

# Презентация для инвесторов

Результаты 1 полугодия 2026 года





# Ограничение ответственности

Данная презентация («Презентация Компании») содержит письменные материалы/ слайды, подготовленные Публичным акционерным обществом «Магнит» («Компания») исключительно с целью обсуждения и получения обратной связи от инвесторов и аналитиков.

Настоящая презентация не является предложением или частью предложения, или приглашением продать или выпустить ценные бумаги, предложением, побуждением или приглашением приобрести, или осуществить подписку на любые ценные бумаги Компании или иного лица, независимо от того, является или нет такое лицо частью Компании; факт распространения данной информации не может являться основанием для заключения договоров и не может быть использован для принятия инвестиционных решений в связи с ним.

Информация, содержащаяся в данной Презентации, является предварительной и справочной и не имеет целью содержать информацию, требующуюся для оценки Компании, ее финансового положения и/ или принятия любого инвестиционного решения.

Настоящий документ не предназначен для представления бухгалтерских, юридических, налоговых рекомендаций, и не должен использоваться в этих целях, а также не является рекомендацией приобретать ценные бумаги Компании.

Соответственно, посещая любую презентацию, на которой настоящий документ предоставляется, или получая этот документ любым другим способом, вы заявляете, что можете получить этот документ без нарушения каких-либо правовых или нормативных ограничений, применимых к вам, и не будете использовать эту информацию в отношении любых инвестиционных решений (если таковые имеются).

Презентация Компании не предназначена для распространения или использования каким-либо физическим или юридическим лицом, являющимся гражданином или резидентом, или находящемся в каком-либо населенном пункте, штате, стране или другой юрисдикции, где такое распространение или использование будет противоречить к закону или регулированию, или которые требуют какой-либо регистрации или лицензирования на территории такой юрисдикции.

Ни для каких целей не следует полагаться ни на информацию, содержащуюся в настоящей Презентации, ни на полноту, точность или достоверность такой информации. Информация, содержащаяся в Презентации Компании, подлежит обновлению, пересмотру, дальнейшей проверке и изменению.

Компания не несет обязательств обновлять информацию или поддерживать актуальность информации, содержащейся в данной презентации.

Никаких заверений или гарантий, прямых или косвенных, не дается от лица Компании, ее дочерних предприятий, аффилированных и уполномоченных лиц, советников или иных аффилированных лиц, директоров, сотрудников или иных лиц, в отношении полноты, точности и достоверности информации или мнений, содержащихся в Презентации Компании; ответственность за такую информацию или мнения не несет.

Несмотря на то, что информация, представленная в настоящем документе, считается достоверной, ни Компания, ни ее акционеры, советники, а также директора и должностные лица сторон не несут никакой ответственности за содержание, ошибки или упущения в настоящей Презентации Компании, и в отношении любого устного или письменного заявления для инвесторов или их советников, в отношении любых понесенных убытков, издержек или ущерба, возникших прямо или косвенно в результате любого использования настоящей Презентации Компании или ее содержимого или иным образом, связанным с Презентацией Компании, вне зависимости от того, возникают ли они в результате правонарушения, договора или иным образом.

Компания не делает никаких заверений или гарантий относительно точности и полноты любых утверждений, оценок и прогнозов в отношении будущих результатов деятельности.

Ни одно утверждение в данной Презентации Компании не предназначено и не может рассматриваться в качестве прогноза прибыли. Заинтересованные стороны проводят собственное исследование и анализ компании, а также данных, представленных в данной Презентации Компании.

Данная Презентация Компании не содержит и не формирует часть какой-либо другой Определенной информации, содержащейся в данном документе. Данные, полученные из публичных и непубличных источников прочими сторонами, в некоторых случаях не были обновлены на дату данного документа.

Такая информация считается надежной в целях использования в данном документе, при этом Компания не берет на себя ответственность за достоверность или полноту такой информации, и такая информация не была самостоятельно подтверждена Компанией.

Если не указано иное, информация, представленная в данном документе, основана на материалах, имеющихся на дату подготовки, а не на какую-либо дату в будущем, и не будет обновляться или пересматриваться иным образом, чтобы отражать информацию, которая впоследствии станет доступной, или обстоятельства или изменения, возникающие после даты подготовки данного документа.

Определенные утверждения в данной Презентации Компании могут представлять заявления прогнозного характера. Любые утверждения, отражающие ожидания или прогнозы на будущее, включая утверждения об операционной деятельности, положении на рынке, тенденциях в секторе, общем экономическом положении, предстоящих затратах и финансовых результатах, являются заявлениями прогнозного характера.

Заявления прогнозного характера могут быть идентифицированы по таким словам как "ожидает", "предвидит", "планирует", "намеревается", "прогнозирует", "заявляет" и подобным выражениям.

Любые утверждения, содержащиеся в данном документе и не являющиеся историческим фактом, являются заявлениями прогнозного характера. Такие утверждения не являются гарантией будущих показателей и предусматривают некоторые риски, неопределенности и предположения.

Соответственно, фактические результаты или показатели деятельности Компании или ее дочерних структур могут существенно отличаться, в положительную или отрицательную сторону, от заявлений прогнозного характера, представленных в данном документе.

Вероятно возникновение непредвиденных событий и обстоятельств. В связи с различными рисками и неопределенностями, фактические события и результаты или фактические показатели могут существенно отличаться от тех, которые отражены или предусмотрены в таких заявлениях прогнозного характера. В результате, не следует полагаться на такие заявления прогнозного характера при принятии инвестиционных решений.

Компания не делает никаких заверений или гарантий в отношении достижения или обоснованности любых заявлений прогнозного характера, и на них не следует полагаться.

Информация в отношении любых прогнозов, представленных в данном документе, основана на ряде предположений о предстоящих событиях и зависит от существенной экономической и конкурентной неопределенности и прочих непредвиденных обстоятельств, никакие из которых не могут быть спрогнозированы с достаточной вероятностью, и некоторые из которых находятся вне контроля компании.

Нет гарантий, что прогнозы будут реализованы, и фактические результаты могут быть выше или ниже указанных показателей.

Никто из компании, ни ее акционеры, директора, руководители, сотрудники, советники или аффилированные лица, ни какие-либо представители или аффилированные лица указанных выше лиц, не принимают на себя ответственность за точность Прогнозов, представленных в данном документе.



# Краткий обзор



## Наши конкурентные преимущества

- ✓ Мультиформатная модель
- ✓ Широкое присутствие в регионах и лучшее предложение ассортимента от местных производителей
- ✓ Собственное производство и частная марка
- ✓ Устойчивое развитие



## №1 ритейлер в России

По количеству магазинов с уникальной инфраструктурой

**33 652**  
магазина

**11 593**  
Торговая площадь,  
тыс. кв. м

**50**  
Распределительных  
центров

**8 558**  
Грузовиков



## Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке

**12,8%**  
Рост выручки  
за 1П 2026 года,  
год к году

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

**5,1%**  
EBITDA маржа  
за 1П 2026 года

**2,9x**  
Чистый долг /  
EBITDA  
на 30.06.2026 г.

# География сети

5

тысяч населенных пунктов

8

федеральных округов

Мы присутствуем во всех густонаселенных регионах

|                          | Северо-Кавказский | Южный | Центральный | Приволжский | Северо-Западный | Уральский | Сибирский | Дальне-восточный | ВСЕГО  |              |
|--------------------------|-------------------|-------|-------------|-------------|-----------------|-----------|-----------|------------------|--------|--------------|
| Магазины у дома          | 746               | 3 348 | 5 913       | 5 552       | 2 545           | 2 239     | 1 644     |                  | 21 987 | Магнит       |
| Супермаркеты             | 19                | 116   | 69          | 109         | 29              | 73        | 20        |                  | 435    |              |
| Дрогерии                 | 279               | 1 361 | 2 029       | 1 956       | 736             | 890       | 525       |                  | 7 885  |              |
| Магазины у дома          |                   |       | 2 171       |             | 580             |           |           |                  | 2 751  | Дикси        |
| Магазины «Самбери»       |                   |       |             |             |                 |           |           | 418              | 418    | Самбери      |
| Магазины «Азбука вкуса»  |                   |       | 166         |             | 10              |           |           |                  | 176    | Азбука вкуса |
| Распределительные Центры | 1                 | 6     | 16          | 11          | 6               | 4         | 3         | 3                | 50     |              |

По состоянию на 30.06.2026 г.  
Магазины у дома «Магнит» включают магазины у дома, магазины «М Сити», мягкие дискаунтеры «Моя цена» и жесткие дискаунтеры «Первый выбор». Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты Магнит Семейный и суперсторы «Магнит Экстра». Магазины дрогерии включают 109 магазинов дрогерии в Узбекистане. Магазины «Азбука вкуса» включают пять дарксторов.



