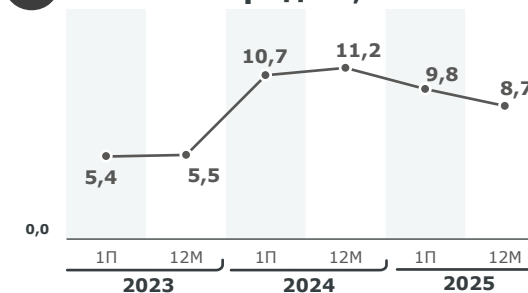


4 LTM - Плотность продаж*, тыс. руб./кв.м/год

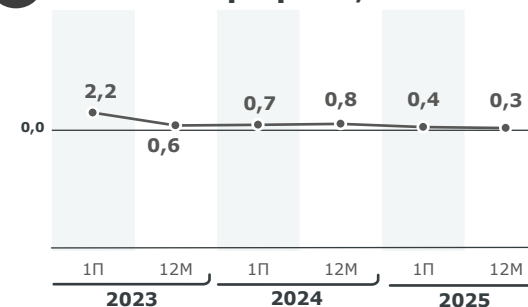
● Плотность продаж, рост год к году, %



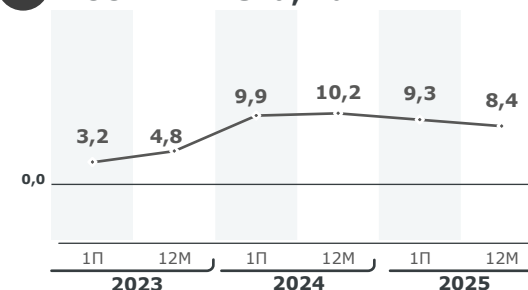
A Рост LFL продаж, %



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. На 30.06.2024 торговая площадь и количество магазинов представлены с учетом «Самбери» по сравнению с результатами 2024 года.



Отчет о прибылях и убытках

млн руб.	До применения МСФО 16			МСФО 16		
	2025	2024	Рост год-к-году	2025	2024	Рост год-к-году
Чистая выручка	3 509 226	3 043 434	15,3%	3 509 226	3 043 434	15,3%
Себестоимость реализации	-2 725 123	-2 359 065	15,5%	-2 721 026	-2 356 611	15,5%
Валовая прибыль	784 102	684 368	14,6%	788 200	686 823	14,8%
Валовая маржа, %	22,3%	22,5%	-14 б. п.	22,5%	22,6%	-11 б. п.
SG&A ¹	-665 172	-554 209	20,0%	-534 745	-438 972	21,8%
Прочие доходы, нетто	43 976	36 242	21,3%	46 522	37 676	23,5%
Доходы от аренды, субаренды	6 370	5 496	15,9%	6 186	5 409	14,4%
EBITDA	169 276	171 897	-1,5%	306 162	290 935	5,2%
EBITDA маржа, %	4,8%	5,6%	-82 б. п.	8,7%	9,6%	-83 б. п.
Амортизация и обесценение ОС, НМА, прав аренды	-98 738	-76 045	29,8%	-172 816	-146 967	17,6%
EBIT	70 538	95 852	-26,4%	133 346	143 969	-7,4%
Прибыль/убыток по курсовым разницам	-3 025	1 636	-284,8%	-2 938	1 653	-277,7%
Чистые финансовые расходы	-82 310	-24 540	235,4%	-165 093	-85 580	92,9%
Прибыль/убыток до налогообложения	-14 797	72 949	-120,3%	-34 685	60 042	-157,8%
Чистая прибыль/убыток	-16 645	49 980	-133,3%	-31 576	44 334	-171,2%
Приходящаяся на:						
Аktionеров материнской компании	-16 614	49 323	-133,7%	-30 890	44 103	-170,0%
Неконтролирующие доли участия	-32	657	-104,8%	-686	231	-397,6%

