



«МАГНИТ» ОБЪЯВЛЯЕТ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2026 ГОДА

Краснодар, 28 августа 2026 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания», «Магнит», «Группа»; МОЕХ: MGNT), объявляет операционные и финансовые результаты деятельности за первое полугодие 2026 года.

Ключевые операционные и финансовые¹ показатели за 1 полугодие 2026 года

- **Компания открыла (gross) 485 магазинов** или 212 магазинов (net). Общее количество магазинов сети по состоянию на 30 июня 2026 г. составило 33 652;
- **Торговая площадь Компании увеличилась на 49 тыс. кв. м.** Общая торговая площадь составила 11 593 тыс. кв. м. (рост 2,8% год к году);
- **Компания выполнила редизайн 432 магазинов**, включая 209 магазинов у дома «Магнит» и 159 магазинов у дома «Дикси», 43 «М.Косметик» и 21 магазин «Самбери»;
- **Сопоставимые продажи (LFL)² увеличились на 6,4%** на фоне роста LFL-среднего чека на 6,4%;
- **Общий онлайн-оборот товаров (GMV) с НДС³ вырос на 70,3%** год к году и составил 132,2 млрд руб.;
- **Общая выручка выросла на 12,8%** год к году до 1 887,2 млрд руб.;
- **Чистая розничная выручка увеличилась на 12,6% год к году** и составила 1 871,1 млрд руб.;
- **Валовая прибыль увеличилась на 17,7%** год к году до 437,0 млрд руб. **Валовая рентабельность выросла на 97 б. п. год к году до 23,2%** на фоне повышения эффективности промо мероприятий и снижения потерь;
- **Показатель EBITDA увеличился на 12,1%** год к году до **96,0 млрд руб.** **Рентабельность по EBITDA составила 5,1%** на фоне динамики валовой рентабельности и прочих доходов и расходов, частично нивелированной ростом коммерческих, общехозяйственных и административных расходов.

12,6%

рост чистой розничной
выручки

23,2%

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 «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.).

Ключевые события 1 полугодия 2026 года и после отчетного периода

- «Магнит» запустил платежный сервис «Магнит Пэй» с повышенным кэшбеком в магазинах сети и возможностью оплаты без интернета. Платежный сервис доступен во всех регионах присутствия розничной сети «Магнит», охватывая более 33 тыс. торговых точек по всей России;
- Компания внедрила технологию на основе компьютерного зрения и машинного обучения в 430 магазинах больших форматов – супермаркетах «Магнит Семейный» и суперсторах «Магнит Экстра» - для улучшения доступности товаров и клиентского сервиса.

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. Розничный бизнес «Азбуки вкуса» не является отдельным сегментом – «Магнит» продолжит представлять консолидированные финансовые результаты по Группе.

Операционные результаты за 1 полугодие 2026 года

Розничная выручка

	1П 2026	1П 2025	Изменение	Изменение, %
Общая чистая розничная выручка⁴, млн руб.	1 871 105	1 661 793	209 312	12,6%
Магазины у дома «Магнит» ⁵	1 277 117	1 148 948	128 168	11,2%
Магазины у дома «ДИКСИ»	207 989	182 882	25 107	13,7%
Супермаркеты ⁶	138 652	134 586	4 066	3,0%
Дрогери ⁷	116 527	115 574	953	0,8%
«Азбука вкуса» ⁸	54 070	11 521	42 549	369,3%
Количество чеков, млн	3 587	3 401	186	5,5%
Магазины у дома «Магнит»	2 696	2 564	132	5,1%
Магазины у дома «ДИКСИ»	397	364	33	9,0%
Супермаркеты	153	155	-2	-1,2%
Дрогери	207	217	-10	-4,7%
«Азбука вкуса»	34	8	26	317,0%
Средний чек, руб.⁹	522	489	33	6,8%
Магазины у дома «Магнит»	474	448	26	5,7%
Магазины у дома «ДИКСИ»	524	503	22	4,3%
Супермаркеты	904	867	37	4,3%
Дрогери	564	533	31	5,8%
«Азбука вкуса»	1 598	1 420	178	12,5%

Результаты LFL

	1П 2026		
	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого	6,4%	0,0%	6,4%
Магазины у дома «Магнит»	6,6%	0,3%	7,0%
Магазины у дома «ДИКСИ»	5,4%	0,4%	5,8%
Супермаркеты	5,1%	0,2%	5,3%
Дрогери	7,6%	-5,1%	2,1%
«Азбука вкуса»	2,0%	4,4%	6,5%