# Ключевые операционные показатели

## 1 Чистая розничная выручка, млрд руб.<sup>1</sup>

Рост чистой розничной выручки, год к году, %

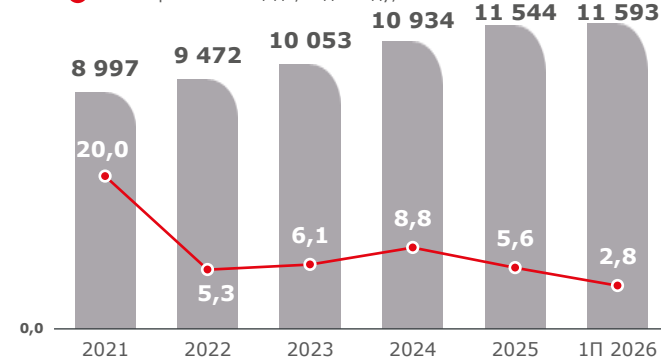


## 2 Количество магазинов, на конец периода

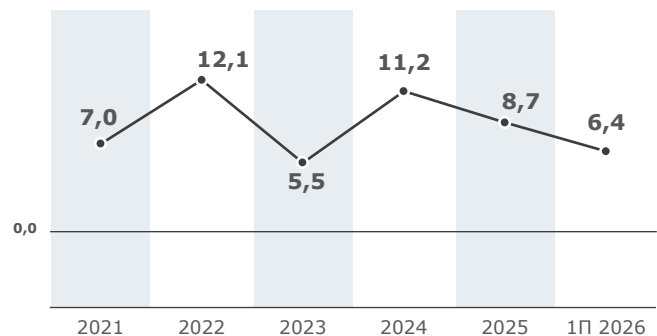


## 3 Торговая площадь, тыс. кв. м

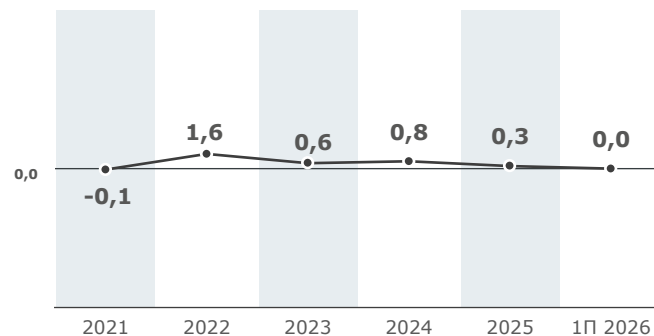
Рост торговой площади, год к году, %



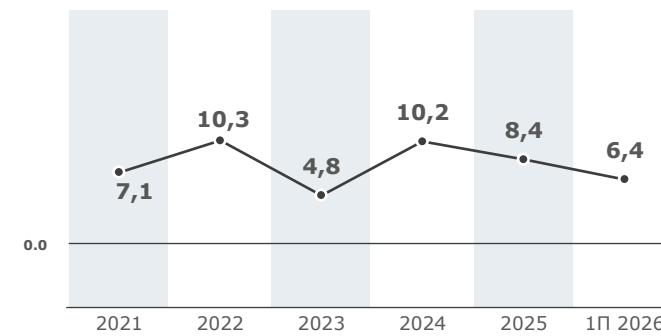
## A Рост LFL продаж, %



## B Рост LFL трафика, %



## C Рост LFL чека, %



1. Включая аптеки, «Магнит Маркет», «Самбери» и «Азбука вкуса»

# Финансовые показатели

## Ключевые достижения



Повышение плотности продаж во всех форматах



Строгий контроль затрат

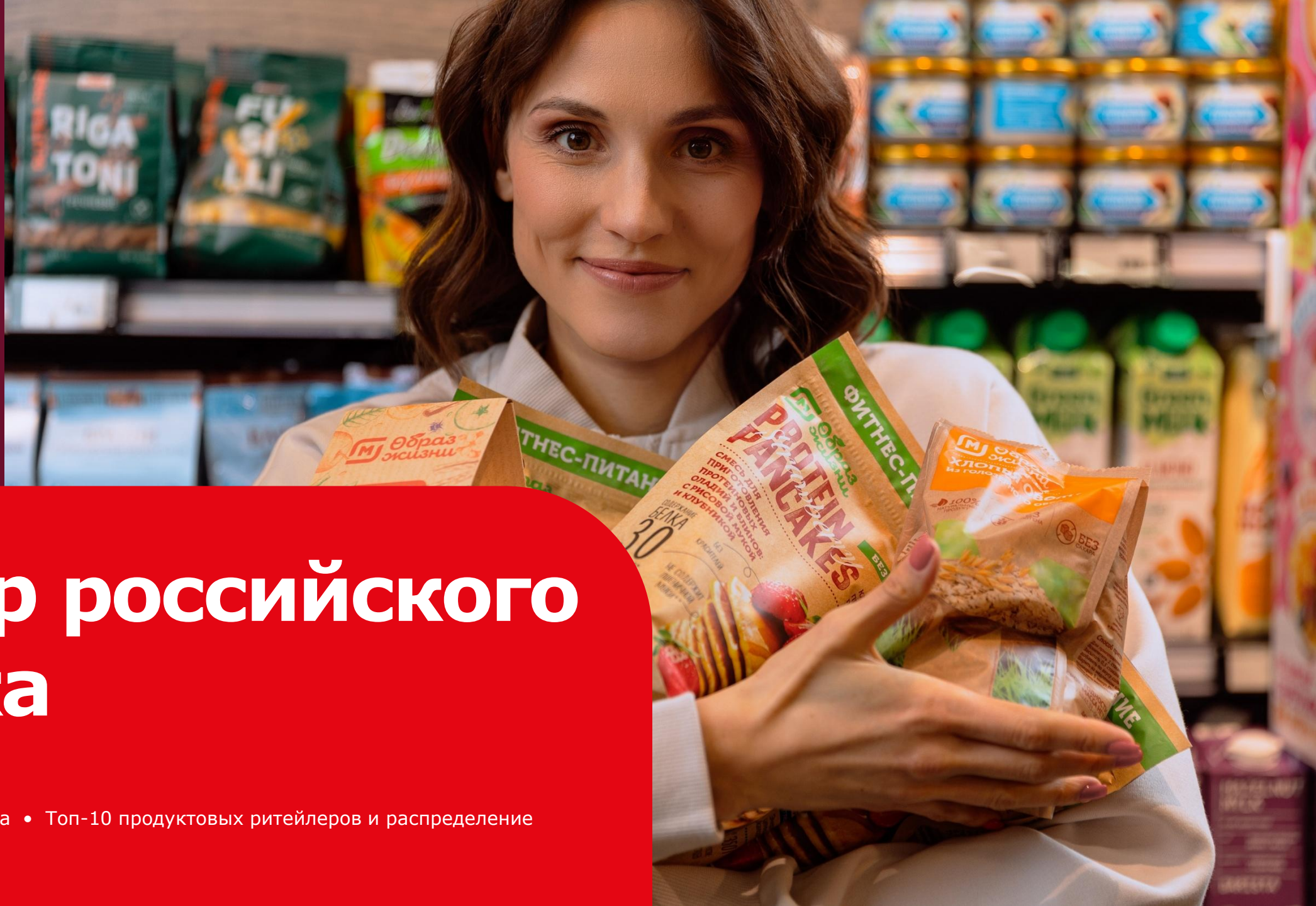
### Краткий отчет о прибылях и убытках

|                                           | 1П 2024 | 1П 2025 | 1П 2026 | год к году |
|-------------------------------------------|---------|---------|---------|------------|
| Выручка, млрд руб.                        | 1 460,1 | 1 673,2 | 1 887,2 | +12,8%     |
| Валовая маржа, %                          | 22,4    | 22,2    | 23,2    | +1,0пп     |
| SG&A, %                                   | (20,6)  | (20,9)  | (22,1)  | -1,2пп     |
| EBITDA, млрд руб.                         | 77,3    | 85,6    | 96,0    | 12,1%      |
| EBITDA, %                                 | 5,3     | 5,1     | 5,1     | -0,03пп    |
| Чистая прибыль/(убыток), млрд руб.        | 22,0    | 6,5     | -1,9    | -128,7%    |
| LTM - Плотность продаж, тыс. руб. / кв. м | 271     | 296     | 322     | +8,8%      |
| Чистый долг, млрд руб.                    | 221,4   | 430,6   | 518,1   | +20,3%     |
| Чистый долг/ EBITDA                       | 1,4x    | 2,4x    | 2,9x    | +0,5x      |
| CAPEX, млрд руб.                          | 53,1    | 68,3    | 36,6    | -46,4%     |

По состоянию на 30.06.2026 г.; до применения МСФО 16 - в соответствии с данными управленческой отчетности.  
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.  
Согласно правилам МСФО, показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г., показатели «Азбуки вкуса» - с 20 мая 2025 г.