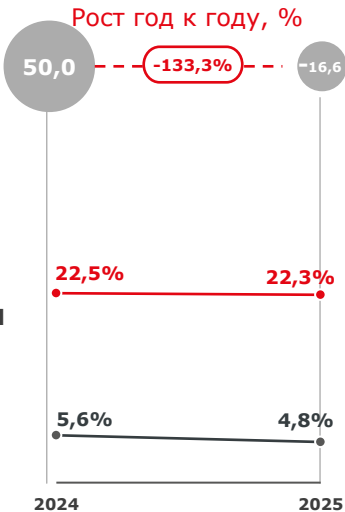
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
Здесь и далее, согласно правилам МСФО, показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г., показатели «Азбуки вкуса» - с 20 мая 2025 г.
¹ Не включает амортизацию и обесценение ОС и НМА и прав аренды
Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности; МСФО 16 — в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации.

Выручка и расходы

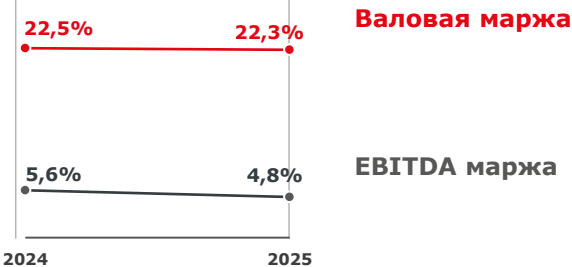
Динамика
выручки,
млрд руб.



Динамика
чистой
прибыли/
убытка,
млрд руб.



