

Презентация для инвесторов

Результаты 2 квартала 2022 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, 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.

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

26 731
магазинов

9 258
Торговая площадь,
тыс. кв. м

45
Распределительных
центров

5 412
Грузовиков



Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке, сильная рентабельность по EBITDA и низкая долговая нагрузка

38,2%
Рост выручки
за 1П 2022,
год к году

11,5%
Доля на
продовольственном
розничном рынке
России за 2021 год

7,0%
EBITDA маржа
за 1П 2022

1,2
Чистый долг /
EBITDA,
По состоянию на
30.06.2022 г.

География сети

3 963 населенных пунктов

7 федеральных округов



Мы присутствуем во всех густонаселенных регионах

	Северо-Кавказский	Южный	Центральный	Приволжский	Северо-Западный	Уральский	Сибирский	Всего	
Магазины у дома	491	2 621	4 482	4 465	1 900	1 733	1 056	16 748	Магнит
Супермаркеты	19	122	85	124	37	56	24	467	
Дрогери	249	1 308	1 842	1 813	693	804	447	7 156	
Магазины у дома			1 743		583			2 326	Дикси
Супермаркеты						29		29	
РЦ	1	8	14	10	4	5	3	45	

По состоянию на 30.06.2022 г.
Магазины у дома «Магнит» включают магазины Магнит у дома, Магнит Сити, Моя Цена
Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты Магнит Семейный, суперсторы
«Магнит» оперирует 5 магазинами дрогери в Узбекистане



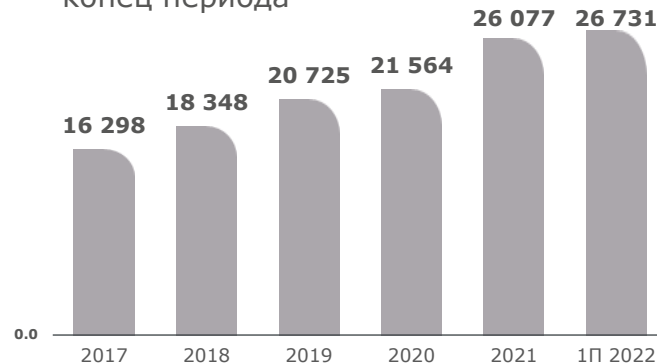
Ключевые операционные показатели

1 Чистая розничная выручка, млрд руб.

● Рост чистой розничной выручки, год к году, %

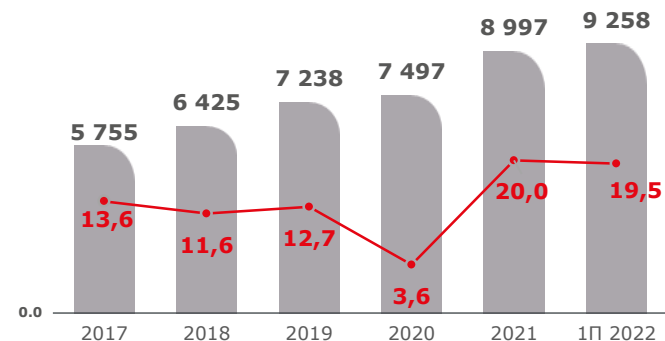


2 Количество магазинов, на конец периода

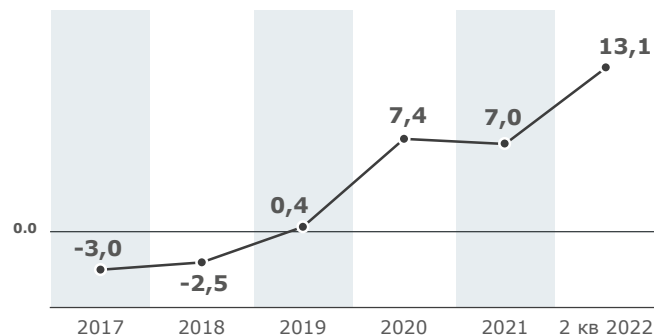


3 Торговая площадь, тыс. кв. м

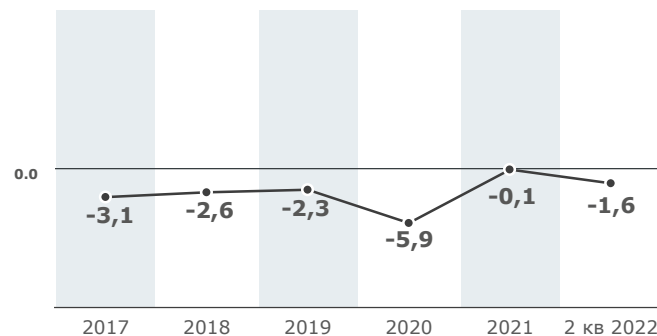
● Рост торговой площади, год к году, %



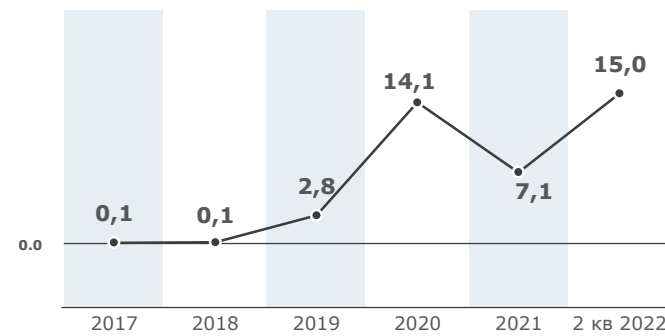
А Рост LFL продаж, %



В Рост LFL трафика, %



С Рост LFL чека, %





Финансовые показатели

Ключевые достижения



Повышение плотности продаж во всех форматах



Увеличение рентабельности



Строгий контроль затрат



Чистый оборотный капитал стал отрицательным благодаря значительному улучшению оборачиваемости запасов



Стабильный денежный поток



Оптимизация долговой нагрузки (кредитное плечо ниже 1,5x)



Улучшение ROIC² до 19%

Краткий отчет о прибылях и убытках

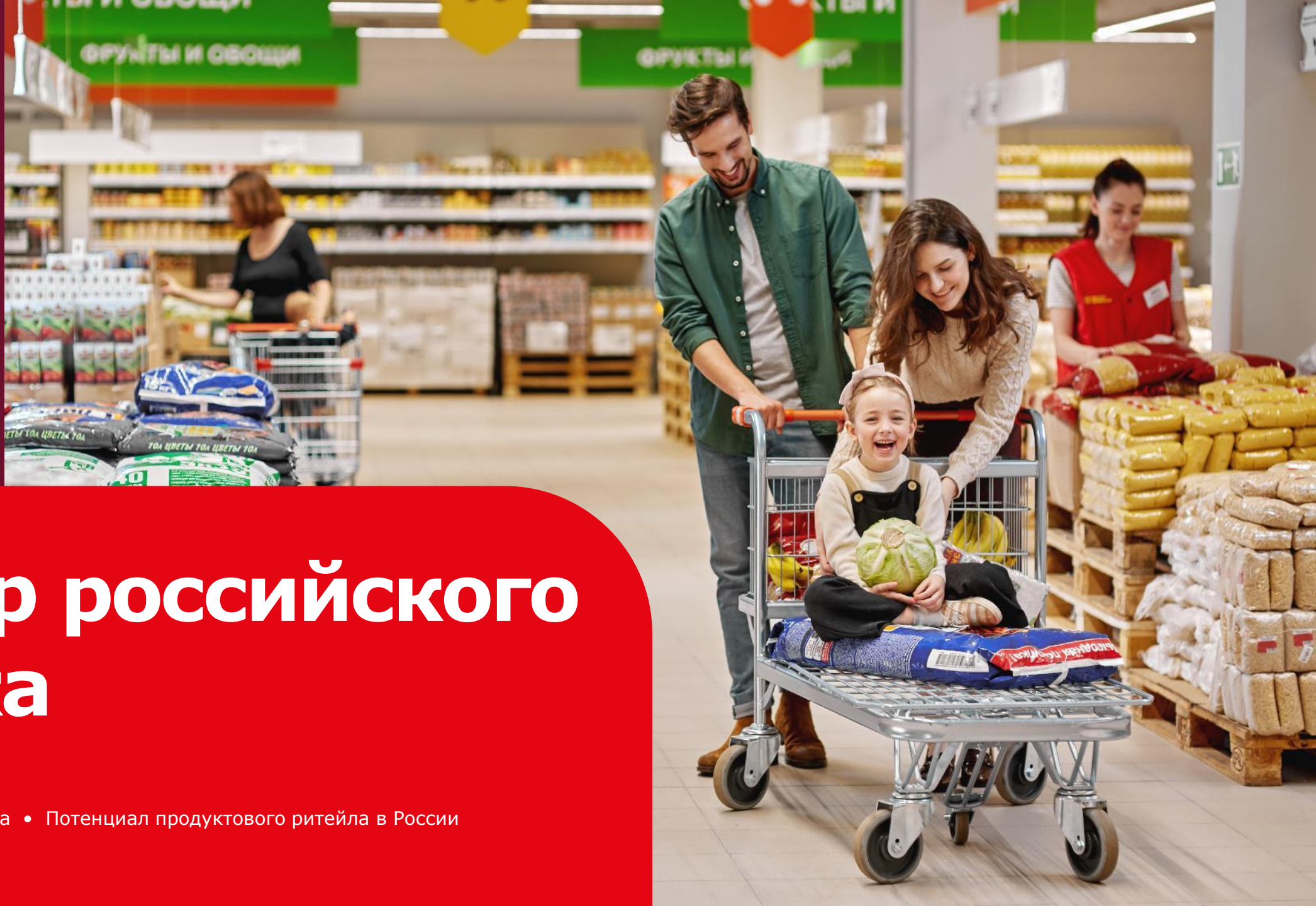
	1П 2020	1П 2021	1П 2022	год к году
Выручка , млрд руб.	763,4	822,2	1 136,3	+38,2%
Валовая маржа , %	23,5	23,2	23,2	0,0пп
SG&A , %	(20,5)	(20,2)	(19,7)	+0,5пп
EBITDA , млрд руб.	53,2	57,9	80,1	+38,3%
EBITDA , %	7,0	7,0	7,0	0,0пп
Чистая прибыль , млрд руб.	17,0	22,9	32,0	+39,6%
Чистая прибыль , %	2,2	2,8	2,8	0,0пп
LTM - Плотность продаж ¹ , тыс. руб. / кв. м	200	209	226	+8,1%
Чистый долг , млрд руб.	187,4	136,1	184,0	+35,2%
Чистый долг / EBITDA	2,0x	1,2x	1,2x	0,0x
CAPEX , млрд руб.	12,3	25,6	23,4	(8,3%)
Свободный денежный поток , млрд руб.	3,1	9,5	32,1	+238,5%
ROIC ² , %	9,6%	14,0%	19,0%	+5,0пп

По состоянию на 30.06.2022 г.; по данным управленческой отчетности по МСБУ 17

1. Не включая «Дикси» | 2. ROIC (возврат на инвестированный капитал) = (операционная прибыль – расходы по налогу на прибыль) / (средняя величина чистого долга + средний собственный капитал), за последние 12 мес.