# Обзор российского рынка

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





# Российская макросреда

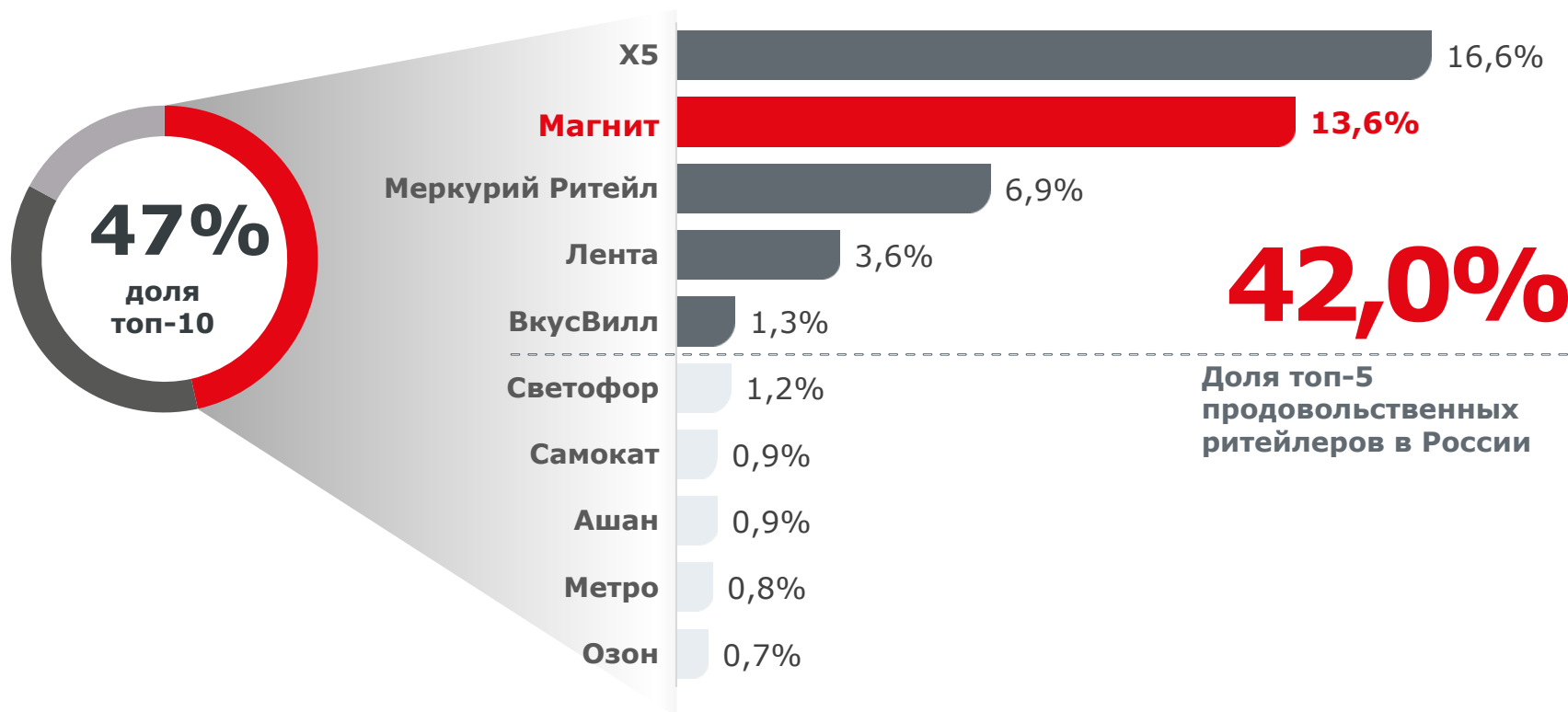
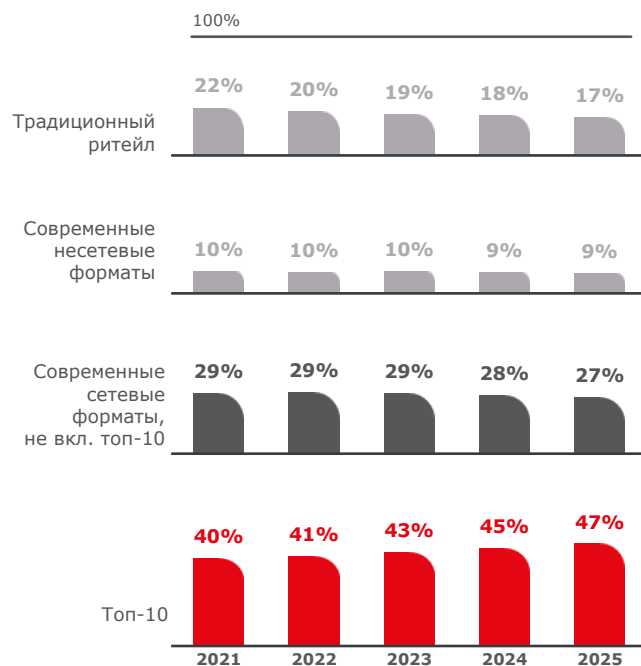




# Топ-10 продуктовых ритейлеров и распределение долей рынка

Магнит – лидирующая компания на растущем российском рынке продуктовой розницы

## Распределение долей рынка РФ





# Стратегия

Наша стратегическая цель  
Краткий обзор стратегии



# Наша стратегическая цель

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

Стратегия реализуется за счет существующих ключевых каналов взаимодействия с клиентом:



развиваем магазины «у дома» в качестве флагманского формата



разумно инвестируем в формат «М. Косметик»



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



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

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



магазины формата «дискаунтер»



магазины шаговой доступности (ultra-convenience)



E-com-сервисы, интегрированные в единое суперприложение

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



# Краткий обзор стратегии

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

## Основные направления

### Развитие ценностного предложения для клиентов

-  Адаптация ассортимента под локальные предпочтения клиентов
-  Постоянное развитие механик лояльности
-  Усиление вовлеченности покупателей за счет предложения дополнительных сервисов в магазине (например, выпечка, кофе с собой), развития механик персонализации на базе анализа больших данных (ИИ) в дополнение к привлекательным механикам лояльности
-  Расширение и дифференциация предложения СТМ
-  Улучшение позиционирования бренда, включая заботу, безопасность, устойчивое развитие и выгодное ценностное предложение
-  Добавление технологичных экосистемных сервисов для дальнейшего развития мультиканального клиентского опыта

### Повышение эффективности

-  Гибкая, надежная и масштабируемая облачная платформа на основе передовых ИТ-решений и аналитики данных
-  Открытие новых РЦ
-  Обновление парка транспортных средств
-  Кросс-функциональные E2E-инициативы с фокусом на повышение эффективности ключевых бизнес-процессов
-  Монетизация цифровой и офлайн-инфраструктуры
-  Инвестиции в автоматизацию и стандартизацию процессов
-  Выстраивание гибкой организационной структуры с четким разделением ответственности в сочетании с культурой предпринимательства и эффективным кросс-функциональным сотрудничеством

### Для адаптации к структурным вызовам особый фокус направлен на развитие ключевого актива Компании – наших сотрудников

- Гибкий и проактивный подход к привлечению персонала
- Увеличение инвестиций в сотрудников для развития ключевых компетенций и обеспечения непрерывности деятельности Компании
- Формирование долгосрочных планов развития и преемственности
- Постоянное улучшение условий труда линейного персонала

# Магнит сегодня

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





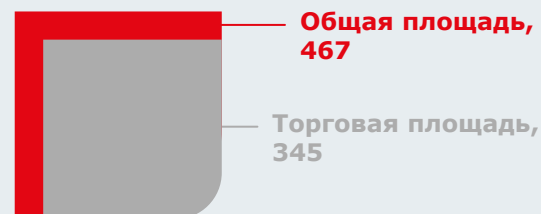
# Магазины у дома «Магнит»

01

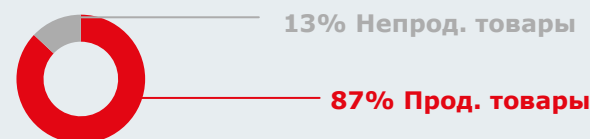
Современный магазин у дома с качественными сервисами, в котором ежедневные покупки становятся простыми и выгодными по честным ценам



## Площадь магазина, кв. м



## Структура продаж



## Ассортимент, SKU



>5,5 тыс.

## Миссии

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



## Расположение

Жилые и деловые районы, торговые центры



Доля в чистой розничной выручке

68%

В 1 полугодии 2026 г.



# Магазины у дома «Магнит»

02

## Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

**7 586** **3,2%**  
Рост год к году



Средний чек  
(без НДС) 1П 2026 г., руб.

**474** **5,7%**

Количество покупателей  
1П 2026 г., млн

**2 696** **5,1%**

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

**334**

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

LFL 1П 2026 г.

Рост среднего чека

**6,6%**

Рост трафика

**0,3%**

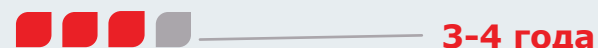
Рост выручки

**7,0%**

## Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда



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

Новый магазин



**48**

Редизайн



**38**

Выход на зрелый уровень продаж

**12 месяцев**

По состоянию на 30.06.2026 г.

Операционные показатели включают результаты магазинов у дома и прочих малых форматов, в том числе мягких дискаунтеров «Моя цена», жестких дискаунтеров «Первый выбор», магазинов «М Сити», «Магнит Go» и «Магнит у дома плюс».



# Супермаркеты «Магнит»

01

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



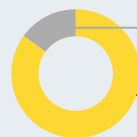
## Площадь магазина, кв. м



Общая  
площадь, 4 543

Торговая  
площадь, 2 078

## Структура продаж



15% Непрод. товары

85% Прод. товары

## Ассортимент, SKU



# 14-24 тыс.

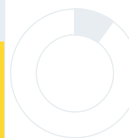
## Описание

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



## Расположение

Жилые и деловые районы,  
торговые центры,  
транспортные магистрали



Доля в чистой  
розничной выручке

# 7%

В 1 полугодии 2026 г.



# Супермаркеты «Магнит»

02

## Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

904 -1,0%  
Рост год к году



44% аренда  
56% собственность

Средний чек  
(без НДС) 1П 2026 г., руб.

904 4,3%

Количество покупателей  
1П 2026 г., млн

153 -1,2%

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

309

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

LFL 1П 2026 г.

Рост среднего чека

5,1%

Рост трафика

0,2%

Рост выручки

5,3%



По состоянию на 30.06.2026 г.  
Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты «Магнит Семейный» и суперсторы «Магнит Экстра».  
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.



# Дрогери

01

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



Площадь магазина, кв. м



Общая площадь,  
286

Торговая площадь,  
228

Структура продаж



100% непрод. товары

Ассортимент, SKU



>8,5 тыс.

## Миссии



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



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



## Расположение

Жилые районы, торговые центры, улицы с большим трафиком



Доля в чистой розничной  
выручке

6%

В 1 полугодии 2026 г.

# Дрогери

02

## Ключевые операционные показатели<sup>1</sup>

Торговая площадь, тыс. кв. м



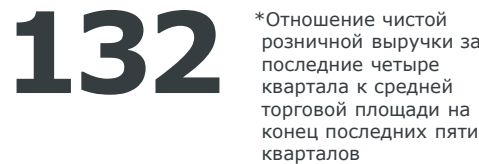
Средний чек  
(без НДС) 1П 2026 г., руб.



Количество покупателей  
1П 2026 г., млн



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



LFL 1П 2026 г.

Рост среднего чека



Рост трафика

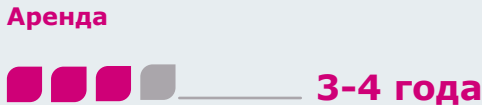


Рост выручки



## Открытие магазина

Срок окупаемости



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



Выход на зрелый уровень продаж



По состоянию на 30.06.2026 г.  
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/ или процентного изменения обусловлены округлением.  
1. Данные включают 109 магазинов дрoгери в Узбекистане.



# Магазины у дома «Дикси»

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



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



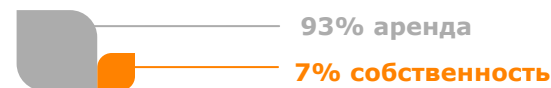
Среднее количество SKU

 **>6 тыс.**

## Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

**910** 11,6%  
Рост год к году



Средний чек  
(без НДС) 1П 2026 г., руб.