Динамика
рентабельности

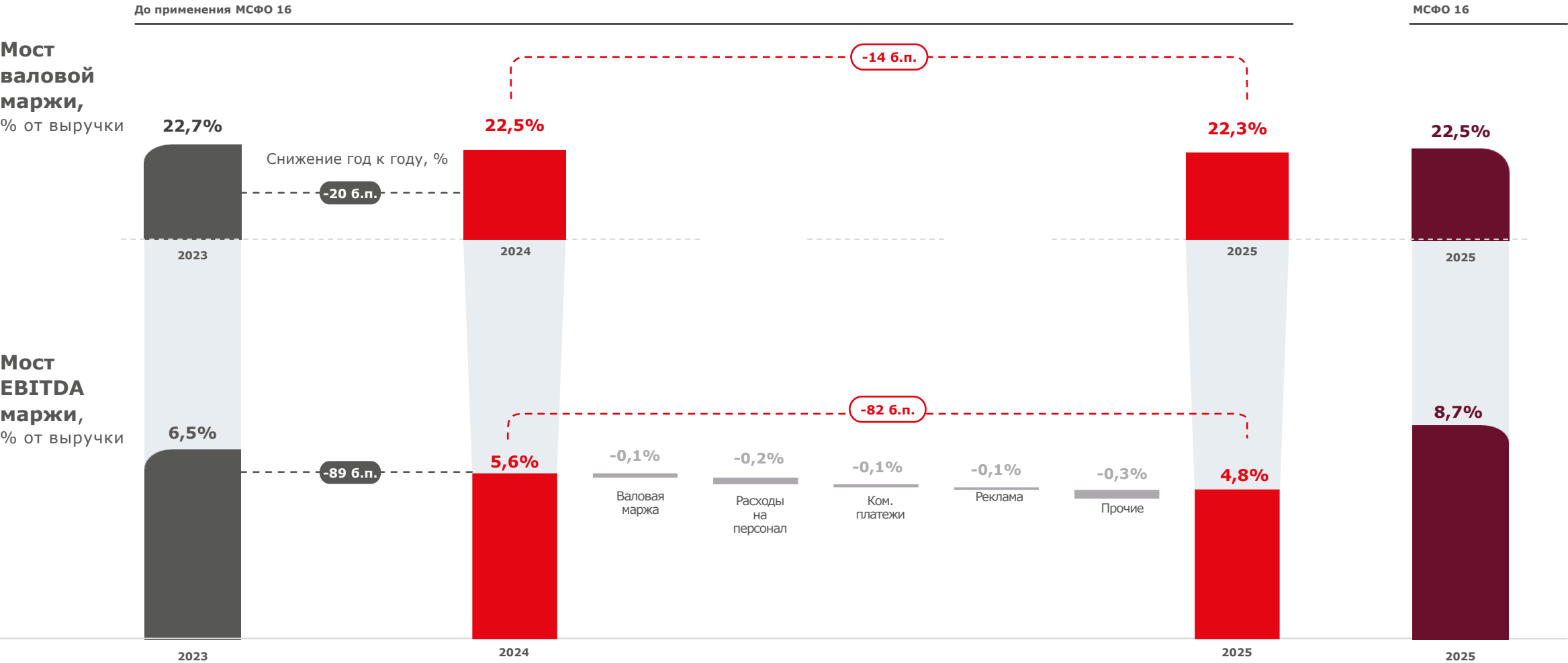


Структура расходов



Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности, 2025 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 — в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации.



Баланс

млн руб.

АКТИВЫ	31.12.2025	31.12.2024
Основные средства	533 619	451 406
Активы в форме права пользования	518 965	453 887
Гудвил	109 406	96 914
Прочие внеоборотные активы	63 051	38 235
Денежные средства и их эквиваленты	244 500	159 470
Запасы	314 213	270 417
Торговая и прочая дебиторская задолженность	22 918	21 001
Авансы выданные	121 327	63 749
Налоги к возмещению	5 016	3 549
Краткосрочные финансовые активы	14 627	1 252
Краткосрочные чистые инвестиции в субаренду	149	114
Прочие оборотные активы	2 756	2 323
Авансы по налогу на прибыль	878	1 596
ИТОГО АКТИВЫ	1 951 425	1 563 914

КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	31.12.2025	31.12.2024
Капитал, приходящийся на акционеров материнской компании	142 447	174 275
Неконтролирующие доли участия	7 355	7 039
Долгосрочные кредиты и займы	467 781	151 050
Долгосрочные обязательства по аренде	536 245	474 268
Прочие долгосрочные обязательства	34 714	26 151
Торговая и прочая кредиторская задолженность	376 005	373 983
Краткосрочные кредиты и займы	277 886	260 868
Краткосрочные обязательства по аренде	63 903	62 192
Дивиденды к выплате	2 922	2 924
Прочие краткосрочные обязательства	42 167	31 164
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	1 951 425	1 563 914

Источник: МСФО 16 — в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/ или процентного изменения обусловлены округлением.

Долговая нагрузка

Низкий валютный риск
Отсутствие долга в иностранной валюте

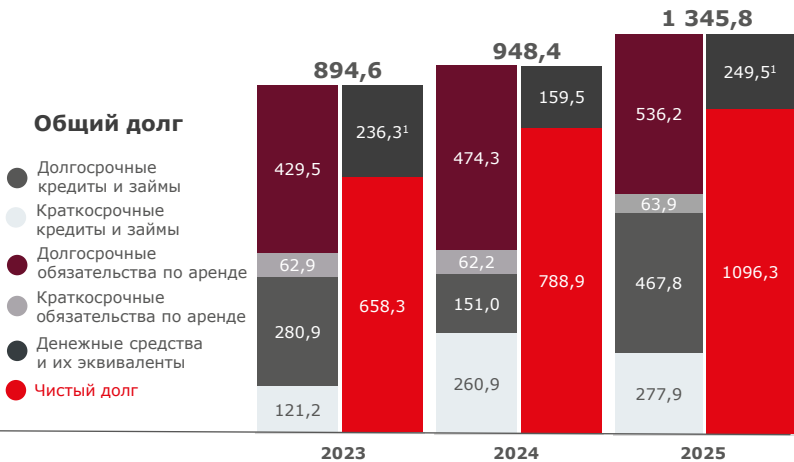
46,6% долга с фиксированной ставкой
и 53,4% с переменной ставкой

Средний срок погашения долга
14 месяцев

Средневзвешенная стоимость долга
17,1% на 31.12.2025 г.