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, расположенных в Узбекистане
⁸ Показатели «Азбуки вкуса» консолидированы в финансовые результаты Компании с 20 мая 2025 г.
⁹ Без НДС

Магазины и торговая площадь

	1П 2026	1П 2025	Изменение	Изменение, %
Количество магазинов (на конец периода)	33 652	32 589	1 063	3,3%
Магазины у дома «Магнит»	21 987	21 113	874	4,1%
Магазины у дома «ДИКСИ»	2 751	2 486	265	10,7%
Супермаркеты	435	441	-6	-1,4%
Дрогерии	7 885	8 014	-129	-1,6%
«Азбука вкуса»	176 ¹⁰	174	2	1,1%
Количество открытых магазинов (Gross)	485	1 391	-906	-65,1%
Магазины у дома «Магнит»	328	1 177	-849	-72,1%
Магазины у дома «ДИКСИ»	118	140	-22	-15,7%
Супермаркеты	0	0	0	n/a
Дрогерии	7	49	-42	-85,7%
«Азбука вкуса»	3	0	3	n/a
Количество закрытых магазинов	273	458	-185	-40,4%
Магазины у дома «Магнит»	115	332	-217	-65,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»	35	17	18	105,9%
Супермаркеты	4	15	-11	-73,3%
Дрогерии	109	85	24	28,2%
«Азбука вкуса»	3	0	3	n/a
Количество открытых магазинов (Net)	212	933	-721	-77,3%
Магазины у дома «Магнит»	213	845	-632	-74,8%
Магазины у дома «ДИКСИ»	83	123	-40	-32,5%
Супермаркеты	-4	-15	11	-73,3%
Дрогерии	-102	-36	-66	183,3%
«Азбука вкуса»	0	0	0	n/a
Общая торговая площадь (на конец периода), тыс. кв. м	11 593	11 275	318	2,8%
Магазины у дома «Магнит»	7 586	7 351	234	3,2%
Магазины у дома «ДИКСИ»	910	815	95	11,6%
Супермаркеты	904	913	-9	-1,0%
Дрогерии	1 801	1 827	-26	-1,4%
«Азбука вкуса»	106	104	2	2,0%
Прирост торговой площади (Net), тыс. кв. м	49	341	-292	n/a
Магазины у дома «Магнит»	33	238	-206	n/a
Магазины у дома «ДИКСИ»	34	30	4	n/a
Супермаркеты	-5	-25	20	n/a
Дрогерии	-21	-7	-15	n/a
«Азбука вкуса»	2	104	-102	n/a

¹⁰ Включая пять даркстортов

Операционные показатели

8,8%

рост плотности продаж
год к году (LTM)¹¹

В 1 полугодии 2026 г. общая выручка выросла на 12,8% год к году и составила 1 887,2 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 12,6% год к году на фоне увеличения LFL-продаж на 6,4% и роста торговой площади на 2,8%.

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

6,4%

рост LFL-продаж

В течение 1 полугодия 2026 г. Компания открыла (gross) 485 магазинов или 212 магазинов с учетом закрытий - на 65% и 77% меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, соответственно, в связи с повышением пороговых значений доходности для новых проектов. На долю открытий в формате «у дома» (под брендами «Магнит» и «Дикси») пришлось 92% всех открытий магазинов. Прирост торговой площади (net) в 1 полугодии 2026 г. составил 49 тыс. кв. м. (+2,8% год к году). Общее количество магазинов сети по состоянию на 30 июня 2026 г. составило 33 652 (+1 063 за последние 12 месяцев).

Рост LFL-продаж составил 6,4% благодаря сильной динамике роста LFL-среднего чека (+6,4%), обусловленного увеличением количества товаров и средней стоимости товара в корзине в результате дополнительной поддержки промо активности. LFL-трафик в 1 полугодии 2026 г. оставался неизменным.

44,2 млн

уникальных клиентов в
месяц

По состоянию на 30 июня 2026 г. количество уникальных клиентов в месяц достигло 44,2 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила 65% в чеках и 81% в продажах. В пиковые дни отчетного периода она достигала 70% и 85% соответственно. Программа лояльности дает положительные кросс-форматные результаты – около 38% покупателей «Магнита» посещают два и более формата магазинов. Средний чек активного пользователя карты лояльности в 2 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

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

Развитие сети магазинов и результаты форматов

7,0%

рост LFL-продаж
магазинов «Магнит у
дома» в 1 полугодии 2026 г.