Обзор российского рынка

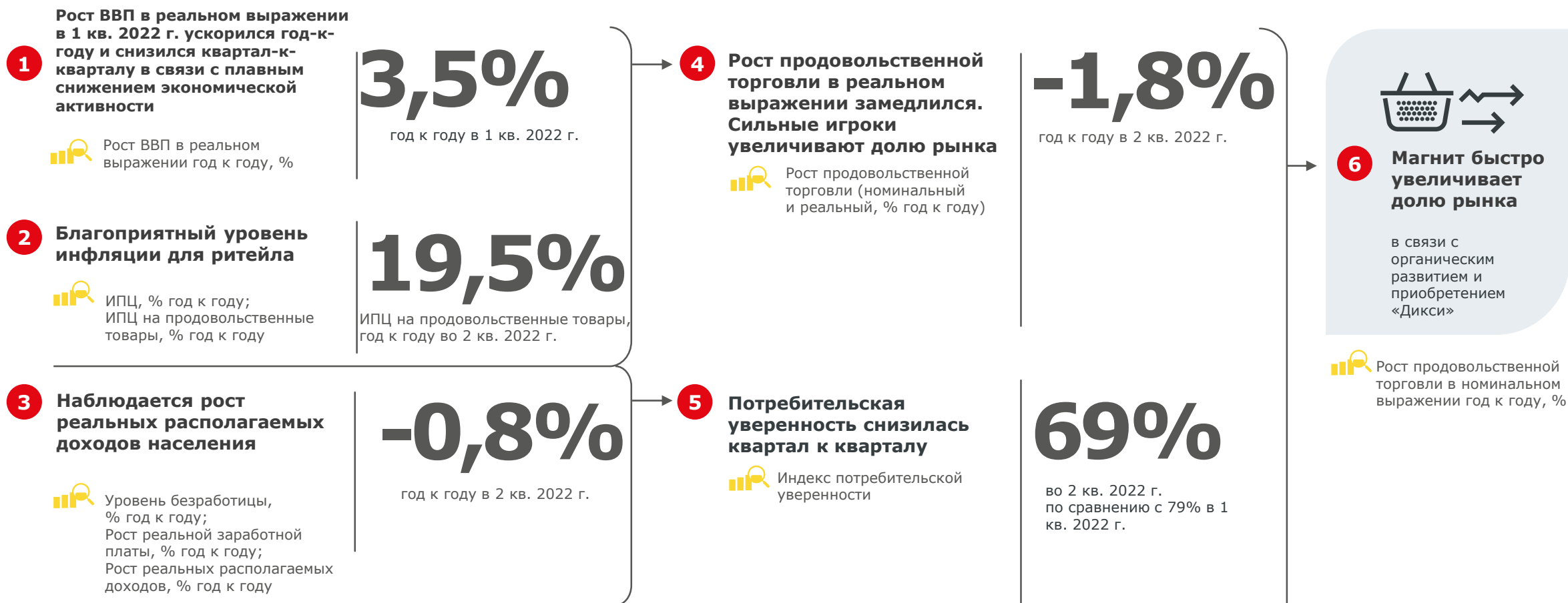
Российская макросреда • Потенциал продуктового ритейла в России





Российская макросреда

Стабильный экономический рост поддержит розничный рынок





Потенциал продуктового ритейла в России

Магнит – лидирующая компания на растущем российском рынке продуктовой розницы

1 Рынок продовольственного ритейла в России велик

#8

Рынок продовольственного ритейла в России один из крупнейших в мире и превосходит Италию, Испанию и Польшу



Рынок продуктовой розницы в 2021 году

2 Сохраняется большой потенциал для роста

22%

Доля традиционной торговли в России все ещё сравнительно высока...



Современная торговля в сравнении с традиционной

3 Рынок современной торговли в России фрагментирован

#2

Магнит – второй крупнейший продовольственный ритейлер в России



Доля ТОП-5 розничных сетей



ТОП-10 российских продовольственных ритейлеров

4 Основной рост создают федеральные сети

+11%

Рост выручки топ-10 ритейлеров, год к году



Динамика роста продуктовой розницы

Стратегия

Наша стратегическая цель • Краткий обзор стратегии • Приобретение Дикси: план и сроки интеграции • Устойчивое развитие





Наша стратегическая цель

Укрепить текущие лидирующие федеральные позиции, увеличивая долю рынка при сохранении доходности бизнеса

Инструменты достижения цели



Продолжаем улучшать CVP, являющееся ключевым драйвером роста плотности продаж и доходности



Улучшаем способы работы бизнеса для обеспечения роста доходности и аккумулирования денежного потока



Продолжаем концентрироваться на «умной» органической экспансии и ставим высокие критерии доходности для новых открытий, при этом проводим пилоты новых концепций магазинов и ниш



На фоне дальнейшего развития рынка и высокого потенциала его консолидации мы ожидаем большего числа возможностей в области M&A, за счет которых мы можем (учитывая стратегические цели и целевой уровень доходности) точно увеличивать свое присутствие на рынке



Развиваем и расширяем мультиформатные омниканальные предложения через партнеров и собственные сервисы



Продолжаем автоматизацию процессов, построение современной облачной платформы и создание технологического направления с фокусом на продукт



Краткий обзор стратегии

Фокус на покупателе

Ориентированный на покупателя процесс принятия решений, основанный на программе лояльности (ключевой источник данных) / персонализации на основе искусственного интеллекта и больших данных

Совершенствование CVP и кластеризация для лучшего удовлетворения потребностей клиентов

Улучшенное позиционирование бренда (вкл. заботу, безопасность, устойчивое развитие и выгодное ценностное предложение)

E2E предложение покупателям за рамками офлайн – формирование экосистемы

Лучший работодатель

Гибкий и проактивный подход к привлечению персонала

Активные инвестиции в кадры для обеспечения лучшей квалификации персонала и непрерывности бизнеса

«Командный подход»: эффективное кросс-функциональное сотрудничество

Оценка талантов и вертикальная мобильность

Гибкое и инновационное мышление



Эффективные и перспективные каналы

Увеличение доли рынка, за счет «умной» экспансии, в том числе за счет M&A

Активное изучение новых направлений продаж, ниш / рынков

Оmnikanальность, вкл. электронную коммерцию

Гибкие закупки, вкл. партнерства с поставщиками, четкое и качественное предложение в СП/СТМ³ для укрепления позиционирования

Современная эффективная платформа

Четко синхронизованные функциональные стратегии

Эффективные бизнес-процессы

Гибкая организационная структура, четкое разделение ответственности в сочетании с культурой предпринимательства

Гибкая, надежная и масштабируемая платформа: ИТ, промышленные решения и данные

Технологическое направление с фокусом на продукт



Приобретение Дикси : План и сроки интеграции





Концепция стратегии устойчивого развития

Российский ритейлер №1 в области устойчивого развития

Наши амбиции



1.

Стать **лидером** по снижению воздействия на окружающую среду в российском секторе розничной торговли



2.

Положительно **повлиять** на качество жизни всех россиян



3.

Создать **полностью ответственную** цепочку поставок



4.

Выстроить **лучшую** систему корпоративного управления в российском секторе розничной торговли



5.

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

Стратегические принципы



Добросовестные деловые практики и партнерство



Управление природными ресурсами



Уважение многообразия и инклюзивность



Уважение прав человека



«Зеленый» маркетинг



Обязательства в области устойчивого развития до 2025 г.

1 Экология

50%

Упаковки для СТМ и СП станет перерабатываемой, многоразовой или компостируемой

100%

Сбора и переработки перерабатываемого пластика в собственной деятельности

▼ **50%**

Снижение пищевых отходов

▼ **30%**

Снижение выбросов парниковых газов

▼ **25%**

Снижение расхода воды и энергии



2 «Зелёные» закупки

100%

Ответственных закупок социально значимых товаров

100%

Ответственный подход в собственном производстве и сельском хозяйстве

Партнерство

Программы для местных поставщиков и фермеров



3 Сотрудники

70%

Уровень удовлетворенности сотрудников

40%

Максимальный показатель текучести персонала

▼ **50%**

Снижение несчастных случаев с временной потерей трудоспособности и отсутствие смертельных исходов



4 Сообщества

10%

Сотрудников Компании участвуют в волонтерских программах

Сообщество

Программы по развитию местных сообществ во всех регионах присутствия Компании



5 Здоровье и благополучие

Здоровый образ жизни

Информация о здоровом образе жизни и питании доступна всем покупателям

Здоровая еда

Продукты для здорового образа жизни доступны всем покупателям



- Интеграция Дикси в стратегию устойчивого развития Магнита уже осуществляется
- О прогрессе в выполнении плана по обязательствам до 2025 года (включая инициативы Дикси) будет сообщено в специальном Отчете об устойчивом развитии за 2021 год

ФРУКТЫ И ОВОЩИ

Магнит сегодня

Зонтичный бренд «Магнит»
Описание форматов
Магазины у дома • Супермаркеты
Дрогери • Дискаунтеры • Прочие малые
форматы и пилоты Магазины у дома
«Дикси» • Запуск e-com Собственное
производство и Частная марка • Система
логистики • Персонал
Структура акционерного капитала





Зонтичный бренд «Магнит»: миссии и форматы

Все нужное
рядом

Ключевые форматы офлайн вкл. аптеки в продовольственных магазинах и дрогери

Новые перспективные форматы

		 		 МЕГАМАРТ					
		У дома «Шаговой доступности»	Семейный Супермаркет	Экстра Суперстор	Косметик Дрогери	Аптека Фарма	Моя цена Дисканутер	Сити Перекус	GO Киоск
		+ e-commerce, закрывающий все миссии широким ассортиментным предложением							
Core missions	Перекус на ходу								
	Продукты на вечер ¹								
	Повседневные покупки								
	Закупка впрок								
	Покупки для особого случая								
	Площадь, кв. м	200-500	700-2 350	1 800-5 000	130-350	20-90	150-250	100-160	15-50
	Ассортимент, SKU	~5 300	~14 700	~22 000	~7 400	~5 000	~2 000	~3 200	~300

Отличительные
особенности

Мультиформатная
модель

Единый
бренд

Единая программа
лояльности

Эмоциональная
связь

Собственное
производство



Магазины у дома «Магнит»

01

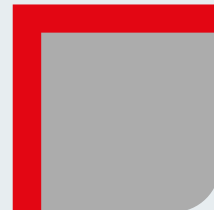


3D-тур

Удобный и доступный магазин
для повседневных покупок



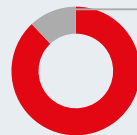
Площадь магазина, кв. м



Общая площадь,
482

Торговая площадь,
348

Ассортимент



11% Непрод. товары

89% Прод. товары

Среднее количество SKU



5 159

Описание

- ✓ Повседневные покупки
- ✓ Продукты на вечер/сейчас
- ✓ Небольшое пополнение запасов



Расположение

Спальные и деловые
районы



Доля в чистой
розничной выручке

68%

Во 2 квартале 2022 г.



Магазины у дома «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

5 836 **10,6%**
Рост год-
к-году



Средний чек
(без НДС) 2 кв. 2022, руб.

356 **15,4%**

Количество покупателей
2 кв. 2022, млн

1 114 **6%**

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

258

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

LFL 2 кв. 2022

Рост среднего чека

15,2%

Рост трафика

-1,3%

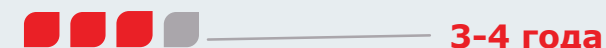
Рост выручки

13,6%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда



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

Новый магазин



34

Редизайн



29

Выход на зрелый уровень продаж

12 месяцев



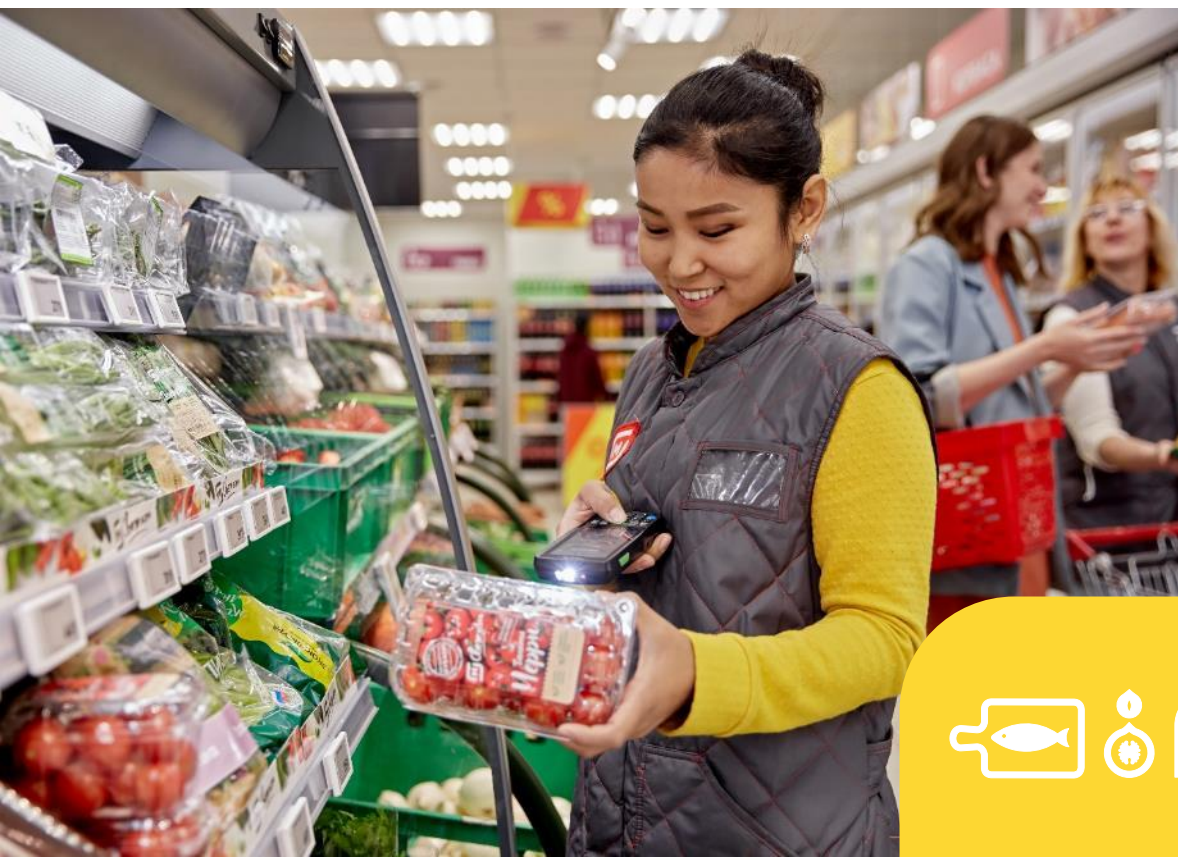
Супермаркеты «Магнит»

01



3D-тур

Удобный и доступный магазин для ежедневных и более крупных покупок



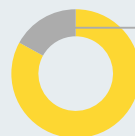
Площадь магазина, кв. м



Общая
площадь, 4 329

Торговая
площадь, 1 999

Ассортимент



15% Непрод. товары

85% Прод. товары

Среднее количество SKU



14 650

Описание

- ✓ Крупные покупки
- ✓ Покупки для особого случая
- ✓ Повседневные покупки
- ✓ Продукты на вечер



Расположение

Спальные и деловые районы, торговые центры

Доля в чистой розничной выручке

10%

Во 2 квартале 2022 г.