**524** 4.3%

Количество покупателей  
1П 2026 г., млн

**397** 9.0%

Описание

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



Расположение

Жилые и деловые районы, торговые центры

Доля в чистой розничной выручке

**11%**

В 1 полугодии 2026 г.

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



# Магазины «Самбери»

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



Общее количество  
магазинов

**418** +22  
магазина в  
1П 2026 г. (net)

Общая торговая  
площадь, тыс. кв. м

**249**

Средний чек  
(без НДС) 1П 2026 г., руб.

**784**

Среднее количество  
SKU

**6-37** тыс.



# Магазины «Азбука вкуса»

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



Общее количество  
магазинов

176<sup>1</sup>

Общая торговая  
площадь, тыс. кв. м

106

Средний чек  
(без НДС) 1П 2026 г., руб.

1 598

Ассортимент, SKU



>25 тыс.

## Миссии

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



## Расположение

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



Доля в чистой  
розничной выручке

3%



# «Магнит Аптека»

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

## Ключевые операционные показатели



### Расположение

Рядом с продовольственными магазинами и магазинами-дрогери



Среднее количество SKU

**4 тыс.**

Количество магазинов

**1 182**

Торговая площадь, тыс. кв. м

**38,3**

**2,6 тыс. кв. м**  
Прирост торговой площади

Средний чек  
(с НДС) 1П 2026 г., руб.

**763**

Количество чеков  
1П 2026 г., млн

**20,8**

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

**715**

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

LFL 1П 2026 г.

Рост среднего чека

**12,5%**

Рост трафика

**2,9%**

Рост выручки

**15,8%**



# «Первый выбор» (В1)

## Жесткие дискаунтеры

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



Средняя торговая  
площадь, тыс. кв. м

**304**

Рост LFL-выручки

**+34,2%**

Низкий CAPEX  
на открытие  
магазина

Lean-процессы<sup>1</sup>,  
высокая  
эффективность  
операций

Ассортимент, SKU



**1 300**

### Миссии

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



### Расположение

Локации с плотным количеством домохозяйств или места торговли в небольших городах

В 1 полугодии 2026 г.

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



# «Заряд от Магнита»

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



Общее количество  
магазинов

46

Средняя торговая  
площадь, тыс. кв. м

104

Ассортимент, SKU



1,8-2,2 тыс.

## Миссии

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



## Расположение

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



# Развитие электронной коммерции во всех миссиях

## Миссии

Экспресс



Впрок



E-Pharma

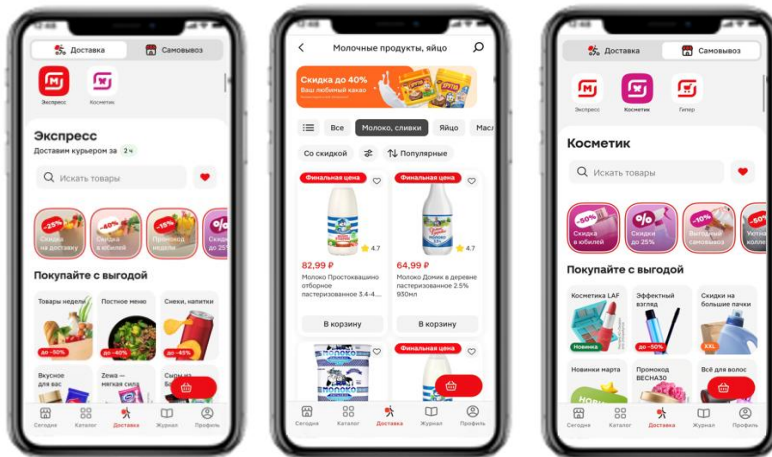


Магнит Маркет



## Собственный сервис

- Доставка «Магнита»
- Возможность самовывоза



Сервис «Магнит Доставка» интегрирован в основное мобильное приложение

- Раздел «Доставка» добавлен в основное приложение Магнита
- Внедрена быстрая и простая навигация с прокруткой ленты и вкладкам
- Запущена опция самовывоза

## Партнеры

Яндекс Еда

Деливери

купер



**132,2**  
млрд руб.

GMV<sup>1</sup> за 1П 2026 г.



**438 647**

среднее кол-во заказов  
в день в 1П 2026 г.



**1 665** руб.

средний чек с НДС по  
всем онлайн-сервисам



**30 413**

магазинов подключено,  
с учетом аптек

По состоянию на 30.06.2026 г.

1. GMV - Gross Merchandise Value – общий торговый онлайн-оборот; это совокупный оборот по конечной стоимости для покупателей на онлайн-площадках, включая «Магнит Маркет», «Дикси», «Самбери» и «Азбука вкуса», до вычета промокодов и налогов (НДС), включая собственный и комиссионный товар, подарочные сертификаты за вычетом скидок, возвратов и отмен. GMV не включает услуги поставщиков и продавцов товаров (фотопечать, центр подготовки товаров, реклама и др.)



# «Магнит Доставка»

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



## +77%

рост количества заказов «Магнит Доставки» год к году<sup>1</sup>



## x2

рост количества заказов через собственное мобильное приложение год к году во 2 квартале 2026 г.



## +73%

рост GMV «Магнит Доставки» за 1П 2026 г.



## 32 минуты

среднее время экспресс-доставки по всей стране



## 28 686

магазинов подключено к сервису доставки на конец 1П 2026 г.



## 3,6 тыс

населенных пунктов в 68 регионах



## 136,5 тыс SKU

доступно во всех сервисах «Магнит Доставка»



## 84%

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

По состоянию на 30.06.2026 г.; в 1П 2026 г.

1. 70 млн заказов в 1П 2026 г.



# Частная марка и собственное производство как основные отличительные особенности

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

## Собственное производство

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

### 7 сельскохозяйственных комплексов



Огурцы, томаты, зелень



Картофель, лук, свекла, морковь



Грибы



Яблоки, голубика

### 13 производственных предприятий



Кондитерские изделия



Крупы, макаронные изделия



Уксус, сиропы



Кофе



Еда быстрого приготовления



Специи, семечки, орехи



Замороженная рыба



Замороженные полуфабрикаты

## Частная марка

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

### Наиболее быстрорастущие бренды



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

**4 869** SKU в портфеле СТМ/Дифференциатора

**952** новинки СТМ в 2025 г.



# Развитие собственного производства в 2025 году

 Начали поставки в магазины зелени и органических овощей собственного производства

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

 Провели масштабное расширение ассортимента замороженных хлебобулочных изделий на базе собственных производств

 Первыми среди ретейлеров в России запустили собственное производство трехмерного мармелада

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

 Запустили направление контрактного производства - выпуск продуктов питания по заказам поставщиков

 Запустили масштабную программу автоматизации своих производственных предприятий

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

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

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

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





# Поставщики

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

**>5,2 тыс.**

поставщиков,  
из них

**3,1 тыс.**

локальных

**>800**

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

**21 тыс.**

действующих и  
потенциальных  
партнеров  
зарегистрированы в  
системе SRM 2.0





# Сотрудничество с фермерскими хозяйствами

Компания активно работает с фермерами, производящими уникальные продукты высокого качества

**162**

партнерских  
фермерских хозяйства

**2,5** млрд руб.

товарооборот  
фермерской продукции  
в розничной сети

**>1 тыс.**

наименований  
фермерской продукции  
в ассортименте сети

**550 тонн**

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





# Цепочки поставок

## Уровень централизации 1П 2026 г.



**92%** Доставка  
через РЦ

**8%** Доставка  
поставщиками

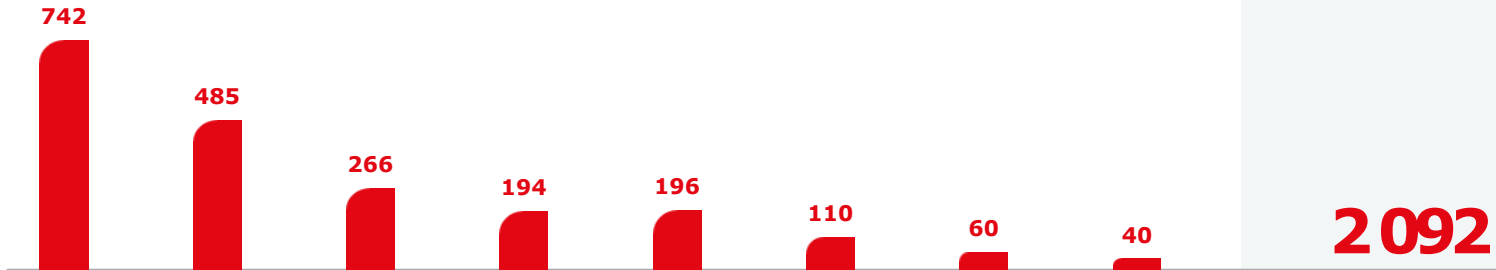
- 1** Охват всей страны  
Федеральные, региональные  
и импортные поставки
- 2** Наличие собственных  
АТП, а также транспорта  
на аутсорсинге  
обеспечивает высокий  
уровень сервиса и контроля
- 3** Эффективная структура  
собственности обеспечивает  
высокую надежность и  
контроль затрат



РЦ\*



Складская  
площадь,  
тыс. кв. м\*



Количество  
магазинов\*\*



  
грузовиков

8 558

По состоянию на 30.06.2026 г.

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

\*\*Включая 154 жестких дискаунтера, обслуживаемых РЦ, который работает по 3PL-модели и не учитывается в общем количестве РЦ.  
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.



