

«МАГНИТ» ОБЪЯВЛЯЕТ О РОСТЕ ЧИСТОЙ РОЗНИЧНОЙ ВЫРУЧКИ НА 14,7% И СОПОСТАВИМЫХ ПРОДАЖ НА 9,8% В 1 ПОЛУГОДИИ 2025 ГОДА

Краснодар, 29 августа 2025 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания», «Магнит», «Группа»; MOEX: MGNT), объявляет операционные и финансовые результаты деятельности за 1 полугодие 2025 года.

Ключевые операционные и финансовые¹ показатели за 1 полугодие 2025 года

- **Компания открыла (gross) 1 391 магазин** или 933 магазина (net). Общее количество магазинов сети по состоянию на 30 июня 2025 г. составило 32 589;
- **Торговая площадь Компании увеличилась на 341 тыс. кв. м.** Общая торговая площадь составила 11 275 тыс. кв. м. (рост 6,4% год к году);
- **Компания ускорила выполнение программы редизайна** и обновила **1 672 магазина** (+44% год к году), включая 1 016 магазинов у дома «Магнит» и 246 магазинов у дома «Дикси», 408 дрогерии и 2 магазина «Самбери»;
- **Сопоставимые продажи (LFL)² увеличились на 9,8%** на фоне роста LFL среднего чека на 9,3% и роста LFL трафика на 0,4%;
- **Общий онлайн-оборот товаров (GMV) с НДС³ почти удвоился** год к году и **составил 77,6 млрд руб.;**
- **Общая выручка выросла на 14.6%** год к году до 1,673.2 млрд руб.;
- **Чистая розничная выручка увеличилась на 14.7%** год к году и составила 1,661.8 млрд руб.;
- **Валовая прибыль увеличилась на 13,4%** год к году до 371,2 млрд руб. **Валовая рентабельность снизилась на 23 б. п. год к году до 22,2%** в результате роста потерь и увеличения интенсивности промо, частично компенсированных снижением логистических расходов и положительным влиянием структуры форматов;
- **Показатель EBITDA увеличился на 10,7%** год к году до **85,6 млрд руб. Рентабельность по EBITDA составила 5,1%** на фоне динамики валовой рентабельности и коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, частично компенсированной ростом прочих доходов и расходов;
- **Чистая прибыль составила 6,5 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли снизилась на 111 б. п. год к году и составила 0,4%** на фоне

14,7%

РОСТ ЧИСТОЙ РОЗНИЧНОЙ
ВЫРУЧКИ

22,2%

ВАЛОВАЯ
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

¹ До применения МСФО 16

² База расчета LFL-показателей включает магазины спустя 12 месяцев с даты открытия. Рост LFL-продаж и среднего чека рассчитан по выручке с НДС.

³ Gross Merchandise Value – общий торговый онлайн-оборот; это совокупный оборот по конечной стоимости для покупателей на онлайн-площадках, включая «Магнит Маркет», «Дикси», «Самбери» и «Азбуку 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.).

2,4x

СООТНОШЕНИЕ ЧИСТЫЙ
ДОЛГ / EBITDA

динамики показателя EBITDA, амортизации и чистых финансовых расходов;

- По состоянию на 30 июня 2025 г. чистый долг составил 430,6 млрд руб. **Соотношение чистый долг / EBITDA составило 2,4x.**