Супермаркеты «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

934 -1,0%
Рост год-
к-году



45% аренда
55% собственность

Средний чек
(без НДС) 2 кв. 2022, руб.

691 14,7%

Количество покупателей
2 кв. 2022 млн

82 -5%

LTM - Плотность продаж*,

231

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

LFL 2 кв. 2022

Рост среднего чека

14,0%

Рост трафика

-4,4%

Рост выручки

9,1%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда

6-7 лет

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

Новый магазин



65

Редизайн



12

Выход на зрелый уровень продаж

14 месяцев



Дрогери

01



3D-тур

Товары для здоровья и красоты в шаговой доступности

Магнит Косметик №1 в России среди специализированных магазинов в категории красота и здоровье по выручке, количеству магазинов и торговой площади



Площадь магазина, кв. м



Общая площадь,
288

Торговая площадь,
230

Ассортимент



100% непрод. товары

Среднее количество SKU



7 605

Описание

- ✓ Повседневные покупки товаров для дома и предметов личной гигиены



Расположение

Спальные и деловые районы



Доля в чистой розничной
выручке

8%



Во 2 квартале 2022 г.



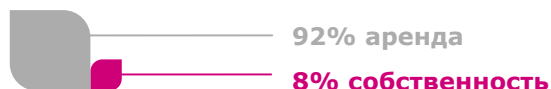
Магазины дрогери

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

1 649 **9,9%**
Рост год-к-году



Средний чек
(без НДС) 2 кв. 2022, руб.

417 **17,2%**

Количество покупателей
2 кв. 2022, млн

106 **7%**

LTM - Плотность продаж*

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

LFL 2 кв. 2022

Рост среднего чека

16,5%

Рост трафика

-1,8%

Рост выручки

14,4%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда

2-3 года

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

Новый магазин

26

Редизайн

19

Выход на зрелый уровень продаж

12 месяцев



Дискаунтер «Моя цена»

Магазин низких цен без излишеств с приятной атмосферой и небольшим ассортиментом высокого качества, закрывающим основные потребности



375 дискаунтеров «Моя цена»¹

Средний чек
(без НДС)²

307 руб. 23% рост
год-к-году

+62%
Рост LFL продаж²

Площадь магазина

150–250 кв. м

✓ Целевая аудитория

рациональные потребители,
чувствительные к ценам, пенсионеры,
семьи с низким доходом

✓ Ассортимент

~2 000 самых востребованных
товаров преимущественно
первого ценового сегмента и
собственных торговых марок

✓ Ценообразование

всегда низкие цены для
покупателей

✓ Персонал

2-3 сотрудника в смену

📍 Локация

спальные районы, регионы с
невысокими доходами населения /
малонаселенные регионы с
меньшей арендной платой

1. По состоянию на 30 июня 2022 г.
2. Во 2 квартале 2022 г.



Прочие малые форматы и пилоты



Магнит Сити

Небольшие магазины с ассортиментом готовой продукции, базовых продовольственных и непродовольственных товаров в местах с высоким трафиком. Есть зона кафе с зарядкой для телефона и Wi-Fi



Магнит Аптека

Лекарства и товары для здоровья по доступным ценам в удобном месте



Magnit GO

Киоск, предлагающий еду и другие товары навынос в локациях высоким трафиком

Площадь и расположение

100–160 кв. м

Расположены в местах с высоким трафиком – рядом с офисами, университетами и зданиями различных предприятий

20–90 кв. м

Расположены внутри магазинов drogery и подходящих продовольственных магазинов

15–50 кв. м

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

Ассортимент, SKU

3 200

5 000

300

Отличительные особенности

- Выпечка (приготовленная в магазине)
- Готовая к употреблению продукция (сэндвичи, кофе, напитки и т.д.)
- Мытые и готовые к употреблению фрукты
- Молочные продукты
- Мороженое
- Вино

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

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



Запуск электронной коммерции во всех миссиях

Миссии

Экспресс-доставка



**Экспресс-покупка
(~60 мин)**

Небольшая рядовая покупка

Регулярная доставка



**Закупка впрок
(2+ часа)**

Большой чек

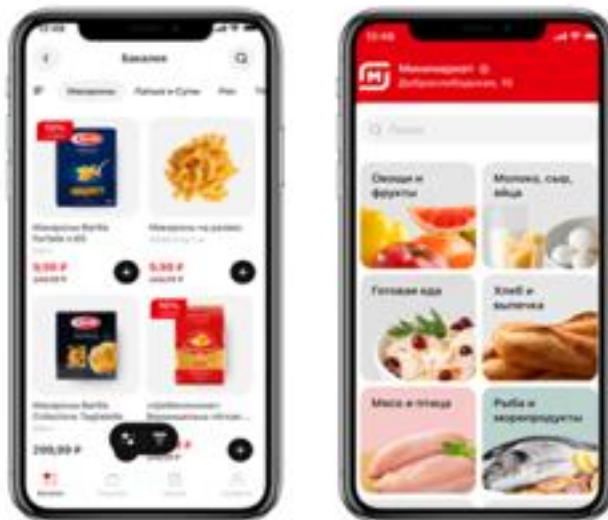
E-Pharma



E-Pharma

Текущие потребности и регулярные покупки

Собственная доставка «Магнита»



Партнеры

Яндекс  Еда

 Delivery Club

 СБЕР MARKET

 WILDBERRIES



Онлайн доставка уже показывает хорошие результаты

**>67 500**

среднее кол-во заказов в день

**1 200**средний чек по всем онлайн-сервисам¹**~80 000 SKUs**

доступно во всех сервисах

**>10 300**

магазинов подключено

**24**

даркстор открыт

**452**

городов в 66 регионах

**72%**выручки от электронной
коммерции генерируется за
пределами Москвы и Санкт-
Петербурга**7,4 млрд**
GMV² за 2 кв. 2022 г. **руб.**

По состоянию на 30.06.2022 г.

1. С НДС | 2. Общий онлайн оборот товаров (GMV) с НДС



Частная марка, собственное производство и прямой импорт как основные отличительные особенности

Частная марка

Улучшение портфеля СТМ – закрытие большего количества миссий

~25% планируемая доля СТМ в продажах к 2025 году

**Моя
цена**



**PREMIERE
of TASTE**

Свежесть

**BEAUTY
BOMB**



Покупатель – главный приоритет, поэтому мы фокусируемся на качестве, открывая дегустационные студии, собирая обратную связь через приложение и проводя исследования

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

4 сельскохозяйственных комплекса



Огурцы, томаты, салат



Картофель, лук, свекла, морковь



Грибы

13 производственных предприятий



Кондитерские изделия



Крупы, макаронные изделия



Уксус, сиропы



Еда быстрого приготовления



Специи, семечки, орехи



Замороженная рыба



Замороженные полуфабрикаты

Прямой импорт

дифференцирующее предложение

- Профильная команда из 60+ сотрудников
- Офисы в Центральной и Восточной Азии

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



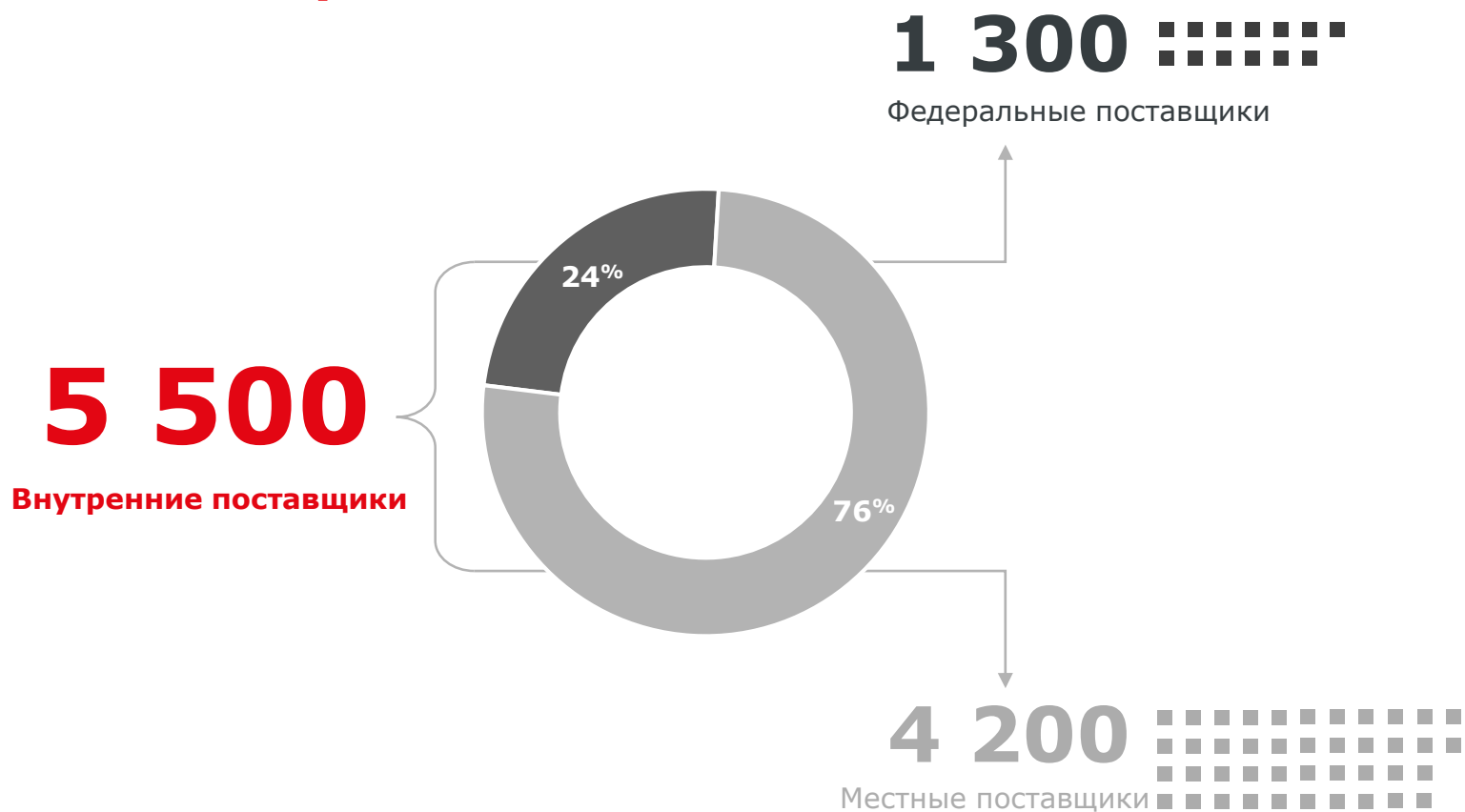
Собственное производство — с грядки/производства на полку