Магазины у дома под брендом «Магнит» составили 68,3% в розничных продажах Компании в 1 полугодии 2026 г. В отчетном периоде Компания открыла (gross) 328 магазинов у дома и закрыла 115 магазинов в рамках продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате «Магнит» открыл (net) 213 магазинов у дома в течение 1 полугодия 2026 года. 68% магазинов, открытых Компанией в отчетном периоде, составляют магазины у дома «Магнит» (включая дискаунтеры и прочие малые форматы). Чистая розничная выручка выросла на 11,2% благодаря увеличению LFL-продаж на 7,0% и приросту торговой площади на 3,2%. Рост LFL-продаж в магазинах «Магнит у дома» стал самым высоким показателем среди всех форматов магазинов Компании и был обусловлен ростом LFL-среднего чека на 6,6% и ростом LFL-трафика на 0,3%.

432

магазина прошли
редизайн в 1 полугодии
2026 г.

Супермаркеты «Магнит» сформировали 7,4% розничных продаж Компании в отчетном периоде. В рамках кампании по повышению операционной эффективности в 1 полугодии 2026 г. Компания закрыла 4 супермаркета, сфокусировавшись на увеличении плотности продаж действующей сети магазинов. На 30 июня 2026 г. торговая площадь 435 супермаркетов составила 904 тыс. кв. м. Рост LFL-продаж супермаркетов составил 5,3% и был обусловлен ростом LFL-среднего чека на 5,1% и LFL-трафика на 0,2%. В результате рост чистых розничных продаж супермаркетов составил 3,0% в 1 полугодии 2026 г.

7 885

магазинов косметики на
30 июня 2026 г.

Доля формата drogery в розничных продажах Компании составила 6,2%. В 1 полугодии 2026 г. были открыты (gross) 7 магазинов и закрыты 109 магазинов в рамках продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате на 30 июня 2026 г. общее количество магазинов косметики составило 7 885. Торговая площадь сократилась на 1,4% год к году и составила 1 801 тыс. кв. м. Рост LFL-продаж магазинов drogery составил 2,1% на фоне роста LFL-среднего чека на 7,6% и снижения LFL-трафика на 5,1%. Рост чистой розничной выручки магазинов косметики составил 0,8%.

13,7%

рост розничной выручки
магазинов «Дикси» в 1
полугодии 2026 г.

Доля магазинов «Дикси» в розничных продажах Компании составила 11,1% в отчетном периоде. В 1 полугодии 2026 г. были открыты 118 магазинов у дома (24% открытых (gross) магазинов Группы) и закрыты 35 магазинов. В результате на 30 июня 2026 г. количество магазинов составило 2 751, а торговая площадь – 910 тыс. кв. м. Рост LFL-продаж магазинов «Дикси» составил 5,8% благодаря росту LFL-среднего чека на 5,4% и LFL-трафика на 0,4%. Чистые розничные продажи магазинов «Дикси» выросли на 13,7% год к году.

4,4%

рост LFL-трафика
магазинов «Азбука вкуса»
в 1 полугодии 2026 г.

Доля магазинов «Азбука вкуса» в розничных продажах Компании составляет 2,9%. На 30 июня 2026 г. сеть включает 176 магазинов торговой площадью 106 тыс. кв. м. Рост LFL-продаж магазинов «Азбука вкуса» в 1 полугодии 2026 г. составил 6,5% благодаря сильному росту LFL-трафика на 4,4% и увеличению LFL-среднего чека на 2,0%.

В 1 полугодии 2026 г. «Магнит» продолжил программу реновации. Обновление прошли 432 магазина (на 74% меньше аналогичного периода прошлого года), включая 209 магазинов у дома «Магнит» и 159 магазинов у дома «Дикси», а также 43 drogery и 21 магазин «Самбери».

Онлайн-коммерция

132,2

млрд руб.

общий оборот
товаров (GMV) за 1
полугодие 2026 г.

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 вырос на 70,3% год к году и составил 132,2 млрд руб. в 1 полугодии 2026 г. по сравнению с 77,6 млрд руб. в 1 полугодии 2025 г.

В 1 полугодии 2026 г. среднее количество заказов в день достигло 438 647 (+63,3% год к году).

Средний чек по всем онлайн-сервисам составил 1 665 руб. с НДС, что в 3 раза выше, чем в магазинах у дома (547 руб. с НДС в 1 полугодии 2026 г.). В основном это связано с большим количеством товаров в корзине.