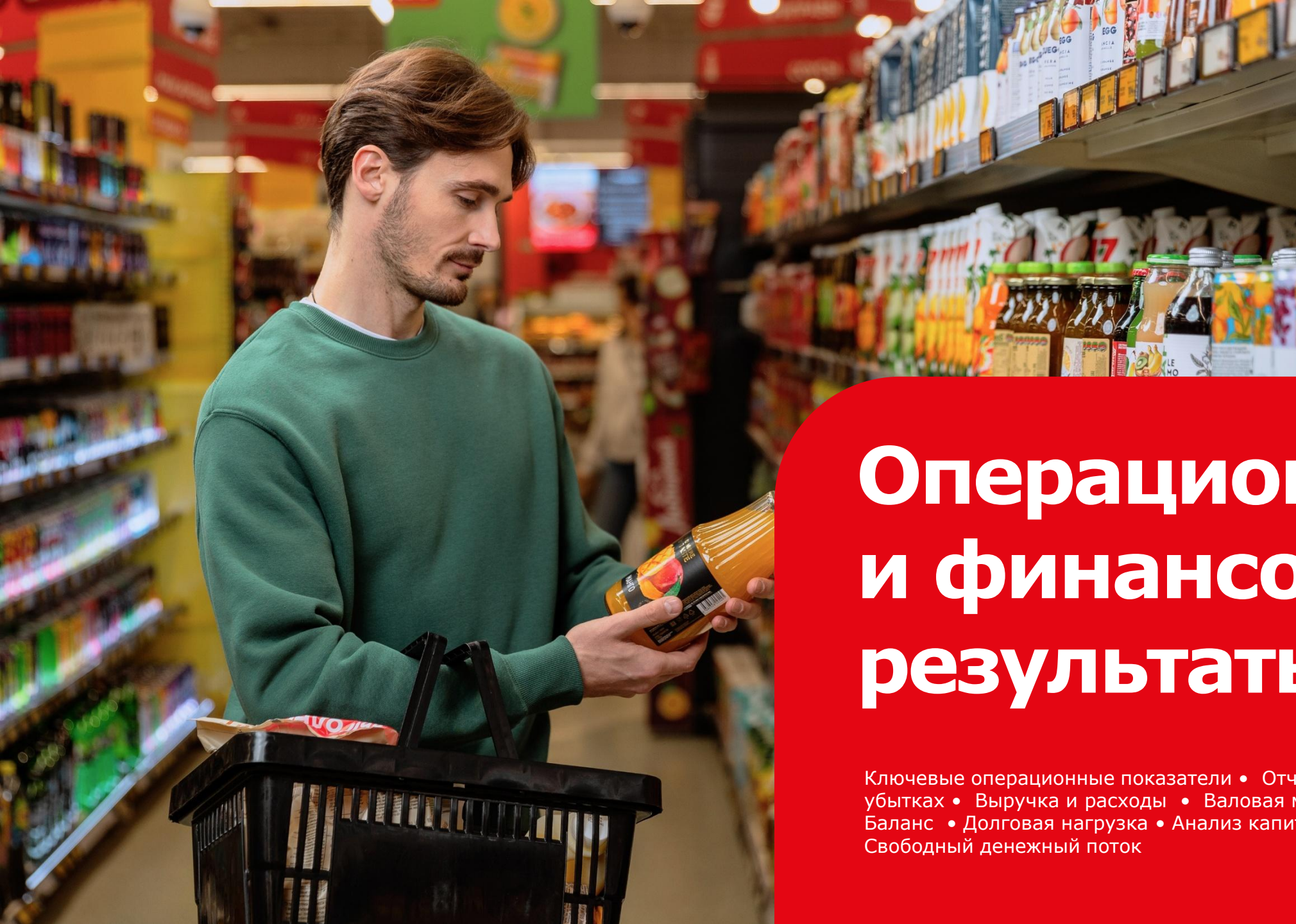
# Персонал



## 388 тыс.

сотрудников





# Операционные и финансовые результаты

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

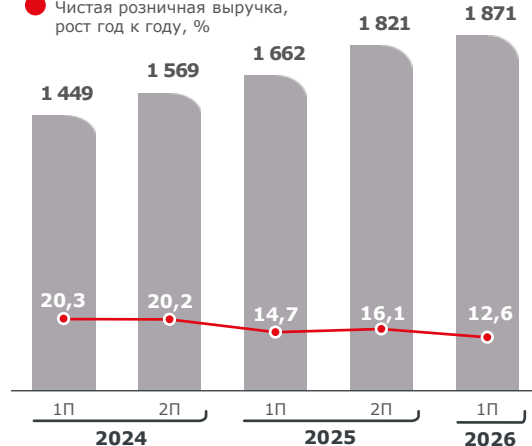


# Ключевые операционные показатели

[Назад к исходному слайду →](#)

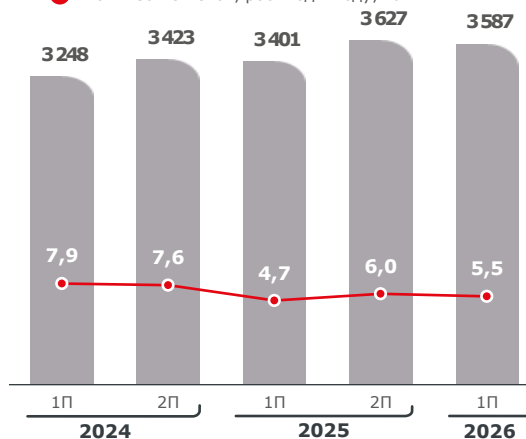
## 1 Чистая розничная выручка, млрд руб.

● Чистая розничная выручка, рост год к году, %



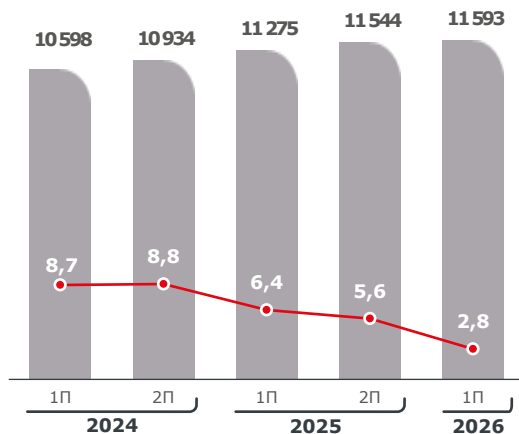
## 2 Количество покупателей, млн

● Количество чеков, рост год к году, %



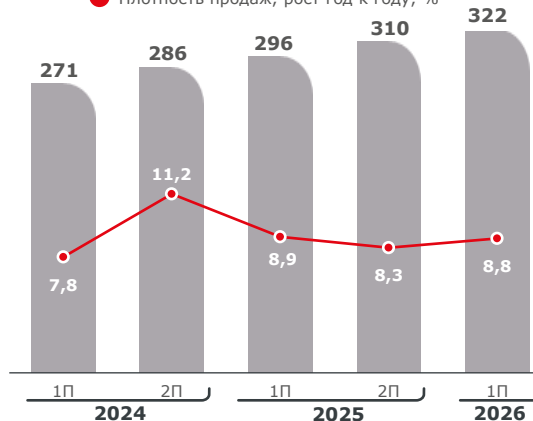
## 3 Торговая площадь, тыс. кв. м

● Торговая площадь, рост год к году, %

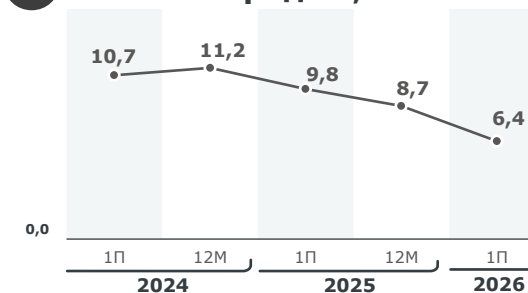


## 4 LTM - Плотность продаж\*, тыс. руб./кв.м/год

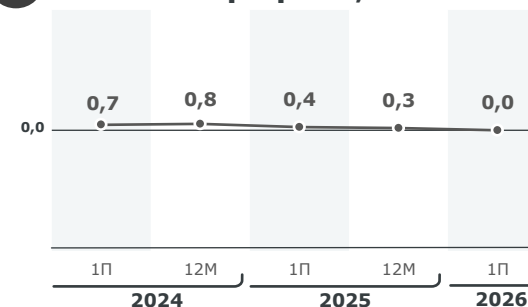
● Плотность продаж, рост год к году, %



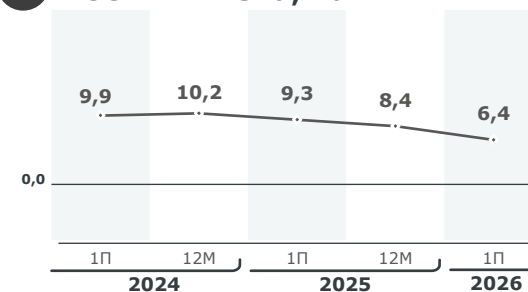
## A Рост LFL продаж, %



## B Рост LFL трафика, %



## C Рост LFL чека, %



\* Отношение чистой розничной выручки за последние четыре квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов. Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением. На 30.06.2024 торговая площадь и количество магазинов представлены с учетом «Самбери» по сравнению с результатами 2024 года.