Ключевые события 1 полугодия 2025 г. и после отчетного периода

- «Магнит» закрыл сделку по приобретению контрольного пакета «Азбуки вкуса», что позволило усилить рыночные позиции в стратегически важных Московском и Северо-Западном регионах и выйти в новый сегмент премиальной розницы. Группа «Азбука вкуса» оперирует 174 магазинами в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге. «Азбука вкуса» - крупнейший ритейлер премиального сегмента Москвы и Московской области по числу магазинов и выручке. Кроме того, Группа «Азбука вкуса» управляет бизнесом онлайн-доставки из собственных магазинов и предоставляет прочие сервисы. В контур сделки вошли пять собственных кулинарных, хлебопекарных и кондитерских производств, а также три распределительных центра и складская инфраструктура доставки, расположенные в Москве и Санкт-Петербурге;
- Первый магазин нового ultra-convenience формата «Заряд от Магнита» открылся в Москве. Это компактные, быстрые и удобные магазины с фокусом на готовую еду, кофе и снеки;
- «Магнит» открыл первый магазин сети «Магнит Косметик» в обновленной концепции. Бьюти-стор отличается более премиальное предложение продукции и фокус на товарах для красоты;
- В Подольском районе Московской области начал работу крупнейший и самый технологичный распределительный центр «Магнита»;
- «Магнит» начал поставки в свои магазины зелени, выращенной в производственном комплексе «Зелень Юга». Это новое собственное предприятие «Магнита», расположенное на территории Индустриального парка ритейлера в Краснодаре;
- «Магнит» запустил направление контрактного производства – выпуска продуктов питания по заказу от поставщиков для реализации в магазинах розничной сети «Магнит» и на других площадках.

Консолидация бизнеса Группы «Азбука вкуса»

«Магнит» завершил приобретение розничного бизнеса «Азбука Вкуса» и начал консолидировать его результаты с 20 мая 2025 года. Выручка и операционные результаты магазинов под брендом «Азбука вкуса» отражаются отдельно. Показатели роста будут публиковаться начиная с 1 полугодия 2026 года. Магазины «Азбука вкуса» не включены в базу LFL и войдут в нее спустя двенадцать полных месяцев с момента консолидации. Розничный бизнес «Азбуки вкуса» не является отдельным сегментом – «Магнит» продолжит представлять консолидированные финансовые результаты по Группе.

Операционные результаты за 1 полугодие 2025 г.

Розничная выручка

	1П 2025	1П 2024	Изменение	Изменение, %
Общая чистая розничная выручка⁴, млн	1 661 793	1 448 541	213 252	14,7%
Магазины у дома «Магнит» ⁵	1 148 948	995 681	153 267	15,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»	182 882	158 080	24 803	15,7%
Супермаркеты ⁶	134 586	127 939	6 647	5,2%
Дрогери ⁷	115 574	108 865	6 709	6,2%
«Азбука Вкуса» ⁸	11 521	n/a	n/a	n/a
Количество чеков, млн	3 401	3 248	153	4,7%
Магазины у дома «Магнит»	2 564	2 429	135	5,6%
Магазины у дома «ДИКСИ»	364	345	19	5,4%
Супермаркеты	155	163	-8	-5,0%
Дрогери	217	223	-6	-2,8%
«Азбука Вкуса»	8	n/a	n/a	n/a
Средний чек, руб.⁹	489	446	43	9,6%
Магазины у дома «Магнит»	448	410	38	9,3%
Магазины у дома «ДИКСИ»	503	458	45	9,8%
Супермаркеты	867	783	84	10,8%
Дрогери	533	488	45	9,3%
«Азбука Вкуса»	1 420	n/a	n/a	n/a

Результаты LFL

1П 2025			
	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого	9,3%	0,4%	9,8%
Магазины у дома «Магнит»	9,2%	0,6%	9,8%
Магазины у дома «ДИКСИ»	9,9%	1,5%	11,5%
Супермаркеты	9,7%	0,3%	10,0%
Дрогери	9,8%	-3,9%	5,6%

⁴ Включая Магнит Косметик Онлайн, аптеки, магазины, расположенные в отделениях «Почты России», «Магнит Маркет» и «Самбери»
⁵ Магазины у дома включают магазины у дома, магазины «М Сити», мягкие дискаунтеры «Моя цена» и жесткие дискаунтеры «Первый выбор»
⁶ Супермаркеты включают супермаркеты «Магнит Семейный» и суперсторы «Магнит Экстра»
⁷ В том числе 109 магазинов косметики, расположенные в Узбекистане
⁸ Показатели «Азбуки Вкуса» консолидированы в финансовые результаты Компании с 20 мая 2025 г.
⁹ Без НДС