Низкая долговая нагрузка
Соотношение чистый долг /
LTM EBITDA – 3,6х

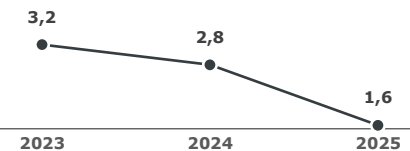
Динамика уровня долга,
млрд руб.



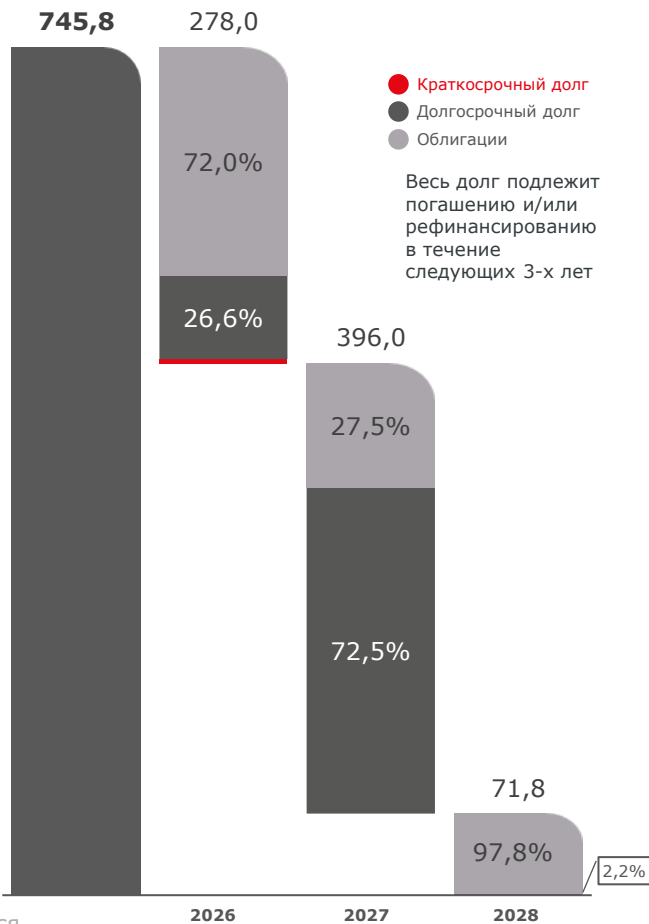
Соотношение чистый долг / LTM EBITDA



EBITDA / Финансовые расходы



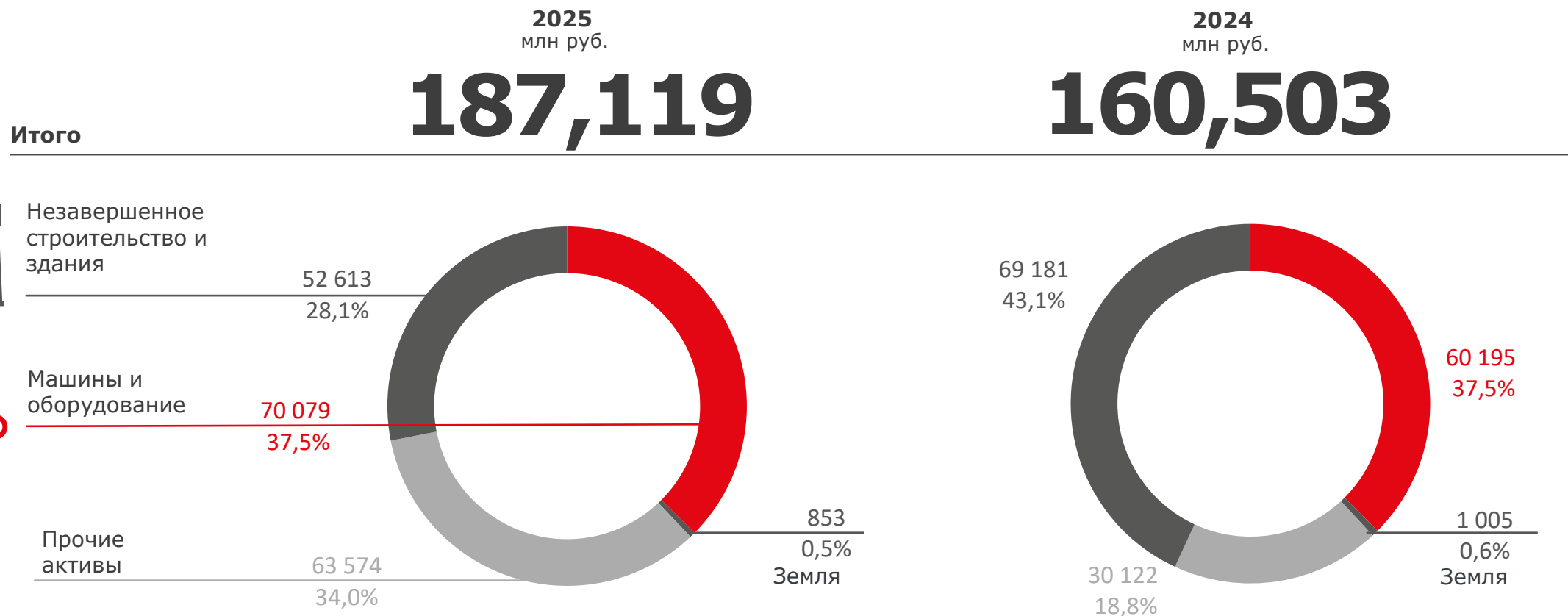
Кредитный портфель², млрд руб.