Поставщики

Поставщики



Прямой импорт



7% Доля прямого импорта в выручке (среднегодовой показатель)



750 Действующих контрактов

Частная марка



16% Доля в выручке



Система логистики

Уровень централизации 2 кв. 2022 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



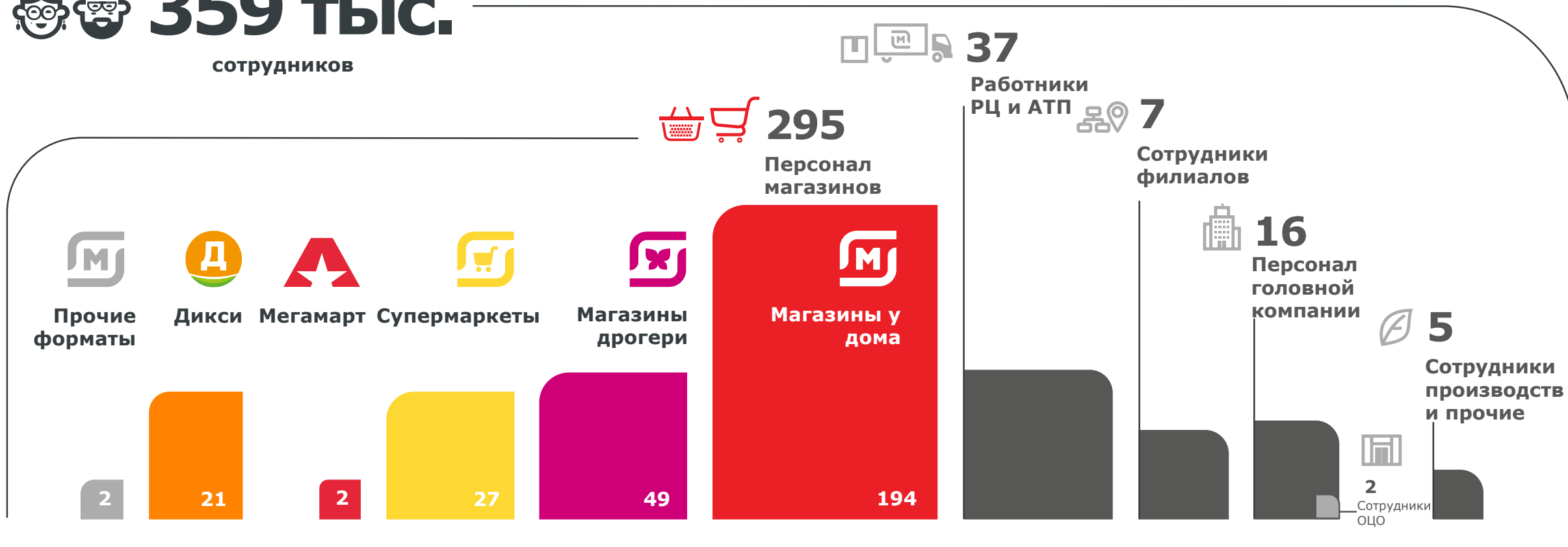


Персонал



359 тыс.

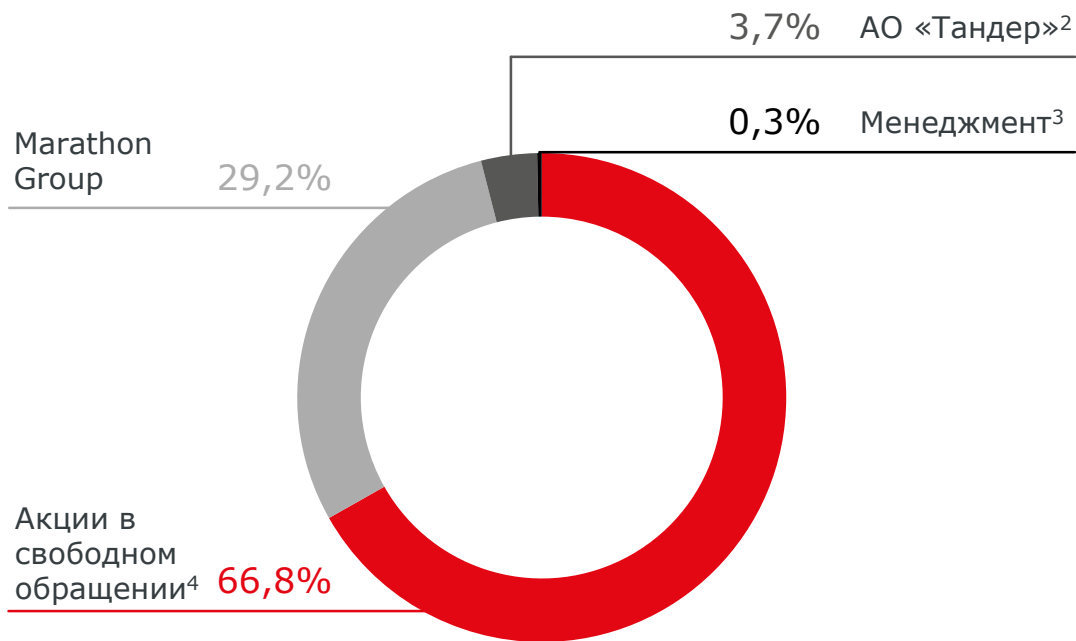
сотрудников





Структура акционерного капитала

Сведения о лицах, владеющих акциями, распоряжающихся голосами по акциям и/или являющихся выгодоприобретателями по акциям ПАО «Магнит»¹



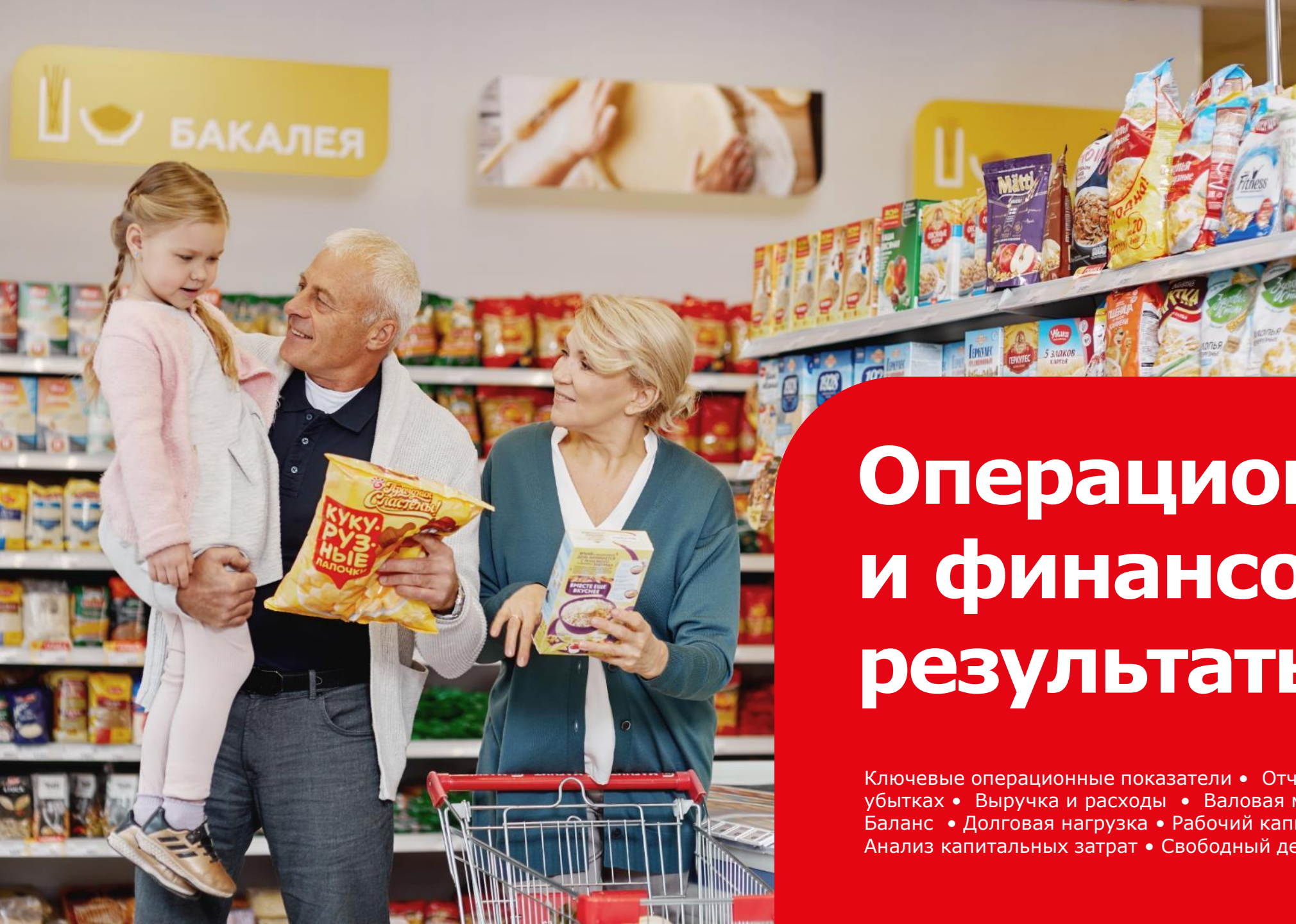
1. По состоянию на 30.06.2022 по информации, имеющейся у ПАО «Магнит».

2. Дочерняя компания ПАО «Магнит» (100% акций АО «Тандер» принадлежит ПАО «Магнит»).

3. Информация приведена в отношении акций, принадлежащих членам Правления ПАО «Магнит».

4. По собственным оценкам ПАО «Магнит», проведенным с учетом [Методики расчета коэффициента free-float, применяемой ПАО Московская биржа](#).





Операционные и финансовые результаты

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



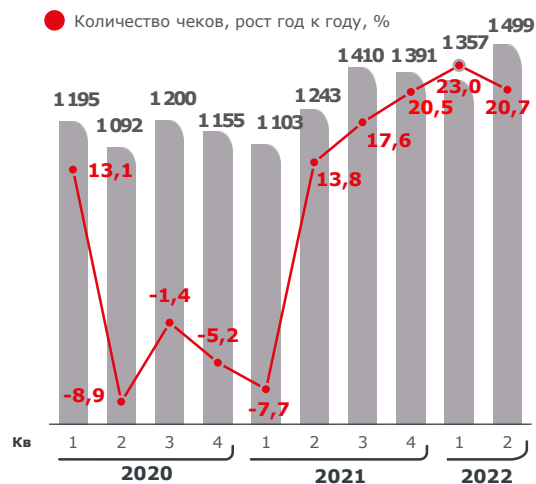
Ключевые операционные показатели

[Назад к исходному слайду](#)

1 Чистая розничная выручка, млрд руб.