Магазины и торговая площадь

	1П 2025	1П 2024	Изменение	Изменение, %
Количество магазинов (на конец периода)	32 589	30 431	2 158	7,1%
Магазины у дома «Магнит»	21 113	19 423	1 690	8,7%
Магазины у дома «ДИКСИ»	2 486	2 274	212	9,3%
Супермаркеты	441	481	-40	-8,3%
Дрогери	8 014	7 931	83	1,0%
«Азбука Вкуса»	174 ¹⁰	n/a	n/a	n/a
Количество открытых магазинов (Gross)	1 391	1 079	312	28,9%
Магазины у дома «Магнит»	1 177	798	379	47,5%
Магазины у дома «ДИКСИ»	140	51	89	174,5%
Супермаркеты	0	0	0	n/a
Дрогери	49	210	-161	-76,7%
«Азбука Вкуса»	0	n/a	n/a	n/a
Количество закрытых магазинов	458	122	336	275,4%
Магазины у дома «Магнит»	332	76	256	336,8%
Магазины у дома «ДИКСИ»	17	12	5	41,7%
Супермаркеты	15	8	7	87,5%
Дрогери	85	19	66	347,4%
«Азбука Вкуса»	0	n/a	n/a	n/a
Количество открытых магазинов (Net)	933	957	-24	-2,5%
Магазины у дома «Магнит»	845	722	123	17,0%
Магазины у дома «ДИКСИ»	123	39	84	215,4%
Супермаркеты	-15	-8	-7	87,5%
Дрогери	-36	191	-227	-118,8%
«Азбука Вкуса»	0	n/a	n/a	n/a
Общая торговая площадь (на конец периода), тыс. кв. м	11 275	10 598	678	6,4%
Магазины у дома «Магнит»	7 351	6 807	544	8,0%
Магазины у дома «ДИКСИ»	815	756	59	7,9%
Супермаркеты	913	969	-56	-5,8%
Дрогери	1 827	1 811	16	0,9%
«Азбука Вкуса»	104	n/a	n/a	n/a
Прирост торговой площади (Net), тыс. кв. м	341	545	-204	n/a
Магазины у дома «Магнит»	238	281	-42	n/a
Магазины у дома «ДИКСИ»	30	17	14	n/a
Супермаркеты	-25	-14	-11	n/a
Дрогери	-7	39	-45	n/a
«Азбука Вкуса»	104	n/a	n/a	n/a

¹⁰ Включая три дарсктора

Операционные показатели

8,9%

РОСТ ПЛОТНОСТИ
ПРОДАЖ ГОД К ГОДУ
(LTM)¹¹

В 1 полугодии 2025 г. общая выручка выросла на 14,6% год к году и составила 1 673,2 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 14,7% год к году на фоне увеличения торговой площади на 6,4% и роста LFL продаж на 9,8%. Чистая розничная выручка магазинов у дома «Магнит» увеличилась на 15,4% благодаря росту LFL продаж в зрелых магазинах и увеличению торговой площади.

Рост чистой розничной выручки продолжал опережать рост торговой площади благодаря дальнейшему повышению плотности продаж. Выручка с кв. м по всей сети в отчетном периоде увеличилась на 8,9% год к году.

6,4%

РОСТ ТОРГОВОЙ
ПЛОЩАДИ ГОД К ГОДУ

Торговая площадь выросла на 6,4% год к году в основном благодаря органическому развитию торговой сети. В течение 1 полугодия 2025 г. Компания открыла (gross) 1 391 магазин или 933 магазина (net). Прирост торговой площади (net) в 1 полугодии 2025 г. составил 341 тыс. кв. м. Общее количество магазинов сети по состоянию на 30 июня 2025 г. составило 32 589 (+2 158 за последние 12 месяцев).

Рост LFL продаж составил 9,8% главным образом благодаря сильной динамике роста среднего чека (+9,3%) в результате роста инфляции год к году и повышения промо активности. Рост LFL трафика составил 0,4% благодаря промо и маркетинговым инициативам.