По состоянию на 31.12.2025 г.
Источник: МСФО 16 — в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
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

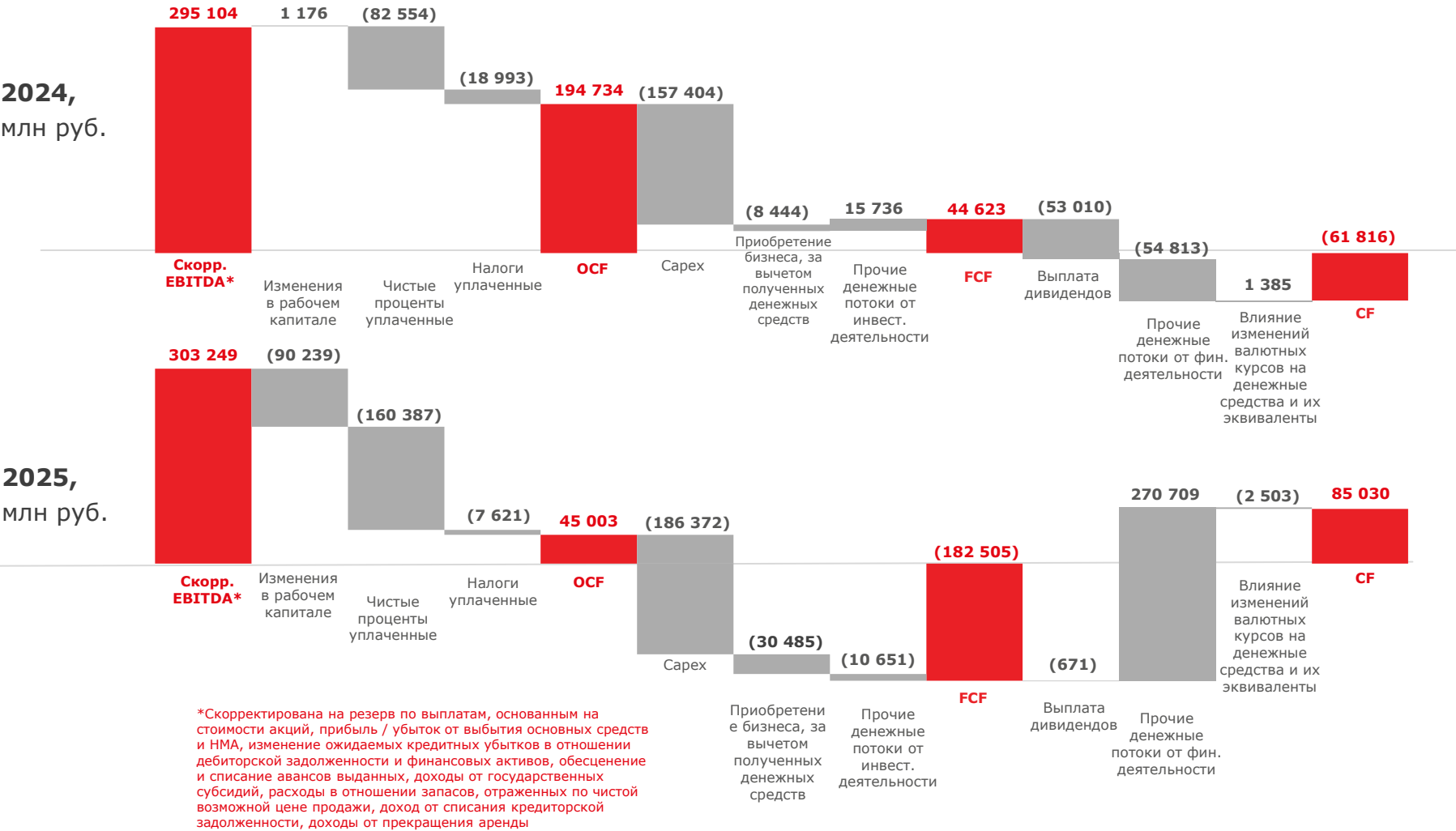


Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением

По состоянию на 31.12.2025 г.

Источник: до применения МСФО 16 - в соответствии с данными управленческой отчетности

Свободный денежный поток



Анализ рабочего капитала

35 дней

Средний срок расчета с поставщиками

