

## **«МАГНИТ» ОБЪЯВЛЯЕТ О РОСТЕ ВЫРУЧКИ НА 15,3% В 2025 ГОДУ И НА 13,1% В 1 КВАРТАЛЕ 2026 ГОДА**

**Краснодар, 30 апреля 2026 г.:** ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания», «Магнит», «Группа»; MOEX: MGNT), объявляет операционные и финансовые результаты деятельности за 2025 год.

**Генеральный директор группы компаний «Магнит» Евгений Случевский прокомментировал:**

«В 2025 г. «Магнит» действовал в условиях большого количества внешних вызовов и высокой скорости изменений. Несмотря на это, отчетный период стал очередным шагом в трансформации и развитии Компании: мы продолжали последовательно укреплять форматные бизнес-процессы, развивать торговые активы, расширять доступность продуктов и сервисов, а также наращивать омниканальные возможности, которые делают покупки удобнее и быстрее.

В 2025 г. общая выручка Компании выросла на 15,3%, при этом рост показателя был обусловлен повышением плотности продаж и продолжал опережать рост торговой площади. Наши инициативы начали давать ощутимый результат, мы отчетливо наблюдаем, как качественные изменения поступательно переходят в количественные. **На протяжении двух последних кварталов подряд группа устойчиво растет быстрее рынка – рост выручки в 4 квартале 2025 г. составил 15,9%, а в 1 квартале 2026 г. – 13,1% на фоне снижающейся инфляции. В апреле мы также демонстрируем отличные результаты – рост продаж в первой половине месяца достиг 14,8%.**

В 2025 г. онлайн-оборот показал практически двухкратный рост, восемь кварталов подряд объем заказов «Магнит Доставки» демонстрирует рост 80%+, этот тренд продолжается и в этом году. **Мы уже работаем с положительной EBITDA в наших онлайн-продажах и планируем сохранить такой результат на весь период текущего года. Также в положительную зону по EBITDA вышел наш формат дискаунтера B1, что позволяет нам по-новому посмотреть на перспективы расширения нашего присутствия в этом сегменте рынка. В отчетном периоде мы запустили направление рекламных технологий в бизнесе, которое уже вносит свой вклад в рост доходности Группы.**

Весной 2025 г. мы закрыли сделку по приобретению компаний Группы «Азбука вкуса» (далее по тексту – «Азбука вкуса») и к концу года завершили процесс ее интеграции в группу. **Мы выполнили свое главное обещание – сохранили идентичность «Азбуки вкуса», ее уникальное покупательское предложение.** При этом мы нашли возможности для оптимизации коммерческих условий от поставщиков, совместного использования ИТ и логистической инфраструктуры, улучшили условия фондирования и пр. В то же время, «Азбука вкуса» сохраняет высокий потенциал роста операционной эффективности и бизнеса.

Мы продолжили активно развивать и расширять сеть, наращивая доступность повседневных покупок в разных городах и регионах. **За отчетный период было открыто самое большое количество магазинов за последние пять лет – 2 521, реновацию прошло исторически рекордное количество торговых точек – 3 124.** Компания повысила требования к пороговой доходности новых торговых точек, что приводит к балансировке их количества и позитивно скажется на рентабельности в будущем.

На фоне активного развития и обновления сети ключевой задачей стала дальнейшая экспансия логистической инфраструктуры, включая открытие новых распределительных центров и обновление автопарка. Параллельно внедрялись инновации для повышения эффективности. На текущий момент работают два частично роботизированных распределительных центра.

Масштабная программа расширения торговой сети, реновации, инвестиций в логистическую и IT-инфраструктуру, собственное производство потребовали значительных инвестиций на фоне роста рыночных процентных ставок. **В отчетном году мы вложили в развитие бизнеса более 187 млрд рублей, а с 2024 г. программа инвестиций в общей сложности достигла почти 350 млрд рублей.** За двухлетний период нами был ликвидирован инфраструктурный долг, а также создан задел на будущее, благодаря чему не потребуется новых масштабных инвестиций в следующий период.

Ставки фондирования поступательно сокращаются, что подтверждается нашими недавними размещениями на долговом рынке. Как результат, рефинансирование долговых обязательств 2026 года уже практически полностью обеспечено имеющимися денежными ресурсами. Мы рассчитываем на поступательное снижение ключевой ставки ЦБ и будем выступать бенефициаром этого процесса».

## Ключевые операционные и финансовые<sup>1</sup> показатели за 2025 год

- Компания открыла (gross) самое большое количество магазинов за последние пять лет - **2 521**. Общее количество магазинов сети по состоянию на 31 декабря 2025 г. составило 33 440;
- Торговая площадь Компании увеличилась на **610 тыс. кв. м.** Общая торговая площадь составила 11 544 тыс. кв. м. (рост 5,6% год к году);
- Компания ускорила выполнение программы редизайна и обновила рекордное количество магазинов (**3 124**) (+23% год к году), включая 1 847 магазинов у дома «Магнит» и 418 магазинов у дома «Дикси», 838 «М.Косметик» и 21 магазин «Самбери»;
- Сопоставимые продажи (LFL)<sup>2</sup> увеличились на **8,7%** на фоне роста LFL среднего чека на 8,4% и роста LFL трафика на 0,3%;
- Общий онлайн-оборот товаров (GMV) с НДС<sup>3</sup> вырос на 84,2% год к году и составил 185,3 млрд руб.;
- Общая выручка выросла на 15,3% год к году до 3 509,2 млрд руб.;
- Чистая розничная выручка увеличилась на **15,4% год к году** и составила 3 483,0 млрд руб.;
- Валовая прибыль увеличилась на **14,6%** год к году до 784,1 млрд руб. Валовая рентабельность снизилась на **14 б. п. год к году до 22,3%** в результате роста потерь и увеличения интенсивности промо, частично компенсированных снижением логистических расходов;
- Показатель EBITDA снизился на 1,5% год к году до **169,3 млрд руб.** Рентабельность по EBITDA составила **4,8%** на фоне динамики валовой рентабельности и коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, частично компенсированной ростом прочих доходов и расходов;