85 млн

ДЕРЖАТЕЛЕЙ КАРТ
ЛОЯЛЬНОСТИ

По состоянию на 30 июня 2025 г. количество держателей карт лояльности «Магнит Плюс» превысило 85 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила 55% в чеках и 73% в продажах. В пиковые дни отчетного периода она достигала 63% и 80% соответственно. Программа лояльности дает положительные кросс-форматные результаты – около 39% покупателей «Магнита» посещают два и более формата магазинов. Средний чек активного пользователя карты лояльности в 2 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

Развитие сети магазинов и результаты форматов

15,4%

РОСТ ЧИСТОЙ РОЗНИЧНОЙ
ВЫРУЧКИ В МАГАЗИНАХ У
ДОМА «МАГНИТ» В 1
ПОЛУГОДИИ 2025 Г.

Магазины у дома под брендом «Магнит» составили 69,1% в розничных продажах Компании в 1 полугодии 2025 г. В отчетном периоде Компания открыла (gross) 1 177 магазинов у дома и закрыла 332 магазина в рамках продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате «Магнит» открыл (net) 845 магазинов у дома (включая дискаунтеры и прочие малые форматы) в течение 1 полугодия – это 85% от всех магазинов, открытых Компанией в отчетном периоде. Чистая розничная выручка выросла на 15,4% благодаря приросту торговой площади на 8,0% и увеличению LFL продаж на 9,8%. Рост LFL продаж был обусловлен ростом LFL среднего чека на 9,2% и ростом LFL трафика на 0,6%.

1 672

МАГАЗИНА ПРОШЛИ
РЕДИЗАЙН В 1
ПОЛУГОДИИ 2025 Г.

Супермаркеты «Магнит» сформировали 8,1% розничных продаж Компании в отчетном периоде. В рамках кампании по повышению операционной эффективности в 1 полугодии 2025 г. Компания закрыла 15 супермаркетов, сфокусировавшись на увеличении плотности продаж действующей сети магазинов. На 30 июня 2025 г. торговая площадь 441 супермаркета составила 913 тыс. кв. м. Рост LFL продаж супермаркетов составил 10,0% и был обусловлен ростом LFL среднего чека на 9,7% и ростом LFL трафика на 0,3%. В результате рост чистых розничных продаж супермаркетов составил 5,2% в 1 полугодии 2025 г.

8 014

МАГАЗИНОВ КОСМЕТИКИ
НА 30 ИЮНЯ 2025 Г.

Доля формата drogery в розничных продажах Компании составила 7,0%. В 1 полугодии 2025 г. были открыты (gross) 49 магазинов и закрыты 85 магазинов в рамках продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате на 30 июня 2025 г. общее количество магазинов косметики составило 8 014. Торговая площадь практически не изменилась год к году и

¹¹ Отношение чистой розничной выручки за последние 4 квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов

11,5%

РОСТ LFL ПРОДАЖ
МАГАЗИНОВ «ДИКСИ» В 1
ПОЛУГОДИИ 2025 Г.

составила 1 827 тыс. кв. м. Рост LFL продаж магазинов drogery составил 5,6% на фоне роста LFL среднего чека на 9,8% и снижения LFL трафика на 3,9%. Рост чистой розничной выручки магазинов косметики составил 6,2%.

Доля магазинов «Дикси» в розничных продажах Компании составила 11,0% в отчетном периоде. В 1 полугодии 2025 г. были открыты 140 магазинов у дома (10% открытых (gross) магазинов Группы) и закрыты 17 магазинов. В результате на 30 июня 2025 г. количество магазинов составило 2 486, а торговая площадь – 815 тыс. кв. м. Рост LFL продаж магазинов «Дикси» составил 11,5% - самый высокий показатель среди всех форматов магазинов Компании - благодаря росту LFL среднего чека на 9,9% и LFL трафика на 1,5%. Чистые розничные продажи магазинов «Дикси» выросли на 15,7% год к году.