39 дней

Оборачиваемость запасов

По состоянию на 31.12.2025 г.
Источник: МСФО 16 – в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.

Приложение

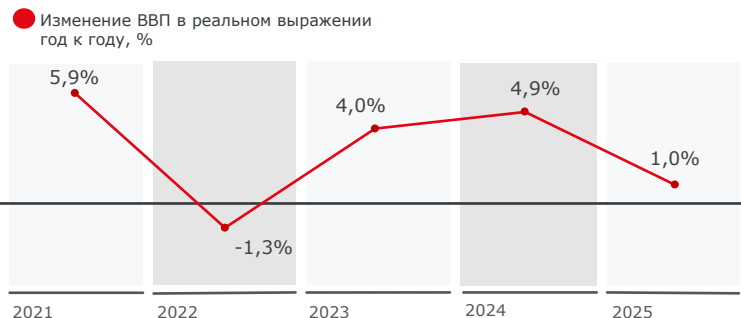
Российская макросреда
Операционные результаты



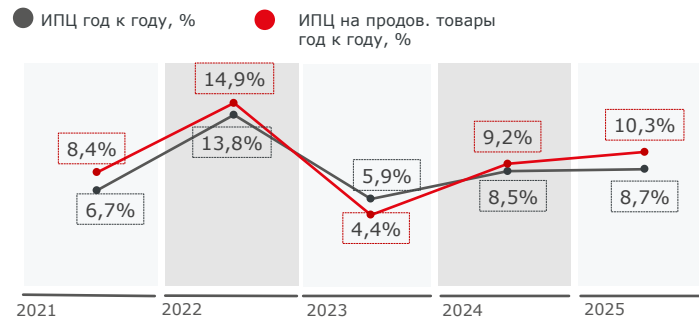


Российская макросреда

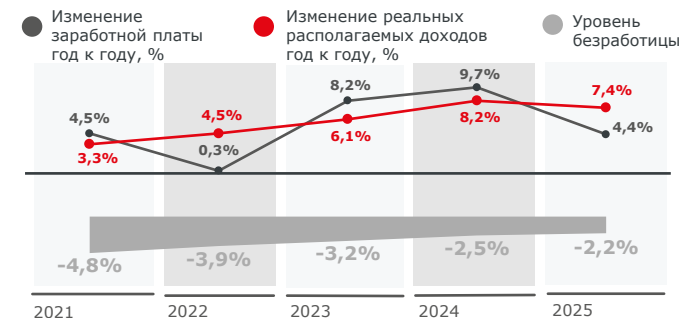
1 Рост ВВП в реальном выражении в 2025 г. по предварительной оценке замедлился год к году до 1,0%