# Отчет о прибылях и убытках

| млн руб.                                       | До применения МСФО 16 |                  |                 | МСФО 16          |                  |                 |
|------------------------------------------------|-----------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
|                                                | 1П 2026               | 1П 2025          | Рост год-к-году | 1П 2026          | 1П 2025          | Рост год-к-году |
| <b>Чистая выручка</b>                          | <b>1 887 188</b>      | <b>1 673 224</b> | <b>12,8%</b>    | <b>1 887 188</b> | <b>1 673 224</b> | <b>12,8%</b>    |
| Себестоимость реализации                       | -1 450 145            | -1 301 994       | 11,4%           | -1 447 305       | -1 300 499       | 11,3%           |
| <b>Валовая прибыль</b>                         | <b>437 043</b>        | <b>371 229</b>   | <b>17,7%</b>    | <b>439 883</b>   | <b>372 725</b>   | <b>18,0%</b>    |
| Валовая маржа, %                               | 23,2%                 | 22,2%            | 97 б. п.        | 23,3%            | 22,3%            | 103 б. п.       |
| SG&A <sup>1</sup>                              | -369 379              | -307 041         | 20,3%           | -297 290         | -244 633         | 21,5%           |
| Прочие доходы, нетто                           | 24 745                | 18 537           | 33,5%           | 25 684           | 20 171           | 27,3%           |
| Доходы от аренды, субаренды                    | 3 577                 | 2 902            | 23,3%           | 3 481            | 2 812            | 23,8%           |
| <b>EBITDA</b>                                  | <b>95 987</b>         | <b>85 628</b>    | <b>12,1%</b>    | <b>171 758</b>   | <b>151 075</b>   | <b>13,7%</b>    |
| EBITDA маржа, %                                | 5,1%                  | 5,1%             | -3 б. п.        | 9,1%             | 9,0%             | 7 б. п.         |
| Амортизация и обесценение ОС, НМА, прав аренды | -47 635               | -42 411          | 12,3%           | -87 310          | -78 037          | 11,9%           |
| <b>EBIT</b>                                    | <b>48 352</b>         | <b>43 217</b>    | <b>11,9%</b>    | <b>84 448</b>    | <b>73 037</b>    | <b>15,6%</b>    |
| Прибыль/убыток по курсовым разницам            | 550                   | -3 588           | -115,3%         | 549              | -3 630           | -115,1%         |
| Чистые финансовые расходы                      | -48 086               | -29 080          | 65,4%           | -94 421          | -67 561          | 39,8%           |
| Прибыль/убыток до налогообложения              | 815                   | 10 549           | -92,3%          | -9 424           | 1 846            | -610,5%         |
| <b>Чистая прибыль/убыток</b>                   | <b>-1 877</b>         | <b>6 544</b>     | <b>-128,7%</b>  | <b>-9 546</b>    | <b>154</b>       | <b>n/a</b>      |
| <i>Приходящаяся на:</i>                        |                       |                  |                 |                  |                  |                 |
| Акционеров материнской компании                | -1 930                | 6 630            | -129,1%         | -9 319           | 613              | n/a             |
| Неконтролирующие доли участия                  | 53                    | -87              | -161,6%         | -227             | -458             | -50,5%          |

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

Здесь и далее, согласно правилам МСФО, показатели «Азбуки вкуса» консолидированы в финансовые результаты Компании с 20 мая 2025 г.

<sup>1</sup> Не включает амортизацию и обесценение ОС и НМА и прав аренды

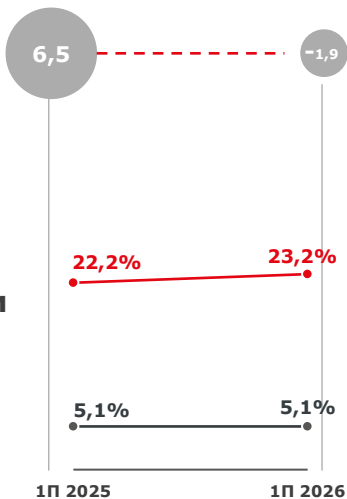
Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности; МСФО 16 — в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации.

# Выручка и расходы

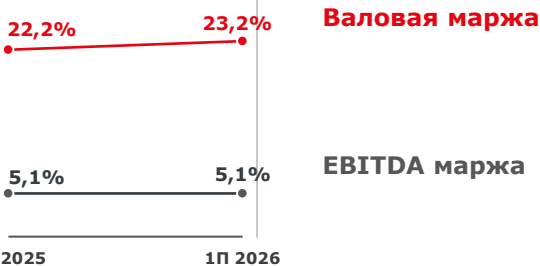
Динамика  
выручки,  
млрд руб.



Динамика  
чистой  
прибыли/  
убытка,  
млрд руб.



Динамика  
рентабельности



Структура расходов



Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.  
Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности, 1П 2026 г.

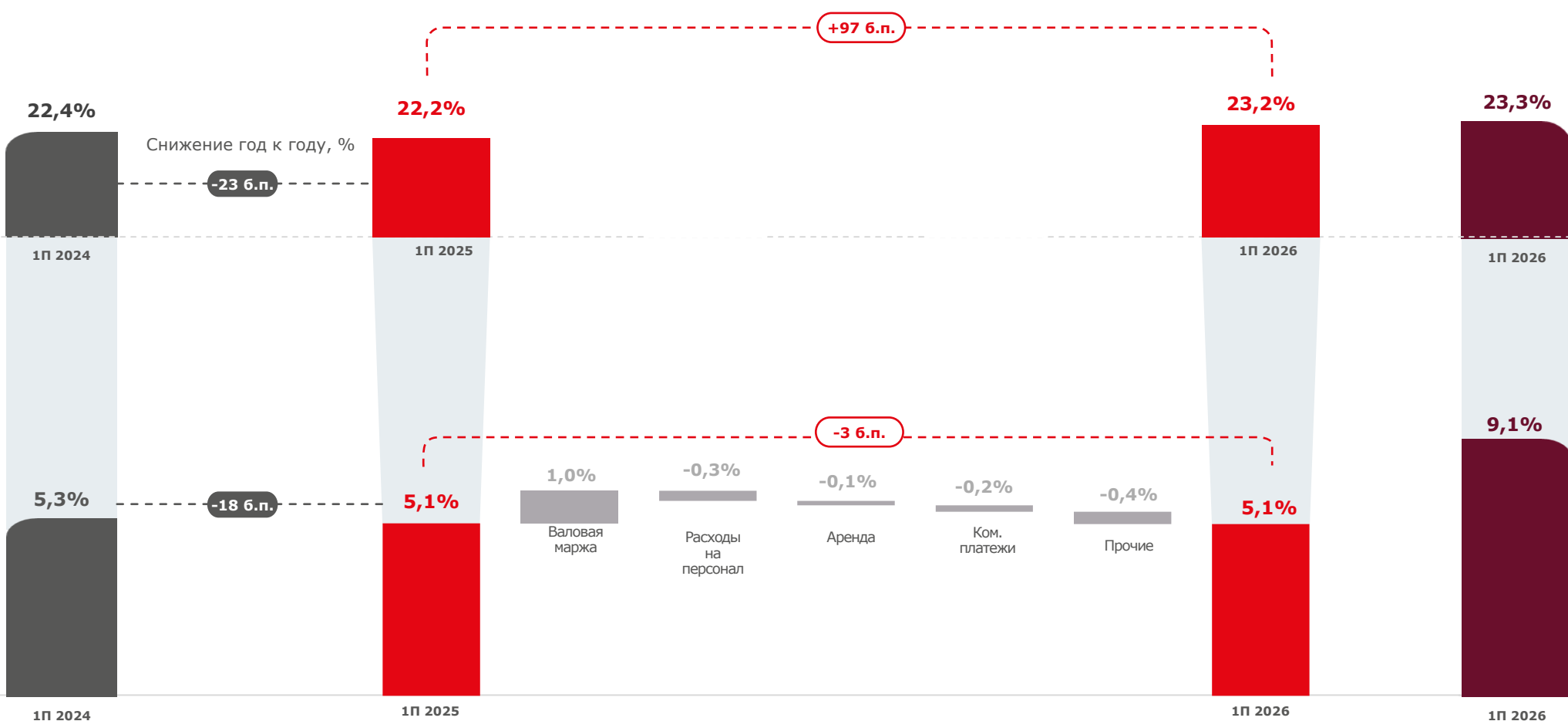


# Валовая маржа и EBITDA

До применения МСФО 16

МСФО 16

**Мост  
валовой  
маржи,  
% от выручки**



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

Источник: до применения МСФО 16 — в соответствии с данными управленческой отчетности, МСФО 16 — в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации.



# Баланс

млн руб.

| АКТИВЫ                                      | 30.06.2026 | 31.12.2025 |
|---------------------------------------------|------------|------------|
| Основные средства                           | 517 515    | 533 619    |
| Активы в форме права пользования            | 530 206    | 518 965    |
| Гудвил                                      | 109 406    | 109 406    |
| Прочие внеоборотные активы                  | 73 371     | 63 051     |
| Денежные средства и их эквиваленты          | 404 092    | 244 500    |
| Запасы                                      | 328 510    | 314 213    |
| Торговая и прочая дебиторская задолженность | 31 546     | 22 918     |
| Авансы выданные                             | 127 052    | 121 327    |
| Налоги к возмещению                         | 2 294      | 5 016      |
| Краткосрочные финансовые активы             | 4 896      | 14 627     |
| Краткосрочные чистые инвестиции в субаренду | 169        | 149        |
| Прочие оборотные активы                     | 1 817      | 2 756      |
| Авансы по налогу на прибыль                 | 445        | 878        |
| ИТОГО АКТИВЫ                                | 2 131 319  | 1 951 425  |

| КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА                                  | 30.06.2026 | 31.12.2025 |
|----------------------------------------------------------|------------|------------|
| Капитал, приходящийся на акционеров материнской компании | 132 949    | 142 447    |
| Неконтролирующие доли участия                            | 6 275      | 7 355      |
| Долгосрочные кредиты и займы                             | 658 865    | 467 781    |
| Долгосрочные обязательства по аренде                     | 553 795    | 536 245    |
| Прочие долгосрочные обязательства                        | 37 165     | 34 714     |
| Торговая и прочая кредиторская задолженность             | 362 263    | 376 005    |
| Краткосрочные кредиты и займы                            | 263 252    | 277 886    |
| Краткосрочные обязательства по аренде                    | 66 775     | 63 903     |
| Дивиденды к выплате                                      | 2 922      | 2 922      |
| Прочие краткосрочные обязательства                       | 47 057     | 42 167     |
| ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА                            | 2 131 319  | 1 951 425  |