В 1 полугодии 2025 г. «Магнит» продолжил программу реновации. Обновление прошли 1 672 магазина (+44% год к году), включая 1 016 магазинов у дома «Магнит» и 246 магазинов у дома «Дикси», а также 408 магазинов drogery и 2 магазина «Самбери».

Онлайн-коммерция

В настоящее время Компания осуществляет ряд онлайн-проектов – собственных и партнерских (экспресс-доставка, регулярная доставка, онлайн-аптека), а также развивает собственный маркетплейс.

Общий онлайн-оборот товаров (GMV) с НДС¹² почти удвоился год к году и составил 77,6 млрд руб. в 1 полугодии 2025 г. по сравнению с 43,2 млрд руб. в 1 полугодии 2024 г.

В 1 полугодии 2025 г. среднее количество заказов в день достигло 268 542 (+54,7% год к году).

Средний чек по всем онлайн-сервисам составил 1 597 руб. с НДС, что в 3 раза выше, чем в магазинах у дома (513 руб. с НДС в 1 полугодии 2025 г.). В основном это связано с большим количеством товаров в корзине.

Количество офлайн-магазинов, подключенных к сервисам e-commerce «Магнита», составило около 30 тыс.¹³ в 70 регионах и 3 862 населенных пунктах. При этом 82% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Самым крупным и быстро растущим сегментом остается экспресс-доставка.

77,6

млрд руб.
ОБЩИЙ ОБОРОТ ТОВАРОВ
(GMV) ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ
2025 Г.

	1П 2025	1П 2024	Изменение	Изменение, %
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	77,6	43,2	34,4	79,6%
Количество заказов в день (среднее)	268 542	173 586	94 956	54,7%
Средний чек с НДС, руб.	1 597	1 368	229	16,8%
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	29 907	26 639	3 268	12,3%

¹² GMV – общий торговый онлайн-оборот; это совокупный оборот по конечной стоимости для покупателей на онлайн-площадках, включая «Магнит Маркет», «Дикси», «Самбери» и «Азбуку 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.).

¹³ С учетом аптек

Финансовые показатели за 1 полугодие 2025 г.¹⁴

млн руб.	До применения МСФО 16			МСФО 16		
	1П 2025	1П 2024	Изменение	1П 2025	1П 2024	Изменение
Общая выручка	1 673 224	1 460 058	14,6%	1 673 224	1 460 058	14,6%
Розничная выручка	1 661 793	1 448 541	14,7%	1 661 793	1 448 541	14,7%
Оптовая выручка	10 384	10 104	2,8%	10 384	10 104	2,8%
Прочая выручка ¹⁵	1 046	1 413	-26,0%	1 046	1 413	-26,0%
Валовая прибыль	371 229	327 258	13,4%	372 725	328 571	13,4%
Валовая маржа, %	22,2%	22,4%	-23 б. п.	22,3%	22,5%	-23 б. п.
SG&A, % от продаж	-20,9%	-20,6%	-29 б. п.	-19,3%	-19,2%	-10 б. п.
Прочие доходы и расходы, % от продаж	1,3%	1,2%	12 б. п.	1,4%	1,2%	18 б. п.
EBITDA	85 628	77 339	10,7%	151 075	135 162	11,8%
EBITDA маржа, %	5,1%	5,3%	-18 б. п.	9,0%	9,3%	-23 б. п.
EBIT	43 217	43 583	-0,8%	73 037	65 826	11,0%
EBIT маржа, %	2,6%	3,0%	-40 б. п.	4,4%	4,5%	-14 б. п.
Чистые финансовые расходы	-29 080	-8 924	225,9%	-67 561	-37 386	80,7%
Прибыль/ (убыток) по курсовым разницам	-3 588	-4 964	-27,7%	-3 630	-4 970	-27,0%
Прибыль до налогообложения	10 549	29 695	-64,5%	1 846	23 470	-92,1%
Чистая прибыль	6 544	21 988	-70,2%	154	17 008	-99,1%
Чистая маржа, %	0,4%	1,5%	-111 б. п.	0,0%	1,2%	-116 б. п.