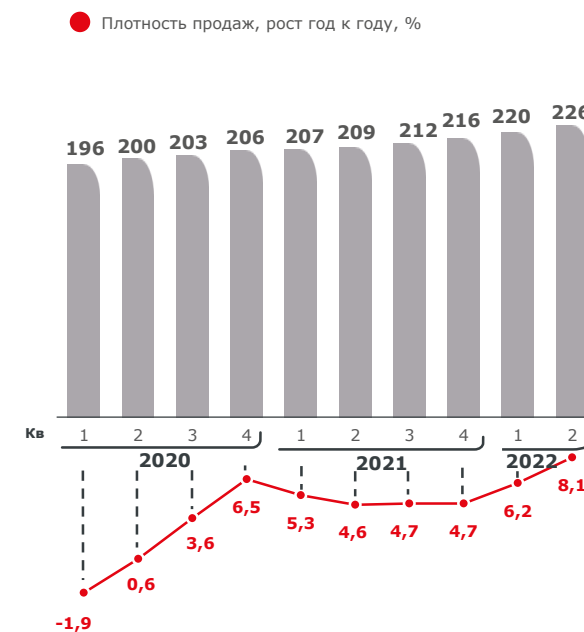
2 Количество покупателей, млн



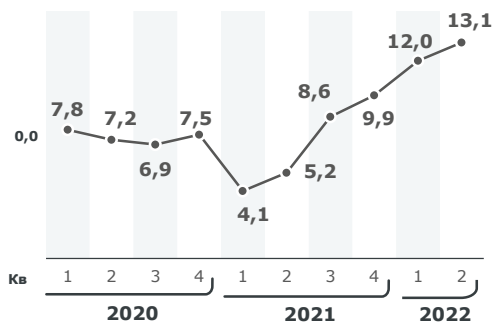
3 Торговая площадь, тыс. кв. м



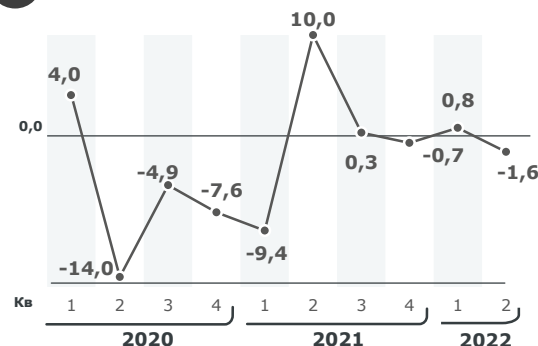
4 LTM - Плотность продаж*, тыс. руб./кв.м/год



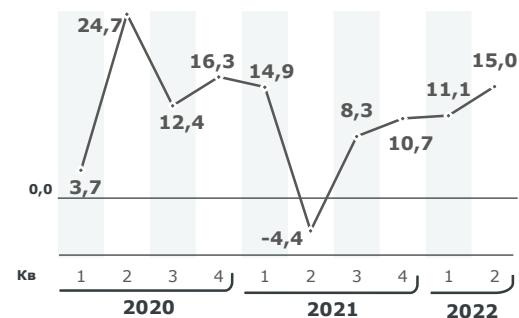
A Рост LFL продаж, %



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

1-3 – включая «Дикси»; 4, А-С – не включая «Дикси»



Отчет о прибылях и убытках

млн руб.

МСБУ 17

МСФО 16

	1П 2021	1П 2022	Рост год-к-году
Чистая выручка	822 230	1 136 266	38,2%
Себестоимость реализации	-631 755	-872 641	38,1%
Валовая прибыль	190 476	263 624	38,4%
Валовая маржа, %	23,2%	23,2%	4 б.п.
SG&A ²	-142 716	-193 209	35,4%
Прочие доходы, нетто	8 465	7 288	-13,9%
Доходы от аренды, субаренды	1 703	2 401	40,9%
EBITDA до LTI¹	58 603	80 526	37,4%
EBITDA маржа до LTI	7,1%	7,1%	-4 б.п.
EBITDA	57 928	80 105	38,3%
EBITDA маржа, %	7,0%	7,0%	0 б.п.
Амортизация и обесценение ОС, НМА и прав аренды	-23 234	-30 528	31,4%
EBIT	34 695	49 577	42,9%
Прибыль/убыток от курсовой разницы	444	-2 111	-575,4%
Чистые финансовые расходы	-5 371	-6 592	22,7%
Прибыль до налогообложения	29 768	40 874	37,3%
Налоги	-6 820	-8 838	29,6%
Эффективная налоговая ставка	22,9%	21,6%	-129 б.п.
Чистая прибыль	22 948	32 035	39,6%
Маржа чистой прибыли, %	2,8%	2,8%	3 б.п.

	1П 2021	1П 2022	Рост год-к-году
Чистая выручка	822 230	1 136 266	38,2%
Себестоимость реализации	-631 740	-871 919	38,0%
Валовая прибыль	190 491	264 347	38,8%
Валовая маржа, %	23,2%	23,3%	10 б.п.
SG&A ²	-108 232	-146 833	35,7%
Прочие доходы, нетто	10 400	8 541	-17,9%
Доходы от аренды, субаренды	1 703	2 384	39,9%
EBITDA до LTI¹	95 038	128 860	35,6%
EBITDA маржа до LTI	11,6%	11,3%	-22 б.п.
EBITDA	94 363	128 439	36,1%
EBITDA маржа, %	11,5%	11,3%	-17 б.п.
Амортизация и обесценение ОС, НМА и прав аренды	-45 256	-62 325	37,7%
EBIT	49 107	66 114	34,6%
Прибыль/убыток от курсовой разницы	454	-1 906	-519,7%
Чистые финансовые расходы	-20 601	-26 699	29,6%
Прибыль до налогообложения	28 959	37 508	29,5%
Налоги	-6 660	-8 166	22,6%
Эффективная налоговая ставка	23,0%	21,8%	-123 б.п.
Чистая прибыль	22 300	29 343	31,6%
Маржа чистой прибыли, %	2,7%	2,6%	-13 б.п.

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

¹ Программа долгосрочного премирования (Long-Term Incentive Program)² Не включает амортизацию и обесценение ОС и НМА и прав аренды

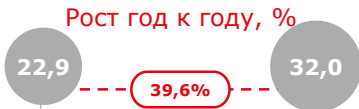
Источник: МСБУ 17 — в соответствии с данными управленческой отчетности; ; МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО

Выручка и расходы

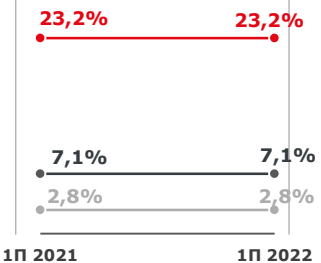
Динамика
выручки,
млрд руб.



Динамика
чистой
прибыли,
млрд руб.



Динамика
рентабельности



Валовая маржа

EBITDA маржа до LTI

Маржа чистой прибыли

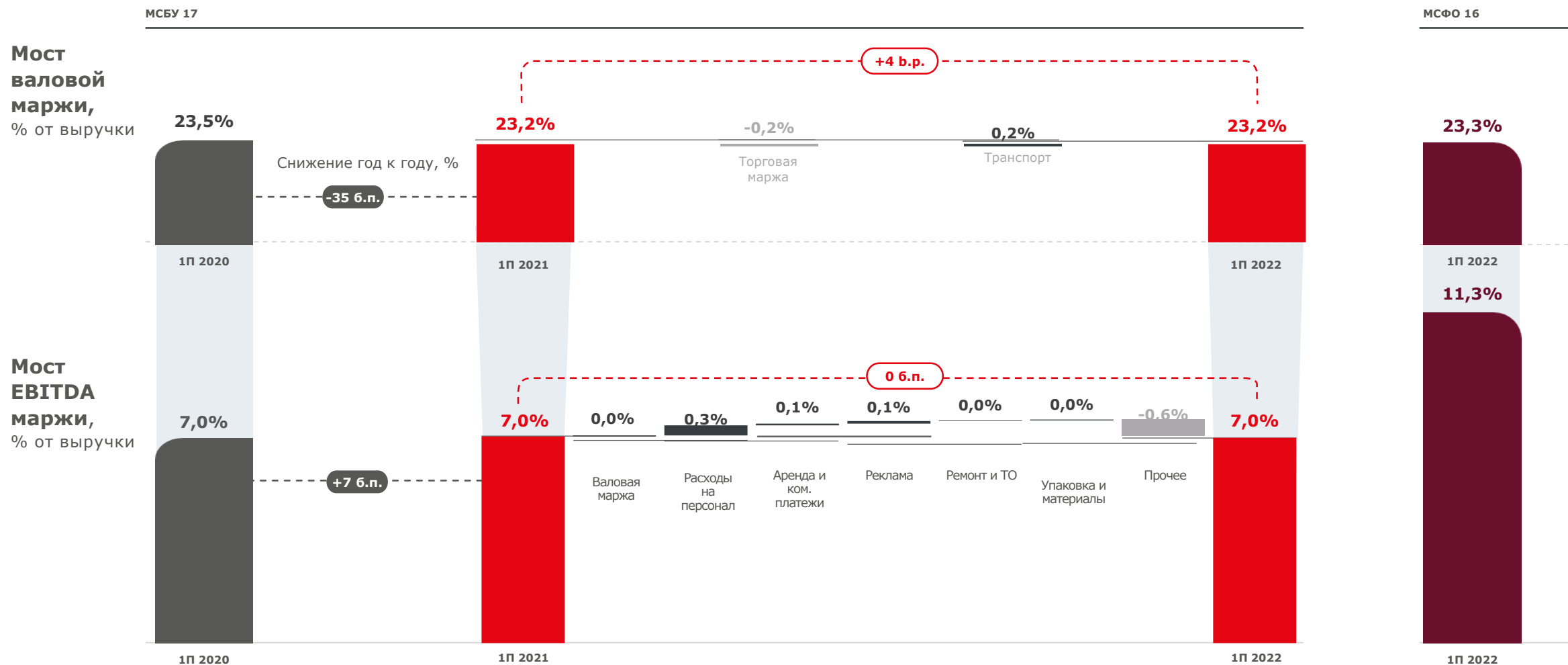
Структура расходов



Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/ или процентного изменения обусловлены округлением
Источник: МСБУ 17 — в соответствии с данными управленческой отчетности, 1П 2022



Валовая маржа и EBITDA



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

Источник: МСБУ 17 — в соответствии с данными управленческой отчетности, МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО



Баланс

млн руб.

АКТИВЫ	2021	1П 2022
Основные средства	377 303	368 847
Активы в форме права пользования	397 902	384 401
Прочие внеоборотные активы	114 458	109 537
Денежные средства и их эквиваленты	73 399	93 822
Запасы	224 873	212 835
Торговая и прочая дебиторская задолженность	11 727	10 495
Авансы выданные и прочие prepaid расходы	9 199	8 600
Налоги к возмещению	164	103
Краткосрочные финансовые активы	290	17 790
Чистые инвестиции в субаренду краткосрочные	8	7
Налог на прибыль к возмещению	439	1 096
ИТОГО АКТИВЫ	1 209 760	1 207 532

КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	2021	1П 2022
Капитал	178 997	208 356
Долгосрочные кредиты и займы	205 287	116 591
Долгосрочные обязательства по аренде	396 044	383 817
Прочие долгосрочные обязательства	14 029	11 711
Торговая и прочая кредиторская задолженность	241 135	212 251
Краткосрочные кредиты и займы	65 139	176 271
Краткосрочные обязательства по аренде	60 262	60 509
Дивиденды к выплате	28 830	-
Прочие краткосрочные обязательства	20 037	38 026
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	1 209 760	1 207 532



Долговая нагрузка

Низкий валютный риск

Отсутствие долга в иностранной валюте

Низкий риск изменения процентной ставки

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

Средний срок погашения долга

14 месяцев

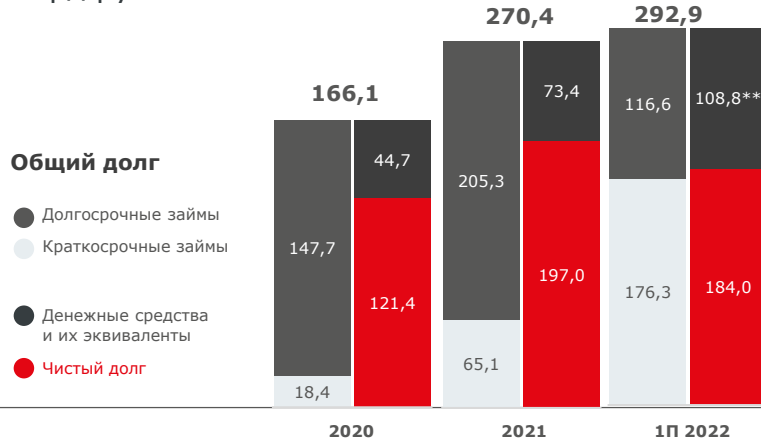
Средневзвешенная стоимость долга

7,9% на 30.06.2022 г.

Низкая долговая нагрузка

Соотношение чистый долг / LTM EBITDA – 1,2х

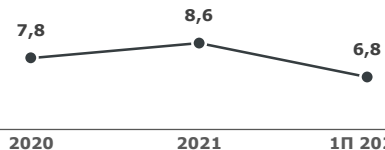
Динамика уровня долга, млрд руб.