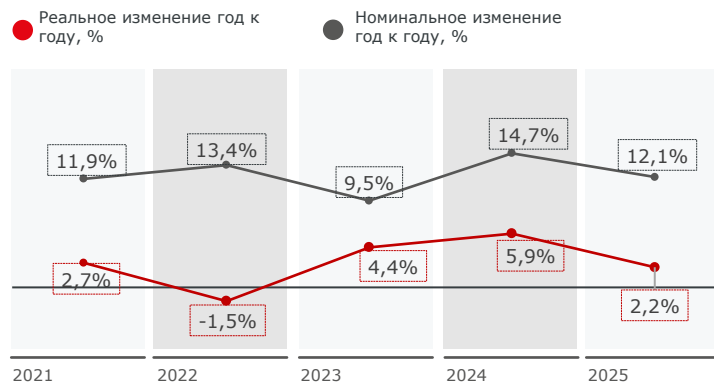
2 Инфляция в 2025 г. ускорилась год к году



3 Реальные располагаемые доходы населения в 2025 г. выросли год к году. Уровень безработицы в 2025 г. улучшился до 2,2%



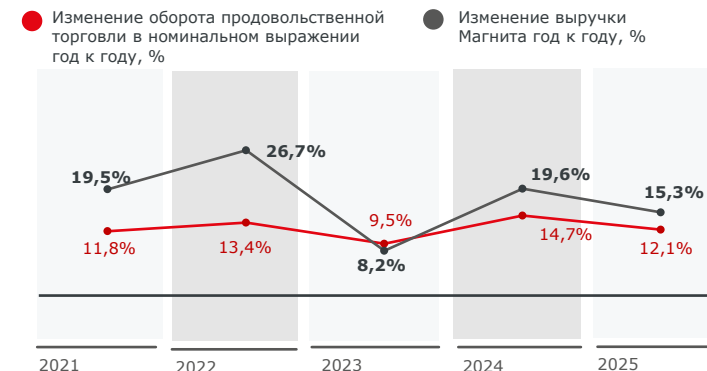
4 Рост продовольственной торговли в реальном выражении в 2025 году замедлился год к году. Сильные игроки наращивают долю рынка



5 Потребительская уверенность в 2025 г. снизилась год к году



6 Наблюдается замедление роста продовольственной розницы в номинальном выражении в 2025 г. Магнит показывает двузначные темпы роста выручки