Общая выручка в 1 полугодии 2025 г. выросла на 14,6% на фоне роста чистой розничной выручки на 14,7% и роста оптовых продаж на 2,8%. Доля оптовых операций составила 0,6% от общей выручки.

22,2%

ВАЛОВАЯ МАРЖА
В 1 ПОЛУГОДИИ 2025 Г.

Валовая прибыль в 1 полугодии 2025 г. увеличилась на 13,4% год к году до 371,2 млрд руб. Валовая маржа снизилась на 23 б. п. год к году до 22,2% в результате роста потерь и увеличения интенсивности промо, частично компенсированных снижением логистических расходов и положительным влиянием структуры форматов.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы как процент от продаж выросли на 29 б. п. год к году и составили 20,9% в связи с ростом расходов на амортизацию, коммунальные услуги, ремонт и техническое обслуживание.

Расходы на коммунальные услуги как процент от продаж выросли на 6 б. п. год к году в связи с ростом тарифов на электроэнергию и клининг, а также ускорением открытия магазинов и их раскруткой.

Несмотря на увеличение доли арендованных площадей до 84,6% в 1 полугодии 2025 г. по сравнению с 83,6% годом ранее, расходы на аренду как процент от продаж сократились на 4 б. п. год к году благодаря увеличению плотности продаж и закрытию неэффективных магазинов.

Расходы на ремонт и техническое обслуживание как процент от продаж выросли на 5 б. п. год к году в связи с ускорением программы редизайна.

¹⁴ Согласно правилам МСФО показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г., показатели «Азбуки Вкуса» - с 20 мая 2025 г.

¹⁵ Прочая выручка включает преимущественно комиссии маркетплейса

Прочие расходы как процент от продаж увеличились на 3 б. п. год к году, что в основном обусловлено ростом расходов на сборку и доставку заказов в связи с ускорением роста онлайн-сервисов.

Расходы на рекламу, материалы, банковские услуги и налоговые расходы как процент от продаж в целом не изменились год к году.

В результате показатель EBITDA увеличился на 10,7% год к году до 85,6 млрд руб. Рентабельность по EBITDA сократилась на 18 б. п. год к году и составила 5,1%.

5,1%

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПО
EBITDA В 1 ПОЛУГОДИИ
2025 Г.

Расходы на амортизацию как процент от продаж увеличились на 22 б. п. год к году в связи с ростом парка грузовых автомобилей, а также ускорением программ развития и редизайна.

Чистые финансовые расходы в 1 полугодии 2025 г. выросли до 29,1 млрд руб. в связи с увеличением стоимости долга и общей суммы заимствований.

Средневзвешенная стоимость долга¹⁶ увеличилась до 19,3%. 98% долга Компании представлены долгосрочными заимствованиями и облигациями.

0,4%

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ЧИСТОЙ
ПРИБЫЛИ В 1 ПОЛУГОДИИ
2025 Г.

В 1 полугодии 2025 г. убыток Компании по курсовым разницам, полученный в связи с переоценкой валютных депозитов и остатков денежных средств на валютных счетах, составил 3,6 млрд руб. по сравнению с убытком 5,0 млрд руб. в аналогичном периоде прошлого года.

В результате чистая прибыль в 1 полугодии 2025 г. уменьшилась на 70,2% год к году до 6,5 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли составила 0,4%.

Ключевые показатели баланса (МСФО 16)

Млн руб.	30 июня 2025 г.	31 декабря 2024 г.	30 июня 2024 г.
Запасы	302 102	270 417	243 309
Торговая и прочая дебиторская задолженность	20 061	21 001	17 331
Денежные средства и их эквиваленты	71 206	159 470	113 233
Долгосрочные кредиты и займы	281 924	151 050	147 921
Торговая и прочая кредиторская задолженность	340 587	373 983	290 560
Краткосрочные кредиты и займы	220 922	260 868	186 350

40

дней
ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ
ЗАПАСОВ В 1 ПОЛУГОДИИ
2025 Г.¹⁷

Товарные запасы увеличились на 58,8 млрд руб. (+24,2% год к году) по сравнению с 30 июня 2024 г. и составили 302,1 млрд руб. на фоне роста общей выручки на 14,6%. Оборачиваемость запасов достигла нормализованного уровня и составила 40 дней благодаря сокращению товаров с низкой оборачиваемостью и гармонизации ассортимента.