Количество офлайн-магазинов, подключенных к сервисам e-commerce «Магнита», превысило 30 тыс.¹³ в 73 регионах и 3,7 тыс. населенных пунктах. При этом 84% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Самым крупным и быстро растущим сегментом остается экспресс-доставка.

	1П 2026	1П 2025	Изменение	Изменение, %
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	132,2	77,6	54,6	70,3%
Количество заказов в день (среднее)	438 647	268 542	170 104	63,3%
Средний чек с НДС, руб.	1 665	1 597	68	4,3%
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	30 413	29 907	506	1,7%

¹² GMV – 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.).

¹³ С учетом аптек

Финансовые показатели за 1 полугодие 2026 года¹⁴

млн руб.	До применения МСФО 16			МСФО 16		
	1П 2026	1П 2025	Изменение	1П 2026	1П 2025	Изменение
Общая выручка	1 887 188	1 673 224	12,8%	1 887 188	1 673 224	12,8%
Розничная выручка	1 871 105	1 661 793	12,6%	1 871 105	1 661 793	12,6%
Оптовая выручка	13 312	10 384	28,2%	13 312	10 384	28,2%
Прочая выручка ¹⁵	2 770	1 046	164,8%	2 770	1 046	164,8%
Валовая прибыль	437 043	371 229	17,7%	439 883	372 725	18,0%
Валовая маржа, %	23,2%	22,2%	97 б. п.	23,3%	22,3%	103 б. п.
SG&A, % от продаж	-22,1%	-20,9%	-121 б. п.	-20,4%	-19,3%	-110 б. п.
Прочие доходы и расходы, % от продаж	1,5%	1,3%	22 б. п.	1,5%	1,4%	17 б. п.
EBITDA	95 987	85 628	12,1%	171 758	151 075	13,7%
EBITDA маржа, %	5,1%	5,1%	-3 б. п.	9,1%	9,0%	7 б. п.
EBIT	48 352	43 217	11,9%	84 448	73 037	15,6%
EBIT маржа, %	2,6%	2,6%	-2 б. п.	4,5%	4,4%	11 б. п.
Чистые финансовые расходы	-48 086	-29 080	65,4%	-94 421	-67 561	39,8%
Прибыль / (убыток) по курсовым разницам	550	-3 588	-115,3%	549	-3 630	-115,1%
Прибыль до налогообложения	815	10 549	-92,3%	-9 424	1 846	-610,5%
Чистая прибыль / убыток	-1 877	6 544	-128,7%	-9 546	154	n/a

23,2%

валовая маржа
в 1 полугодии 2026 г.

Общая выручка в 1 полугодии 2026 г. выросла на 12,8% на фоне роста чистой розничной выручки на 12,6% и роста оптовых продаж на 28,2%. Доля оптовых операций составила 0,7% от общей выручки.

Валовая прибыль в 1 полугодии 2026 г. увеличилась на 17,7% год к году до 437,0 млрд руб. Валовая маржа выросла на 97 б. п. год к году до 23,2% в результате повышения эффективности промо мероприятий и снижения потерь.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы как процент от продаж выросли на 121 б. п. год к году и составили 22,1% в связи с ростом расходов на персонал, коммунальные услуги, аренду и прочих расходов.

Расходы на персонал как процент от продаж выросли на 30 б. п. год к году главным образом в связи с индексацией заработных плат персонала магазинов, а также с повышением тарифов на сторонний персонал.

Расходы на коммунальные услуги как процент от продаж выросли на 19 б. п. год к году в связи с ростом тарифов на электроэнергию.

Расходы на аренду как процент от продаж выросли на 13 б. п. год к году на фоне увеличения доли арендованных площадей до 85,2% в 1 первом полугодии 2026 г. по сравнению с 84,6% годом ранее, частично компенсированного ростом плотности продаж и закрытием неэффективных магазинов.

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 61 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, ремонт и техническое обслуживание, материалы, банковские услуги и налоговые расходы как процент от продаж в целом не изменились год к году.

В результате показатель EBITDA увеличился на 12,1% год к году до 96,0 млрд руб. Рентабельность по EBITDA в 1 полугодии 2026 г. осталась неизменной год к году, но выросла на 53 б. п. по сравнению со 2 полугодием 2025 г. и составила 5,1%.

Расходы на амортизацию как процент от продаж год к году не изменились.

Чистые финансовые расходы в 1 полугодии 2026 г. выросли до 48,1 млрд руб. в связи с увеличением общей суммы заимствований.