Соотношение чистый долг / LTM EBITDA



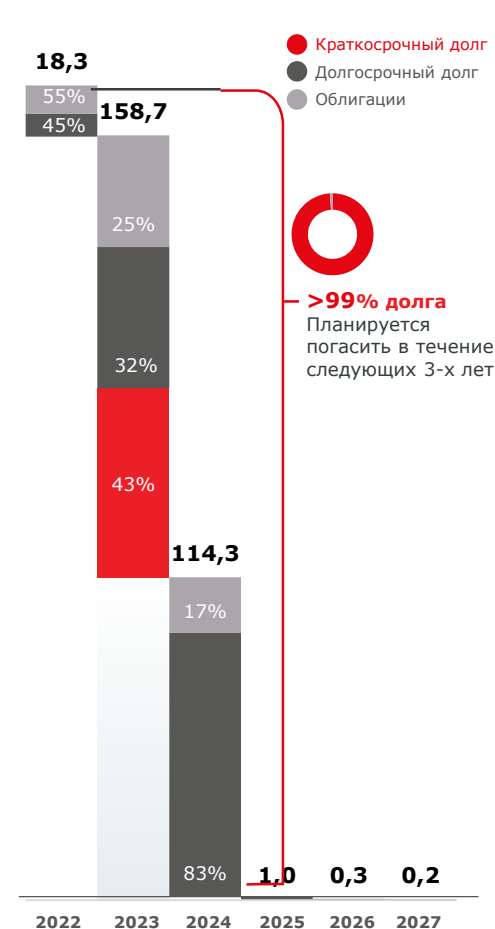
EBITDA / Финансовые расходы



Кредитный портфель*

млрд руб.

292,9



>99% долга
Планируется погасить в течение следующих 3-х лет

По состоянию на 30.06.2022 г.

Источник: МСБУ 17 — в соответствии с данными управленческой отчетности

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

**С учетом сумм депозитов, отраженных в составе финансовых активов



Рабочий капитал

1

Цели на 2022–2025

Улучшение оборотного капитала

с акцентом на оптимизацию оборачиваемости товарных запасов в днях в продуктовых магазинах и формате дробери

Сокращение оборачиваемости товарных запасов

на 3–5 дней

в продуктовых магазинах

на 10–15 дней

в формате дробери

2

Инициативы, направленные на улучшение оборачиваемости запасов в днях

Кросс-функциональное взаимодействие цепочки поставок, операций и коммерческих департаментов. Уникальный подход к различным группам товарных запасов, основанный на ликвидности, так как каждая часть товарных запасов требует своего подхода.

- оптимизация объемов путем пересмотра минимального количества заказов у поставщиков на товары с низкой оборачиваемостью;
- оптимальный уровень скидок на пассивный ассортимент;
- повышение точности прогнозирования спроса на промо-акции

В процессе

- Оптимизация размера упаковки и количества заказа
- Запуск решения pick-by-SKU
- Совершенствование планogramм, синхронизирующих полочные площади со структурой продаж внутри магазинов
- Оптимизация алгоритмов пополнения (запас товаров, частота и объем поставки, и т.д.)

Запущен

- Гармонизация ассортимента
- Модульная стандартизация в магазинах дробери
- Внедрение единой системы прогнозирования и пополнения запасов

Запуск

- Новые IT-решения, связанные с доступностью товара на полке и прогнозированием промо-акций
- Оптимизация схем пополнения (кросс-докинг, pick-by-line)



Рабочий капитал

3

Инициативы, направленные на улучшение условий расчетов с поставщиками в днях и сокращению просроченной дебиторской задолженности

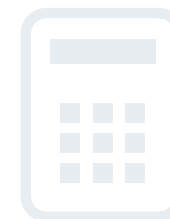
В процессе

- Оптимизация дебиторской задолженности по бонусам от поставщиков в результате еженедельного отслеживания просроченной задолженности и клиринговых расчетов
- Переход на электронный документооборот с крупными поставщиками по маркетинговым услугам и бонусам для сокращения времени согласования документов
- Переговоры с поставщиками об увеличении отсрочки платежей
- Переход на автоматический зачет встречных требований с поставщиками
- Разработка консигнационного договора с поставщиками непрод. товаров

4

Структурные факторы влияния

- Новое решение SQM - новые магазины имеют более низкую плотность продаж на этапе наращивания темпов
- Обновление и ротация ассортимента в связи с проектами по редизайну и пересмотру зонирования
- Увеличение доли формата дрогери как % от общей выручки
- Повышение доступности товара на полке
- Постоянный рост продаж
- Рост доли категорий фреш
- Инфляция закупочных цен





Анализ капитальных затрат

1П 2022
млн руб.

23,436

Итого

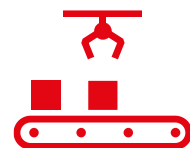
1П 2021
млн руб.

25,563



Незавершенное
строительство и
здания

3 885 16,6%



Машины и
оборудование

14 522 62,0%

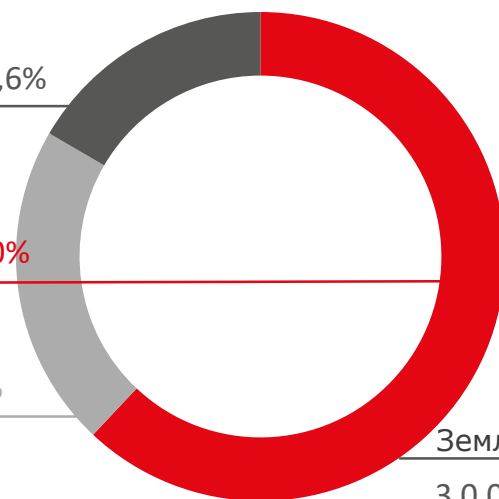


Прочие
активы

5 026 21,4%

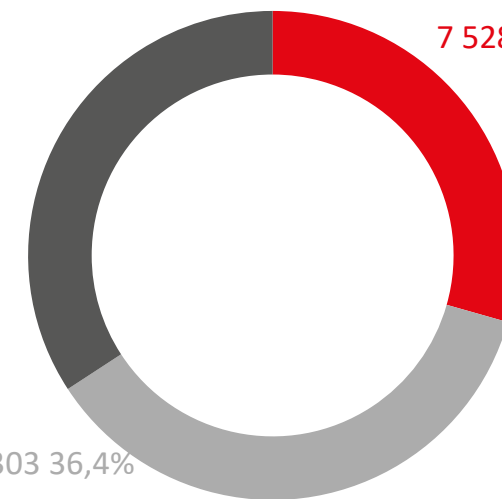
Земля

3 0,0%



8 732 34,2%

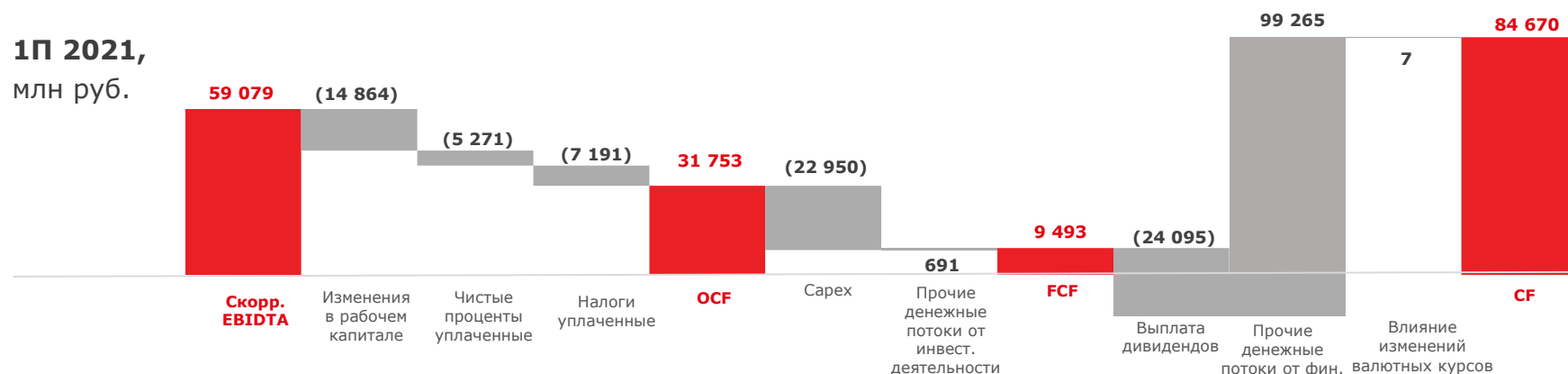
9 303 36,4%



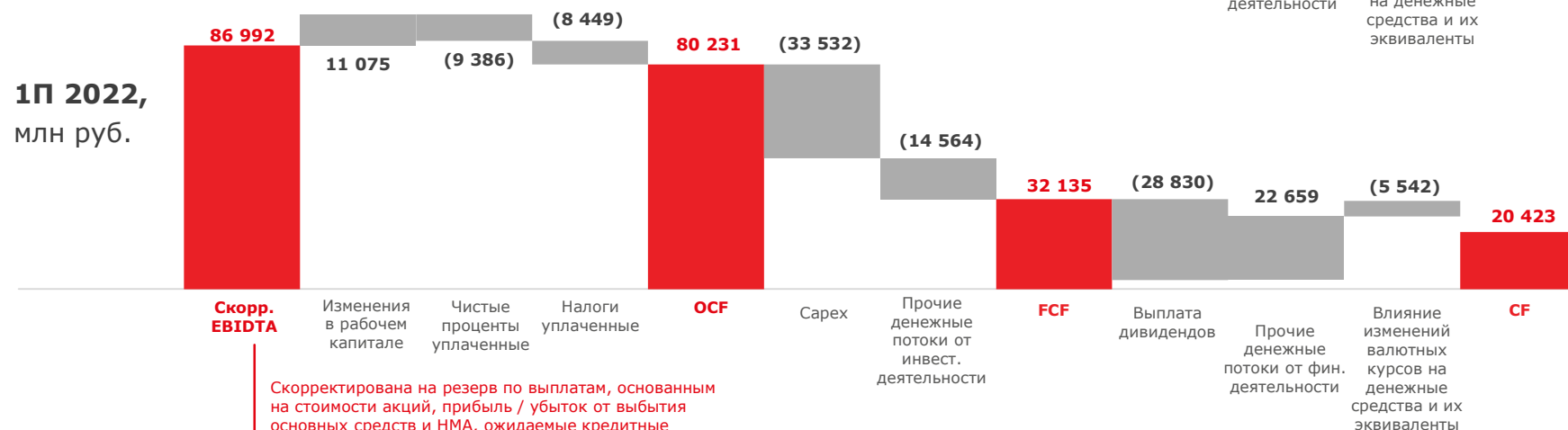


Свободный денежный поток

1П 2021,
млн руб.



1П 2022,
млн руб.



Скорректирована на резерв по выплатам, основанным на стоимости акций, прибыль / убыток от выбытия основных средств и НМА, ожидаемые кредитные убытки в отношении дебиторской задолженности, обесценение и списание авансов выданных, доходы от государственных субсидий, расходы в отношении запасов, отраженных по чистой возможной цене продажи, и доход от списания кредиторской задолженности

Анализ рабочего капитала

36 дней

Средний срок расчета с поставщиками

45 дней

Оборачиваемость запасов

Отрицательный рабочий капитал, высвобождено денежных средств

11,1 млрд руб.

Приложение

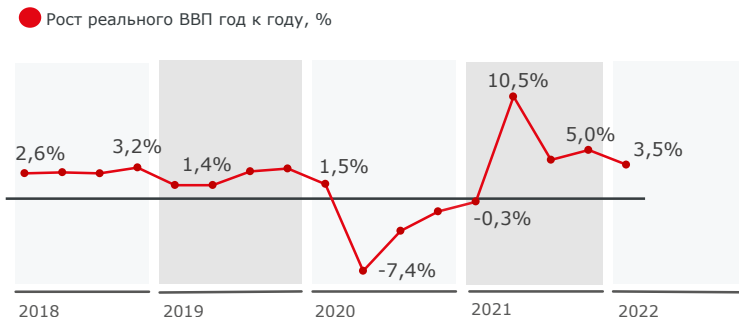
Российская макросреда • Потенциал продуктового ритейла в России • Топ-10 российских продуктовых ритейлеров • Магазины у дома • Супермаркеты • Дрогери • Квартальные операционные результаты





Российская макросреда

1 Рост ВВП в реальном выражении в 1 кв. 2022 г. ускорился год-к-году и снизился квартал-к-кварталу в связи с плавным снижением экономической активности



2 Уровень инфляции является благоприятным для ритейлеров



3 Наблюдается рост реальных располагаемых доходов населения. Уровень безработицы улучшился до -3,9% во 2 кв. 2022 г.