Торговая и прочая кредиторская задолженность увеличилась на 50,0 млрд руб. по сравнению с 30 июня 2024 г. и составила 340,6 млрд руб. в связи с ростом продаж. Дебиторская задолженность увеличилась на 2,7 млрд руб. по сравнению с 30 июня 2024 г. и составила 20,1 млрд руб.

¹⁶ Не включая «Самбери» и «Азбуку Вкуса»

¹⁷ Оборачиваемость запасов в днях = ((запасы на 31.12.2024 + запасы на 30.06.2025)/2/ себестоимость за 1П 2025) x 181

Структура долга и долговая нагрузка

	30 июня 2025 г. ¹⁸	31 декабря 2024 г.	30 июня 2024 г.
До применения МСФО 16			
Общий долг, млрд руб.	503,1	412,2	334,7
Долгосрочный долг	282,0	151,2	148,1
Краткосрочный долг	221,1	261,0	186,5
Чистый долг, млрд руб.	430,6	252,8	221,4
Чистый долг /EBITDA	2,4x	1,5x	1,4x
МСФО 16			
Чистый долг, млрд руб.	992,3	788,9	744,6
Чистый долг /EBITDA	3,2x	2,7x	2,7x

2,4x
ЧИСТЫЙ ДОЛГ / EBITDA
НА 30 ИЮНЯ 2025 Г.
(ДО ПРИМЕНЕНИЯ МСФО
16)

На 30 июня 2025 г. общий долг увеличился на 168,4 млрд руб. или 50,3% по сравнению с 30 июня 2024 г. и составил 503,1 млрд руб. Объем денежных средств уменьшился до 72,4 млрд руб. на 30 июня 2025 г.¹⁶ со 113,2 млрд руб. на 30 июня 2024 г. В результате чистый долг увеличился на 94,5% год к году до 430,6 млрд руб. на 30 июня 2025 г.

Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. Соотношение чистый долг / EBITDA составило 2,4x на 30 июня 2025 г.

Капитальные затраты без учета сделок M&A в 1 полугодии 2025 г. увеличились на 28,6% и составили 68,3 млрд руб. Преимущественно этот рост был обусловлен ускорением программ развития и редизайна, и активными инвестициями в логистическую инфраструктуру

Примечание:

- 1. Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением
- 2. С полным текстом промежуточной консолидированной финансовой отчетности за 1 полугодие 2025 года можно ознакомиться по адресу: <https://www.magnit.com/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/>

За дополнительной информацией обращайтесь:

Департамент по связям с инвесторами
✉ magnitIR@magnit.ru
☎ тел. в Краснодаре: +7 (861) 210 9810 доб. 15101

Управление по внешним коммуникациям:
✉ press@magnit.ru

¹⁸ 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)

Справка о Компании

Публичное акционерное общество «Магнит» (МОЕХ: MGNT) является холдинговой компанией группы обществ (Компания), занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит», «ДИКСИ», «Самбери», «Азбука Вкуса». Сеть магазинов «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России. По состоянию на 30 июня 2025 г. сеть насчитывала 32 589 магазинов, расположенных в 4 756 населенных пунктах Российской Федерации и Республике Узбекистан.

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

Компания управляет собственной логистической системой, насчитывающей по состоянию на 30 июня 2025 г. 55 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 7 877 автомобилей.

В соответствии с результатами Компании до применения МСФО 16, ее выручка за 1 полугодие 2025 года составила 1 673 млрд руб., EBITDA – 86 млрд руб.

Заявления прогнозного характера

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