Средневзвешенная стоимость долга¹⁶ снизилась на 332 б. п. год к году до 16,0% в 1 полугодии 2026 г. Долг Компании представлен преимущественно долгосрочными заимствованиями и облигациями.

В 1 полугодии 2026 г. прибыль Компании по курсовым разницам, полученная в связи с переоценкой валютных депозитов и остатков денежных средств на валютных счетах, составила 0,5 млрд руб. по сравнению с убытком в 3,6 млрд руб. в аналогичном периоде прошлого года.

В результате чистый убыток в 1 полугодии 2026 г. составил 1,9 млрд руб. по сравнению с чистой прибылью в размере 6,5 млрд руб. в 1 полугодии 2025 г. на фоне динамики показателя EBITDA и чистых финансовых расходов.

5,1%

рентабельность по EBITDA в 1 полугодии 2026 г.

Ключевые показатели баланса (МСФО 16)

Млн руб.	30 июня 2026 г.	31 декабря 2025 г.	30 июня 2025 г.
Запасы	328 510	314 213	302 102
Торговая и прочая дебиторская задолженность	31 546	22 918	20 061
Денежные средства и их эквиваленты	404 092	244 500	71 206
Долгосрочные кредиты и займы	658 865	467 781	281 924
Торговая и прочая кредиторская задолженность	362 263	376 005	340 587
Краткосрочные кредиты и займы	263 252	277 886	220 922

Товарные запасы увеличились на 26,4 млрд руб. (+8,7% год к году) по сравнению с 30 июня 2025 г. и составили 328,5 млрд руб. на фоне роста общей выручки на 12,8%. Оборачиваемость запасов¹⁷ остается на нормализованном уровне - 40 дней - благодаря сокращению товаров с низкой оборачиваемостью и гармонизации ассортимента.

Торговая и прочая кредиторская задолженность выросла на 21,7 млрд руб. по сравнению с 30 июня 2025 г. и составила 362,3 млрд руб. на фоне роста общей выручки на 12,8%. Дебиторская задолженность увеличилась на 11,5 млрд руб. по сравнению с 30 июня 2025 г. и составила 31,5 млрд руб.

Структура долга и долговая нагрузка

¹⁶ Не включая «Самбери» и «Азбуку вкуса»

¹⁷ Оборачиваемость запасов в днях = ((запасы на 31.12.2025 + запасы на 30.06.2026)/2/ себестоимость за 1П 2026) x 181

	30 июня 2026 г.	31 декабря 2025 г. ¹⁸	30 июня 2025 г. ¹⁸
До применения МСФО 16			
Общий долг, млрд руб.	922,2	745,8	503,1
Долгосрочный долг	658,9	467,8	282,0
Краткосрочный долг	263,3	278,0	221,1
Чистый долг, млрд руб.	518,1	496,3	430,6
Чистый долг/EBITDA	2,9x	2,9x	2,4x
МСФО 16			
Чистый долг, млрд руб.	1 138,6	1 096,3	992,3
Чистый долг/EBITDA	3,5x	3,6x	3,2x

На 30 июня 2026 г. общий долг увеличился на 419,1 млрд руб. или 83,3% по сравнению с 30 июня 2025 г. и составил 922,2 млрд руб. Объем денежных средств увеличился с 72,4 млрд руб. на 30 июня 2025 г.¹⁸ до 404,1 млрд руб. на 30 июня 2026 г. В результате чистый долг увеличился на 20,3% год к году до 518,1 млрд руб. на 30 июня 2026 г. Рост общего долга и денежных средств за последние 12 месяцев обусловлен дополнительными заимствованиями в целях рефинансирования долговых обязательств в 2026-2027 гг.

Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. Соотношение чистый долг/EBITDA составило 2,9x на 30 июня 2026 г.

Капитальные затраты без учета сделок M&A в 1 полугодии 2026 г. сократились на 46,1% и составили 36,8 млрд руб. Динамика год к году преимущественно обусловлена сокращением программ развития и редизайна в связи с повышением порогов доходности в целях улучшения эффективности бизнеса.

Примечание:

1. Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением
2. С полным текстом консолидированной финансовой отчетности за 1 полугодие 2026 года можно ознакомиться по адресу: <https://www.magnit.com/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/>

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)

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

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 2026 г. сеть насчитывала 33 652 магазина, расположенных в 5 тыс. 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 2026 г. 50 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 8 558 автомобилей.

В соответствии с результатами Компании до применения МСФО 16, ее выручка за 1 полугодие 2026 года составила 1 887 млрд руб., EBITDA – 96 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 открытых 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.