Операционные результаты

млрд руб.	1 кв. 2023	2 кв. 2023	1П 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023	1П 2024	2024	1П 2025	2025
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА	596,8	632,7	1 229,5	628,5	686,7	2 544,7	1 460,1	3 043,4	1 673,2	3 509,2
рост год к году, %	9,0%	7,5%	8,2%	5,7%	10,5%	8,2%	18,8%	19,6%	14,6%	15,3%
ЧИСТАЯ РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА	583,2	620,5	1 203,7	623,9	681,7	2 509,3	1 448,5	3 017,9	1 661,8	3 483,0
рост год к году, %	9,0%	7,2%	8,1%	7,0%	13,1%	9,1%	20,3%	20,3%	14,7%	15,4%
Магазины у дома «Магнит»	406,4	436,6	843,0	437,8	477,0	1 757,8	995,7	2 076,6	1 148,9	2 380,3
Магазины у дома «ДИКСИ»	66,6	71,5	138,2	69,6	75,8	283,6	158,1	326,3	182,9	376,7
Супермаркеты	59,9	61,7	121,6	61,7	69,4	252,8	127,9	266,6	134,6	276,8
Дрогерии	47,0	47,7	94,6	51,3	54,8	200,7	108,9	226,9	115,6	239,9
«Азбука вкуса»									11,5	65,8
Количество магазинов	27 909	28 309	28 309	28 707	29 165	29 165	30 431	31 482	32,589	33,440
Магазины у дома «Магнит»	17 787	18 072	18 072	18 377	18 701	18 701	19 423	20 268	21 113	21 774
Магазины у дома «ДИКСИ»	2 207	2 213	2 213	2 219	2 235	2 235	2 274	2 363	2 486	2 668
Супермаркеты	492	490	490	488	489	489	481	456	441	439
Дрогерии	7 423	7 534	7 534	7 623	7 740	7 740	7 931	8 050	8 014	7 987
«Азбука вкуса»									174	176
Торговая площадь, тыс. кв. м	9 623	9 753	9 753	9 894	10 053	10 053	10 598	10 934	11 275	11 544
Магазины у дома «Магнит»	6 184	6 287	6 287	6 402	6 527	6 527	6 807	7 113	7 351	7 553
Магазины у дома «ДИКСИ»	721	728	728	732	739	739	756	785	815	876
Супермаркеты	982	980	980	981	983	983	969	938	913	909
Дрогерии	1 707	1 730	1 730	1 750	1 773	1 773	1 811	1 834	1 827	1 822
«Азбука вкуса»									104	104



Операционные результаты

	1 кв. 2023	2 кв. 2023	1П 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023	1П 2024	2024	1П 2025	2025
Рост LFL выручки	6,1%	4,7%	5,4%	3,1%	8,0%	5,5%	10,7%	11,2%	9,8%	8,7%
Магазины у дома «Магнит»	8,0%	5,5%	6,7%	3,7%	9,0%	6,5%	11,4%	11,7%	9,8%	8,9%
Магазины у дома «ДИКСИ»	0,6%	-0,9%	-0,2%	2,0%	7,7%	2,3%	11,7%	12,4%	11,5%	9,8%
Супермаркеты	7,1%	5,1%	6,1%	4,6%	6,1%	5,7%	4,8%	6,5%	10,0%	7,6%
Дрогери	-1,2%	4,7%	1,7%	-3,0%	1,6%	0,4%	10,2%	10,0%	5,6%	5,1%
Рост LFL трафика	1,6%	2,6%	2,2%	-0,6%	-1,0%	0,6%	0,7%	0,8%	0,4%	0,3%
Магазины у дома «Магнит»	2,9%	3,6%	3,3%	0,3%	0,0%	1,6%	0,9%	0,8%	0,6%	0,5%
Магазины у дома «ДИКСИ»	-3,3%	-1,4%	-2,4%	-3,8%	-3,2%	-2,9%	1,5%	2,4%	1,5%	0,7%
Супермаркеты	4,2%	1,9%	3,0%	0,1%	-3,6%	0,5%	-3,5%	-1,9%	0,3%	-0,5%
Дрогери	-4,3%	-0,7%	-2,5%	-6,2%	-5,5%	-4,3%	1,1%	0,2%	-3,9%	-3,8%
Рост LFL чека	4,4%	2,0%	3,2%	3,8%	9,0%	4,8%	9,9%	10,2%	9,3%	8,4%
Магазины у дома «Магнит»	5,0%	1,9%	3,3%	3,4%	9,0%	4,8%	10,4%	10,7%	9,2%	8,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»	4,1%	0,5%	2,2%	6,1%	11,3%	5,4%	10,0%	9,7%	9,9%	9,0%
Супермаркеты	2,8%	3,1%	3,0%	4,5%	10,1%	5,2%	8,5%	8,5%	9,7%	8,1%
Дрогери	3,2%	5,5%	4,3%	3,4%	7,6%	4,9%	9,0%	9,7%	9,8%	9,2%



Контактная информация

Департамент по связям с инвесторами



magnitIR@magnit.ru



magnit.com



Ул. Солнечная, 15/5, Краснодар, 350072, Россия