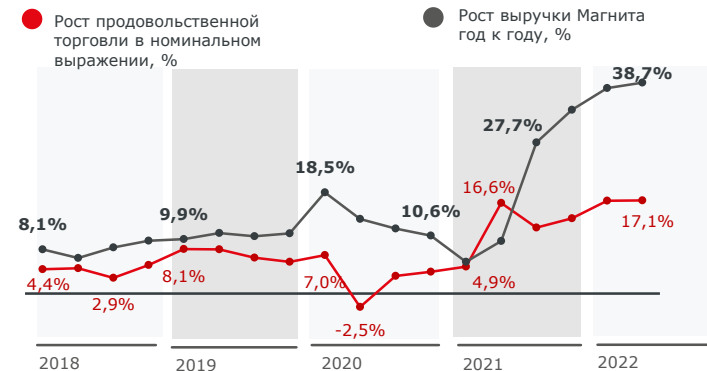
4 Рост продовольственной торговли в реальном выражении замедлился. Сильные игроки увеличивают долю рынка



5 Потребительская уверенность снизилась квартал к кварталу



6 Магнит быстро увеличивает долю рынка в связи с органическим развитием и приобретением «Дикси». Наблюдается рост продовольственной розницы в номинальном выражении за счет роста заработной платы

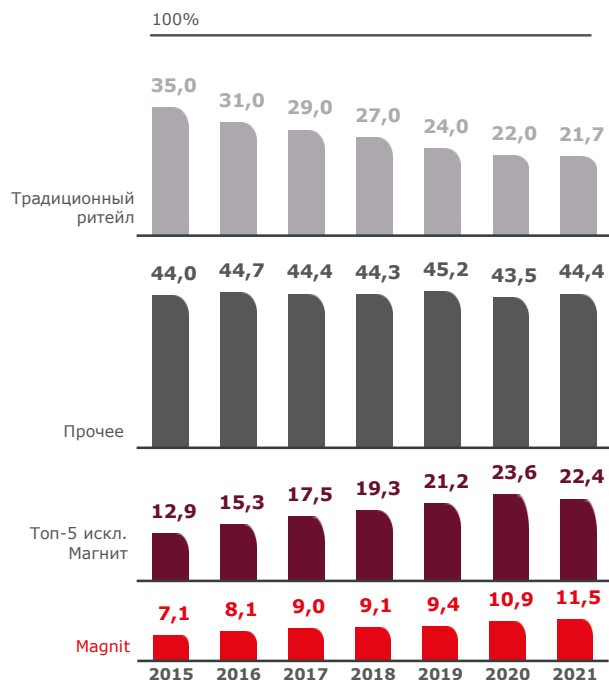




Потенциал продуктового ритейла в России


[Назад к исходному слайду →](#)

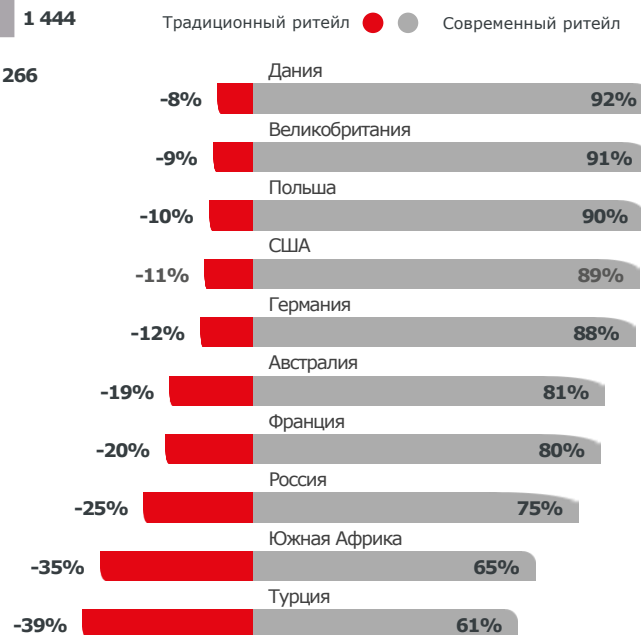
1 Доля рынка, %



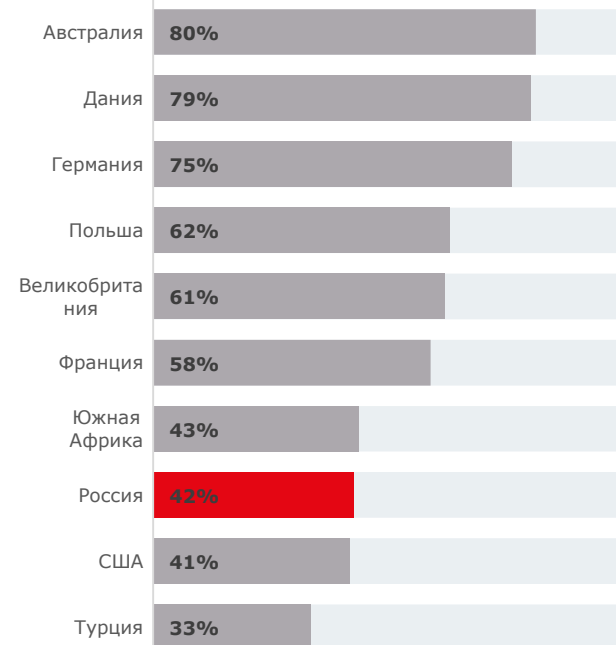
2 Рынок продуктового ритейла, млрд долл. США



3 Современный ритейл по сравнению с традиционным

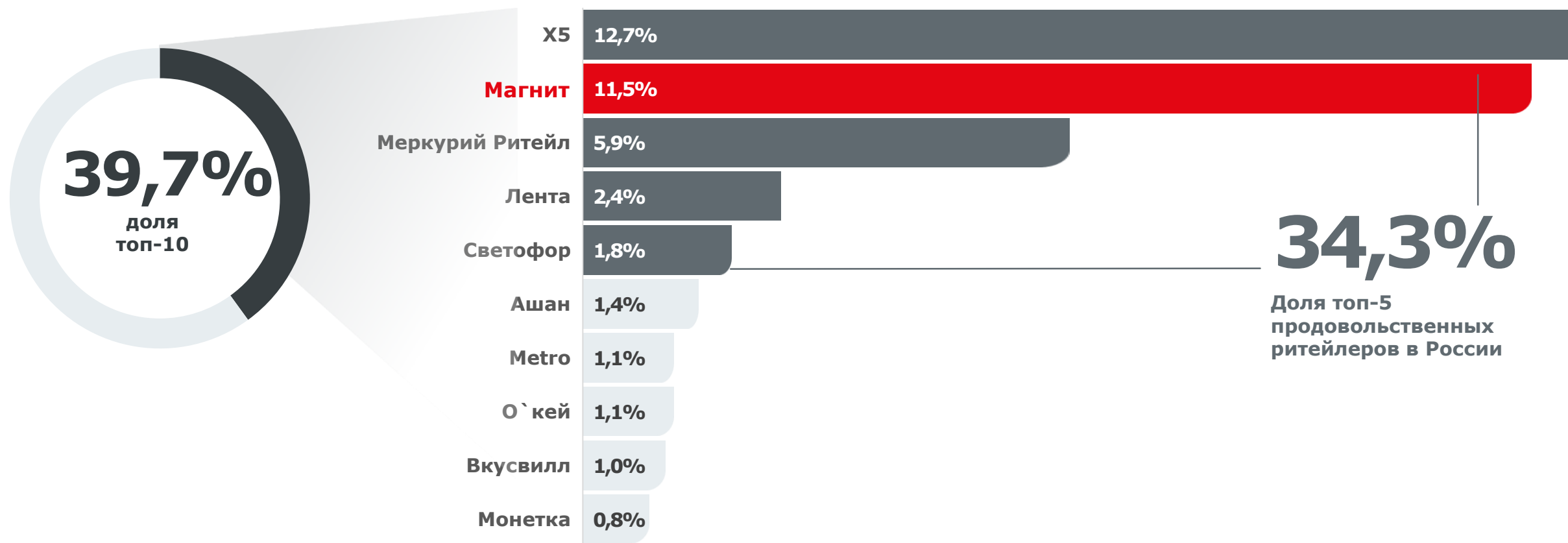


4 Доля топ-5 розничных сетей, %





Топ-10 продуктовых ритейлеров в России

[Назад к исходному слайду →](#)

Магазины у дома «Магнит»



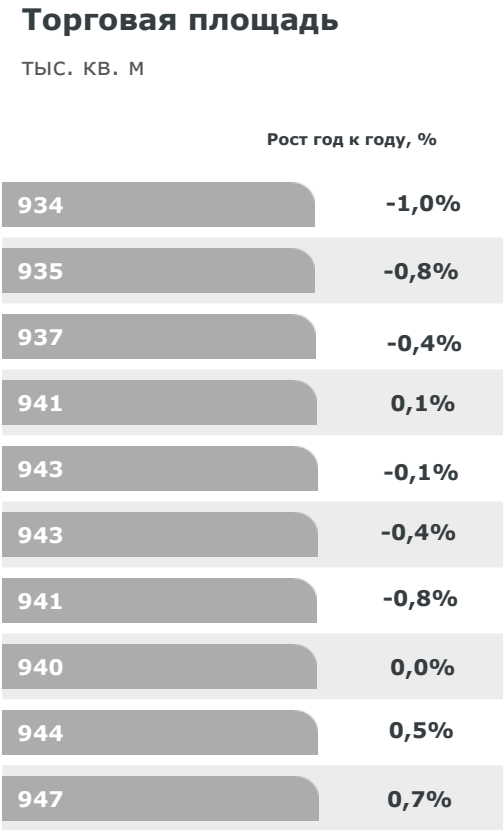
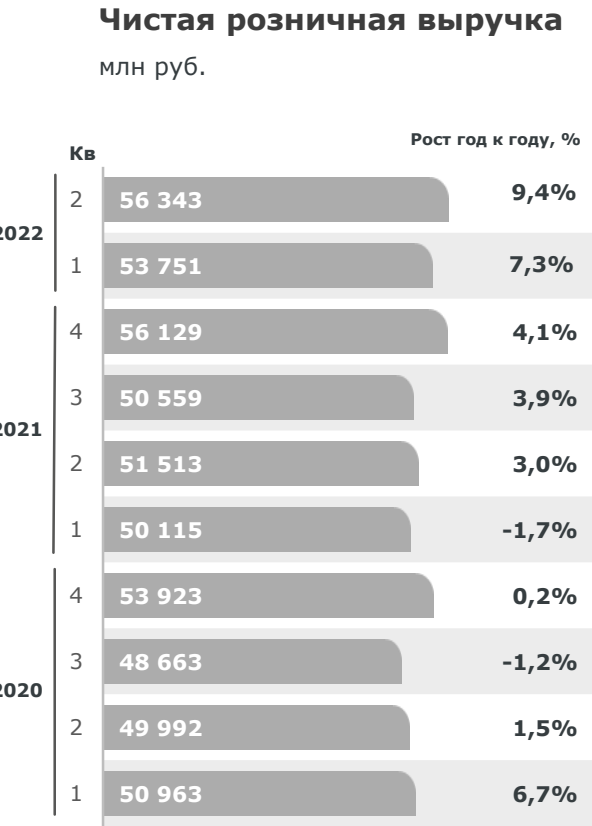
Назад к исходному слайду →



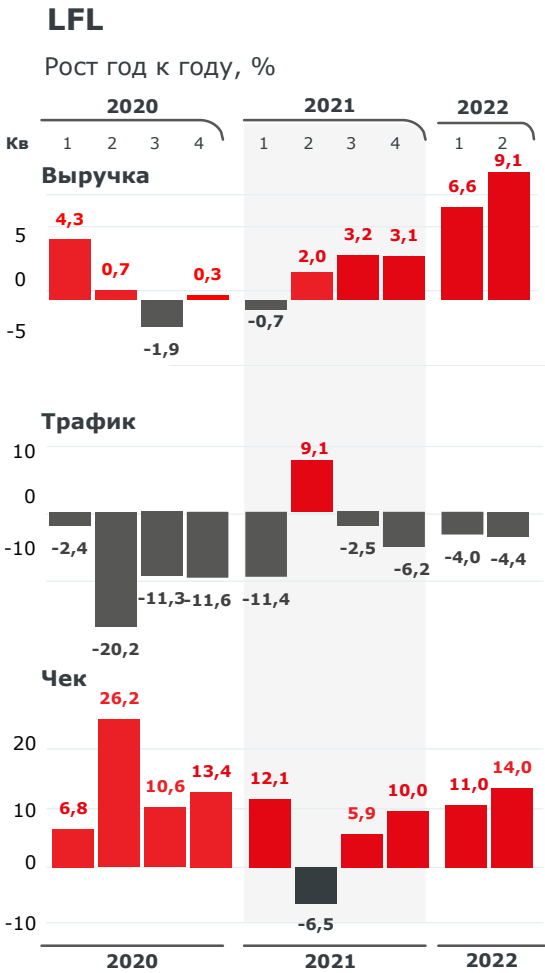
Супермаркеты «Магнит»