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

# Долговая нагрузка

**Низкий валютный риск**  
Отсутствие долга в иностранной валюте

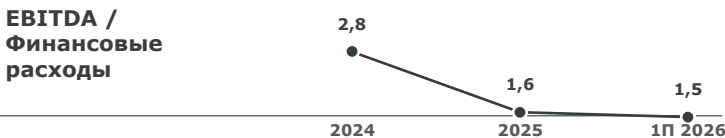
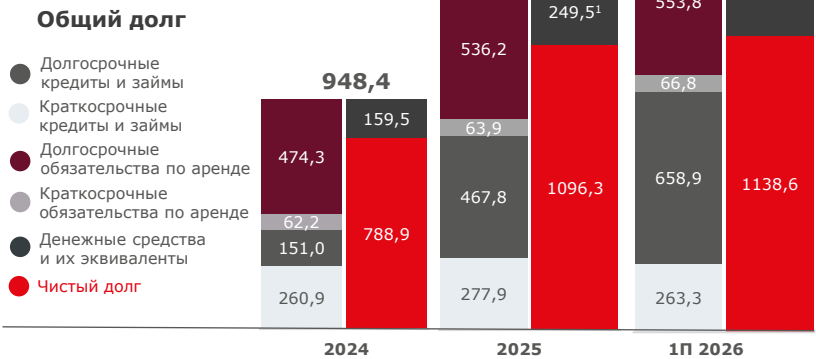
26,7% долга с фиксированной ставкой  
и 73,3% с переменной ставкой

**Средний срок погашения долга**  
16 месяцев

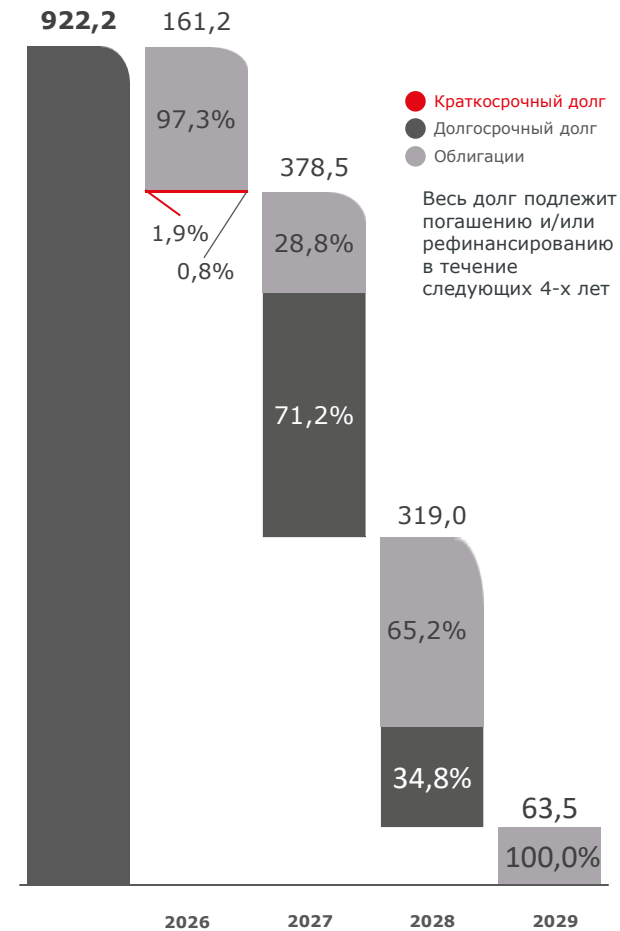
**Средневзвешенная стоимость долга**  
16,0% на 30.06.2026 г.

**Низкая долговая нагрузка**  
Соотношение чистый долг /  
LTM EBITDA – 3,5x

**Динамика уровня долга,**  
млрд руб.



**Кредитный портфель<sup>2</sup>, млрд руб.**



По состоянию на 30.06.2026 г.  
Источник: МСФО 16 — в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации  
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.  
1. При расчете показателя были учтены суммы депозитов, отраженных в составе финансовых активов. Средства, размещенные на данных депозитах, являются высоколиквидными и могут быть изъяты в любой момент без потери стоимости (без штрафов за изъятие)  
2. Тип долга зависит от срока погашения займа. Займы, срок погашений которых превышает 365 дней, относятся к долгосрочным.



# Анализ капитальных затрат

1П 2026  
млн руб.

**36 803**

Итого

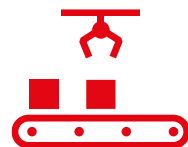
1П 2025  
млн руб.

**68 314**



Незавершенное  
строительство и  
здания

11 703  
31,8%



Машины и  
оборудование

15 081  
41,0%



Прочие  
активы

10 016  
27,2%

3  
0,0%  
Земля

20 204  
29,6%

38 162  
55,9%

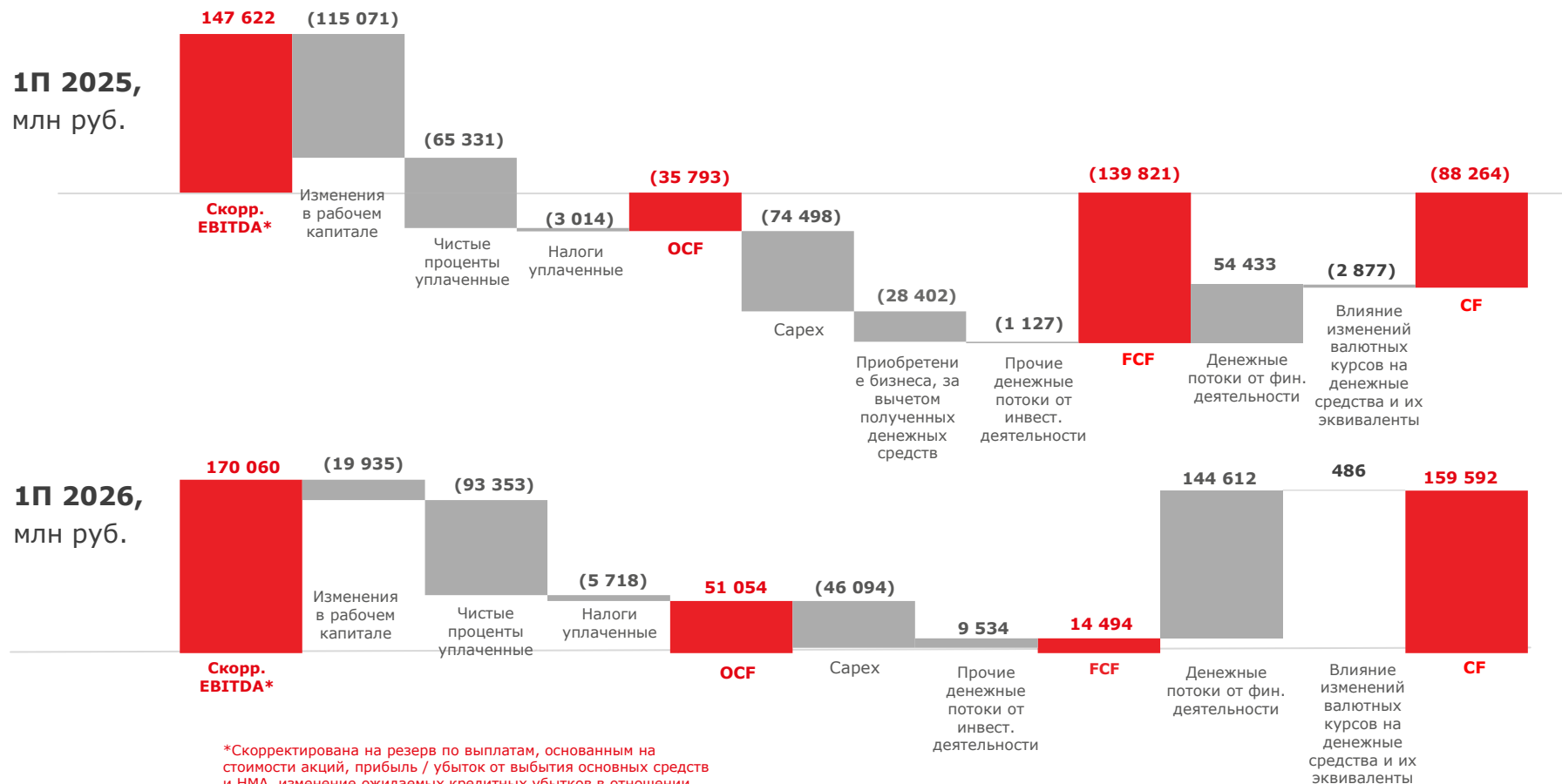
9 948  
14,6%

2  
0,0%  
Земля

Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением  
По состоянию на 30.06.2026 г.

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

# Свободный денежный поток



\*Скорректирована на резерв по выплатам, основанным на стоимости акций, прибыль / убыток от выбытия основных средств и НМА, изменение ожидаемых кредитных убытков в отношении дебиторской задолженности и финансовых активов, обесценение и списание авансов выданных, доходы от государственных субсидий, расходы в отношении запасов, отраженных по чистой возможной цене продажи, доход от списания кредиторской задолженности, доходы от прекращения аренды

## Анализ рабочего капитала

# 33 ДНЯ

### Средний срок расчета с поставщиками

# 40 дней

## Оборачиваемость запасов

По состоянию на 30.06.2026 г.

Источник: МСФО 16 – в соответствии с результатами промежуточной финансовой информации

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

# Приложение

Российская макросреда  
Операционные результаты

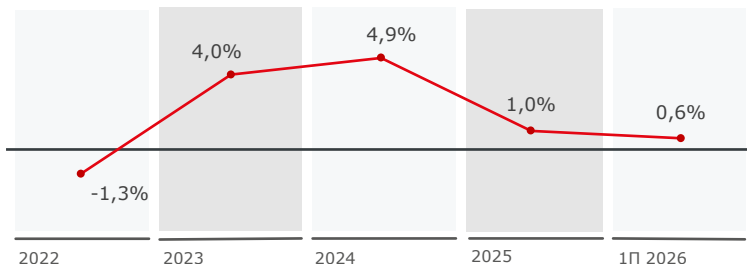




# Российская макросреда

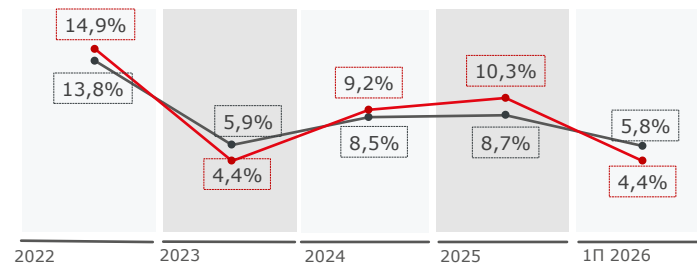
- 1** Рост ВВП в реальном выражении в 1П 2026 г. по предварительной оценке замедлился год к году до 0,6%

● Изменение ВВП в реальном выражении год к году, %



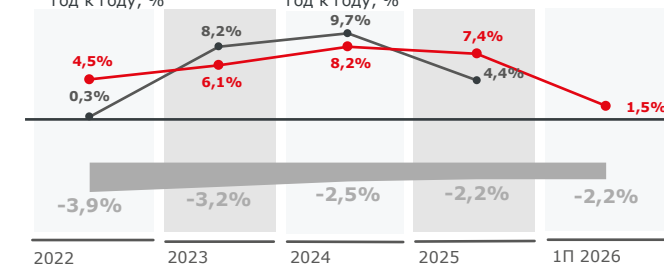
- 2** Инфляция в 1П 2026 г. замедлилась год к году

● ИПЦ год к году, %  
● ИПЦ на продов. товары год к году, %



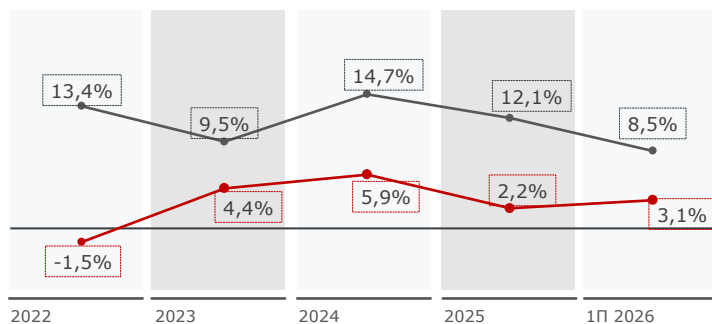
- 3** Реальные располагаемые доходы населения в 1П 2026 г. выросли год к году. Уровень безработицы в 1П 2026 г. остался на уровне 2,2%

● Изменение заработной платы год к году, %  
● Изменение реальных располагаемых доходов год к году, %  
● Уровень безработицы



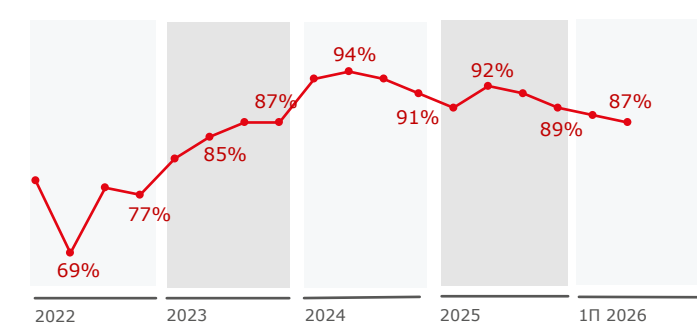
- 4** Рост продовольственной торговли в реальном выражении в 1П 2026 году ускорился год к году. Сильные игроки наращивают долю рынка

● Реальное изменение год к году, %  
● Номинальное изменение год к году, %



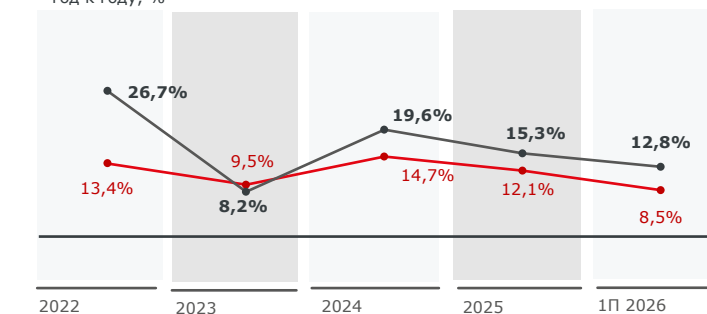
- 5** Потребительская уверенность в 1П 2026 г. снизилась год к году

● Индекс потребительской уверенности



- 6** Наблюдается замедление роста продовольственной розницы в номинальном выражении в 1П 2026 г. Магнит показывает двузначные темпы роста выручки

● Изменение оборота продовольственной торговли в номинальном выражении год к году, %  
● Изменение выручки Магнита год к году, %





# Операционные результаты

| млрд руб.                    | 2023    | 1П 2024 | 2024    | 1П 2025 | 2025    | 1П 2026 |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ОБЩАЯ ВЫРУЧКА                | 2 544,7 | 1 460,1 | 3 043,4 | 1 673,2 | 3 509,2 | 1 887,2 |
| рост год к году, %           | 8,2%    | 18,8%   | 19,6%   | 14,6%   | 15,3%   | 12,8%   |
| ЧИСТАЯ РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА     | 2 509,3 | 1 448,5 | 3 017,9 | 1 661,8 | 3 483,0 | 1 871,1 |
| рост год к году, %           | 9,1%    | 20,3%   | 20,3%   | 14,7%   | 15,4%   | 12,6%   |
| Магазины у дома «Магнит»     | 1 757,8 | 995,7   | 2 076,6 | 1 148,9 | 2 380,3 | 1 277,1 |
| Магазины у дома «ДИКСИ»      | 283,6   | 158,1   | 326,3   | 182,9   | 376,7   | 208,0   |
| Супермаркеты                 | 252,8   | 127,9   | 266,6   | 134,6   | 276,8   | 138,7   |
| Дрогери                      | 200,7   | 108,9   | 226,9   | 115,6   | 239,9   | 116,5   |
| «Азбука вкуса»               |         |         |         | 11,5    | 65,8    | 54,1    |
| Количество магазинов         | 29 165  | 30 431  | 31 482  | 32 589  | 33 440  | 33 652  |
| Магазины у дома «Магнит»     | 18 701  | 19 423  | 20 268  | 21 113  | 21 774  | 21 987  |
| Магазины у дома «ДИКСИ»      | 2 235   | 2 274   | 2 363   | 2 486   | 2 668   | 2 751   |
| Супермаркеты                 | 489     | 481     | 456     | 441     | 439     | 435     |
| Дрогери                      | 7 740   | 7 931   | 8 050   | 8 014   | 7 987   | 7 885   |
| «Азбука вкуса»               |         |         |         | 174     | 176     | 176     |
| Торговая площадь, тыс. кв. м | 10 053  | 10 598  | 10 934  | 11 275  | 11 544  | 11 593  |
| Магазины у дома «Магнит»     | 6 527   | 6 807   | 7 113   | 7 351   | 7 553   | 7 586   |
| Магазины у дома «ДИКСИ»      | 739     | 756     | 785     | 815     | 876     | 910     |
| Супермаркеты                 | 983     | 969     | 938     | 913     | 909     | 904     |
| Дрогери                      | 1 773   | 1 811   | 1 834   | 1 827   | 1 822   | 1 801   |
| «Азбука вкуса»               |         |         |         | 104     | 104     | 106     |

По состоянию на 30.06.2026 г.  
На 30.06.2024 торговая площадь и количество магазинов представлены с учетом «Самбери» по сравнению с результатами 2024 года.  
Магазины «Азбука вкуса» включают пять дарксторов



# Операционные результаты

|                          | 2023        | 1П 2024      | 2024         | 1П 2025     | 2025        | 1П 2026     |
|--------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Рост LFL выручки</b>  | <b>5,5%</b> | <b>10,7%</b> | <b>11,2%</b> | <b>9,8%</b> | <b>8,7%</b> | <b>6,4%</b> |
| Магазины у дома «Магнит» | 6,5%        | 11,4%        | 11,7%        | 9,8%        | 8,9%        | 7,0%        |
| Магазины у дома «ДИКСИ»  | 2,3%        | 11,7%        | 12,4%        | 11,5%       | 9,8%        | 5,8%        |
| Супермаркеты             | 5,7%        | 4,8%         | 6,5%         | 10,0%       | 7,6%        | 5,3%        |
| Дрогери                  | 0,4%        | 10,2%        | 10,0%        | 5,6%        | 5,1%        | 2,1%        |
| «Азбука вкуса»           |             |              |              |             |             | 6,5%        |
| <b>Рост LFL трафика</b>  | <b>0,6%</b> | <b>0,7%</b>  | <b>0,8%</b>  | <b>0,4%</b> | <b>0,3%</b> | <b>0,0%</b> |
| Магазины у дома «Магнит» | 1,6%        | 0,9%         | 0,8%         | 0,6%        | 0,5%        | 0,3%        |
| Магазины у дома «ДИКСИ»  | -2,9%       | 1,5%         | 2,4%         | 1,5%        | 0,7%        | 0,4%        |
| Супермаркеты             | 0,5%        | -3,5%        | -1,9%        | 0,3%        | -0,5%       | 0,2%        |
| Дрогери                  | -4,3%       | 1,1%         | 0,2%         | -3,9%       | -3,8%       | -5,1%       |
| «Азбука вкуса»           |             |              |              |             |             | 4,4%        |
| <b>Рост LFL чека</b>     | <b>4,8%</b> | <b>9,9%</b>  | <b>10,2%</b> | <b>9,3%</b> | <b>8,4%</b> | <b>6,4%</b> |
| Магазины у дома «Магнит» | 4,8%        | 10,4%        | 10,7%        | 9,2%        | 8,4%        | 6,6%        |
| Магазины у дома «ДИКСИ»  | 5,4%        | 10,0%        | 9,7%         | 9,9%        | 9,0%        | 5,4%        |
| Супермаркеты             | 5,2%        | 8,5%         | 8,5%         | 9,7%        | 8,1%        | 5,1%        |
| Дрогери                  | 4,9%        | 9,0%         | 9,7%         | 9,8%        | 9,2%        | 7,6%        |
| «Азбука вкуса»           |             |              |              |             |             | 2,0%        |



# Контактная информация

## Департамент по связям с инвесторами



[magnitIR@magnit.ru](mailto:magnitIR@magnit.ru)



[magnit.com](https://magnit.com)



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