Назад к исходному слайду →



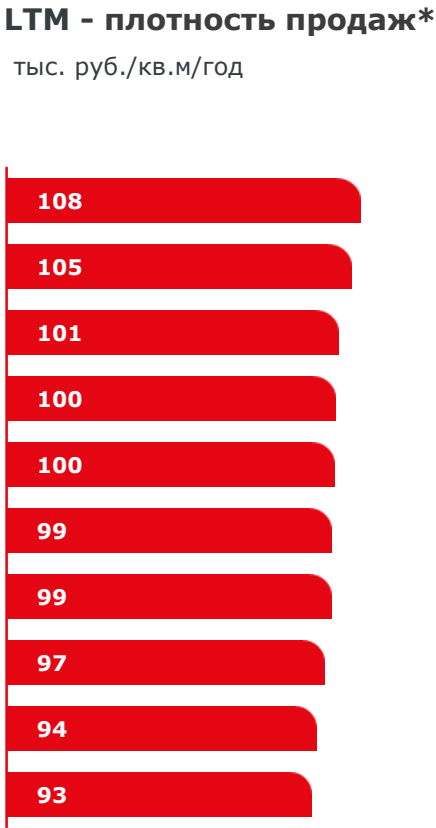
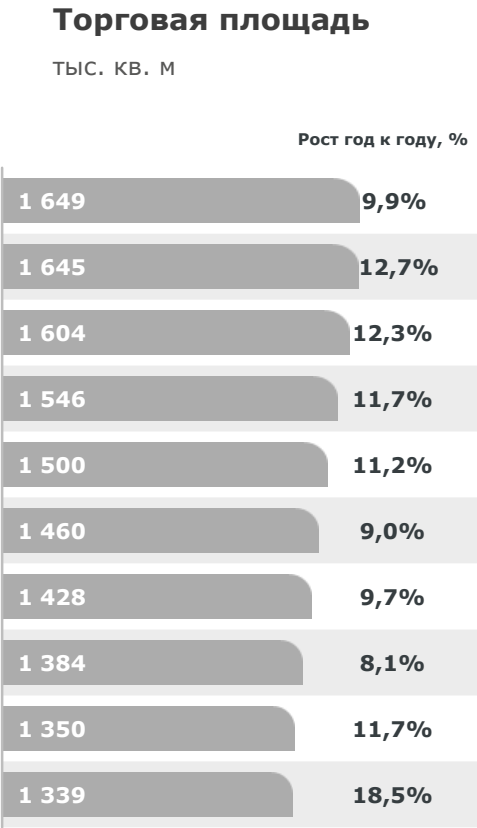
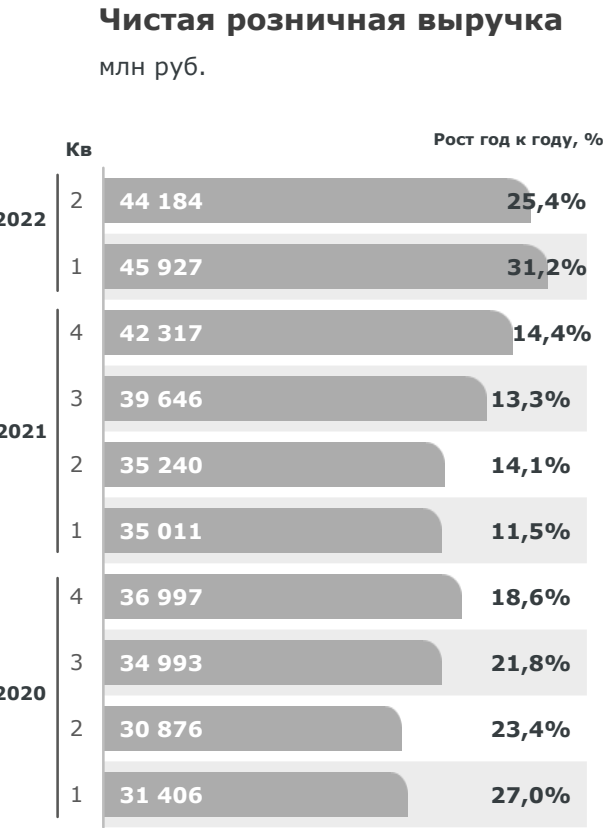
* Отношение чистой розничной выручки за последние четыре квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов



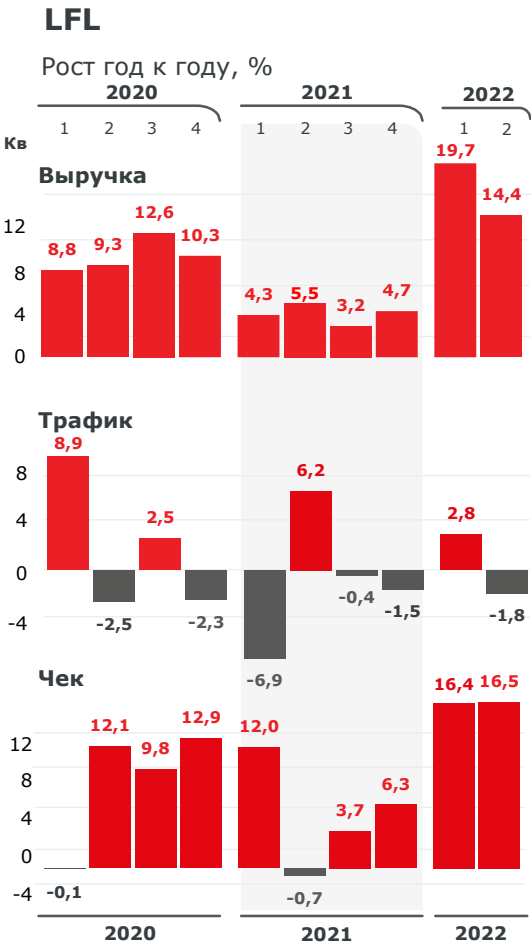
Дрогери



Назад к исходному слайду →



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





Квартальные операционные результаты

млрд руб.	1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	4 кв. 2020	2020	1 кв. 2021	2 кв. 2021	3 кв. 2021	4 кв. 2021	2021	1 кв. 2022	2 кв. 2022
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА	376,0	387,3	383,2	407,2	1 553,8	397,9	424,3	489,3	544,6	1 856,1	547,7	588,6
рост год к году, %	18,5%	13,7%	11,9%	10,6%	13,5%	5,8%	9,6%	27,7%	33,7%	19,5%	37,7%	38,7%
ЧИСТАЯ РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА	364,8	379,2	371,0	395,2	1 510,1	387,9	413,7	475,5	530,7	1 807,8	534,8	579,0
рост год к году, %	17,6%	13,9%	11,4%	10,7%	13,3%	6,3%	9,1%	28,2%	34,3%	19,7%	37,9%	40,0%
Магнит	364,8	379,2	371,0	395,2	1 510,1	387,9	413,7	422,1	456,8	1 680,5	460,7	499,5
Магазины у дома	279,8	295,8	284,6	301,2	1 161,3	299,9	324,5	329,6	355,7	1 309,7	358,2	396,6
Супермаркеты	51,0	50,0	48,7	53,9	203,5	50,1	51,5	50,6	56,1	208,3	53,8	56,3
Дрогерии	31,4	30,9	35,0	37,0	134,3	35,0	35,2	39,6	42,3	152,2	45,9	44,2
Прочие форматы	2,6	2,5	2,7	3,1	11,0	2,8	2,5	2,4	2,6	10,3	2,8	2,3
ДИКСИ	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	53,3	73,9	127,2	74,1	79,5
Магазины у дома	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	50,5	70,1	120,6	70,5	75,9
Супермаркеты	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	2,8	3,9	6,7	3,6	3,7
Количество магазинов	20 860	20 894	21 154	21 564	21 564	21 900	22 344	25 315	26 077	26 077	26 605	26 731
Магнит	20 860	20 894	21 154	21 564	21 564	21 900	22 344	22 838	23 626	23 626	24 234	24 376
Магазины у дома	14 594	14 581	14 699	14 911	14 911	15 098	15 348	15 657	16 190	16 190	16 620	16 748
Супермаркеты	472	472	469	470	470	471	469	467	470	470	468	467
Дрогерии	5 794	5 841	5 986	6 183	6 183	6 331	6 527	6 714	6 966	6 966	7 146	7 161
ДИКСИ	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	2 477	2 451	2 451	2 371	2 355
Магазины у дома	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	2 438	2 412	2 412	2 333	2 326
Супермаркеты	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	39	39	39	38	29
Торговая площадь, тыс. кв. м	7 277	7 290	7 371	7 497	7 497	7 606	7 748	8 723	8 997	8 997	9 235	9 258
Магнит	7 277	7 290	7 371	7 497	7 497	7 606	7 748	7 924	8 204	8 204	8 405	8 446
Магазины у дома	4 951	4 956	5 005	5 090	5 090	5 169	5 275	5 410	5 635	5 635	5 797	5 836
Супермаркеты	947	944	940	941	941	943	943	941	937	937	935	934
Дрогерии	1 339	1 350	1 384	1 428	1 428	1 460	1 500	1 546	1 604	1 604	1 645	1 649
Прочие форматы	39	41	42	37	37	33	30	28	28	28	28	28
ДИКСИ	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	799	793	793	830	812
Магазины у дома	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	725	718	718	757	754
Супермаркеты	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	75	75	75	73	58



Квартальные операционные результаты

	1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	4 кв. 2020	2020	1 кв. 2021	2 кв. 2021	3 кв. 2021	4 кв. 2021	2021	1 кв. 2022	2 кв. 2022
Рост LFL выручки	7,8%	7,2%	6,9%	7,5%	7,4%	4,1%	5,2%	8,6%	9,9%	7,0%	12,0%	13,1%
Магазины у дома	8,4%	8,2%	7,8%	8,3%	8,2%	4,9%	5,7%	10,2%	11,9%	8,2%	12,0%	13,6%
Супермаркеты	4,3%	0,7%	-1,9%	0,3%	0,8%	-0,7%	2,0%	3,2%	3,1%	1,9%	6,6%	9,1%
Дрогерии	8,8%	9,3%	12,6%	10,3%	10,3%	4,3%	5,5%	3,2%	4,7%	4,4%	19,7%	14,4%
Рост LFL трафика	4,0%	-14,0%	-4,9%	-7,6%	-5,9%	-9,4%	10,0%	0,3%	-0,7%	-0,1%	0,8%	-1,6%
Магазины у дома	4,2%	-14,3%	-5,0%	-7,9%	-6,1%	-9,5%	10,5%	0,6%	-0,1%	0,2%	1,0%	-1,3%
Супермаркеты	-2,4%	-20,2%	-11,3%	-11,6%	-11,5%	-11,4%	9,1%	-2,5%	-6,2%	-3,1%	-4,0%	-4,4%
Дрогерии	8,9%	-2,5%	2,5%	-2,3%	1,4%	-6,9%	6,2%	-0,4%	-1,5%	-0,8%	2,8%	-1,8%
Рост LFL чека	3,7%	24,7%	12,4%	16,3%	14,1%	14,9%	-4,4%	8,3%	10,7%	7,1%	11,1%	15,0%
Магазины у дома	4,0%	26,3%	13,6%	17,6%	15,2%	15,9%	-4,4%	9,5%	11,9%	8,0%	10,8%	15,2%
Супермаркеты	6,8%	26,2%	10,6%	13,4%	13,9%	12,1%	-6,5%	5,9%	10,0%	5,2%	11,0%	14,0%
Дрогерии	-0,1%	12,1%	9,8%	12,9%	8,8%	12,0%	-0,7%	3,7%	6,3%	5,2%	16,4%	16,5%



Контактная информация

Департамент по связям с инвесторами



magnitIR@magnit.ru



magnit.com/en



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