# 15,4%

РОСТ ЧИСТОЙ РОЗНИЧНОЙ  
ВЫРУЧКИ

# 22,3%

ВАЛОВАЯ  
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

<sup>1</sup> До применения МСФО 16

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

<sup>3</sup> 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.).

## Ключевые события 2 полугодия 2025 г. и после отчетного периода

- «Магнит» стал самым любимым брендом россиян среди ритейлеров в рейтинге, подготовленном аналитическим центром НАФИ;
- «Магнит» разработал новый концепт магазинов «у дома» с фокусом на максимальное удобство покупок, готовую еду, популярные продуктовые категории и дополнительные сервисы. Дизайнерские решения в оформлении торговых точек разработаны Студией Артемия Лебедева;
- Открыты флагманский бьюти-стор «М.Кос» и дрогери «М.Косметик» в обновленном концепте, разработанном в рамках программы трансформации и ребрендинга сети;
- Количество подписчиков сервиса «Магнит Плюс Премиум» превысило 1 млн;
- «Магнит» запустил агрегатор фермерской продукции в Московской области;
- «Магнит» получил ESG-рейтинг А от RAEX и укрепил позиции в индексе РСПП в области устойчивого развития;
- Рейтинговое агентство АК&М присвоило рейтинг нефинансовой отчетности группы компаний «Магнит» на уровне – RESG 1, высший уровень раскрытия информации об устойчивом развитии в отчетах.

# 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 2025 год

### Розничная выручка

	2025	2024	Изменение	Изменение, %
<b>Общая чистая розничная выручка<sup>4</sup>, млн руб.</b>	<b>3 483 009</b>	<b>3 017 878</b>	<b>465 131</b>	<b>15,4%</b>
Магазины у дома «Магнит» <sup>5</sup>	2 380 343	2 076 600	303 742	14,6%
Магазины у дома «ДИКСИ»	376 653	326 334	50 320	15,4%
Супермаркеты <sup>6</sup>	276 829	266 564	10 264	3,9%
Дрогери <sup>7</sup>	239 887	226 934	12 953	5,7%
«Азбука вкуса» <sup>8</sup>	65 837	n/a	65 837	n/a
<b>Количество чеков, млн</b>	<b>7 028</b>	<b>6 671</b>	<b>357</b>	<b>5,3%</b>
Магазины у дома «Магнит»	5 285	4 997	288	5,8%
Магазины у дома «ДИКСИ»	751	707	44	6,2%
Супермаркеты	314	330	-16	-4,8%
Дрогери	442	455	-13	-2,8%
«Азбука вкуса»	43	n/a	n/a	n/a
<b>Средний чек, руб.<sup>9</sup></b>	<b>496</b>	<b>452</b>	<b>43</b>	<b>9,6%</b>
Магазины у дома «Магнит»	450	416	35	8,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»	502	462	40	8,7%
Супермаркеты	880	807	73	9,1%
Дрогери	543	499	44	8,8%
«Азбука вкуса»	1 540	n/a	n/a	n/a

### Результаты LFL

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

<sup>4</sup> Включая Магнит Косметик Онлайн, аптеки, магазины, расположенные в отделениях «Почты России», «Магнит Маркет» и «Самбери»

<sup>5</sup> Магазины у дома включают магазины у дома, магазины «М Сити», мягкие дискаунтеры «Моя цена» и жесткие дискаунтеры «Первый выбор»

<sup>6</sup> Супермаркеты включают супермаркеты «Магнит Семейный» и суперсторы «Магнит Экстра»

<sup>7</sup> В том числе 114 магазинов косметики, расположенные в Узбекистане

<sup>8</sup> Показатели «Азбуки вкуса» консолидированы в финансовые результаты Компании с 20 мая 2025 г.

<sup>9</sup> Без НДС

## Магазины и торговая площадь

	2025	2024	Изменение	Изменение, %
<b>Количество магазинов (на конец периода)</b>	<b>33 440</b>	<b>31 482</b>	<b>1 958</b>	<b>6,2%</b>
Магазины у дома «Магнит»	21 774	20 268	1 506	7,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»	2 668	2 363	305	12,9%
Супермаркеты	439	456	-17	-3,7%
Дрогери	7 987	8 050	-63	-0,8%
«Азбука вкуса»	176 <sup>10</sup>	n/a	n/a	n/a
<b>Количество открытых магазинов (Gross)</b>	<b>2 521</b>	<b>2 349</b>	<b>172</b>	<b>7,3%</b>
Магазины у дома «Магнит»	2 031	1 771	260	14,7%
Магазины у дома «ДИКСИ»	349	155	194	125,2%
Супермаркеты	0	0	0	n/a
Дрогери	72	376	-304	-80,9%
«Азбука вкуса»	4	n/a	n/a	n/a
<b>Количество закрытых магазинов</b>	<b>737</b>	<b>341</b>	<b>396</b>	<b>116,1%</b>
Магазины у дома «Магнит»	525	204	321	157,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»	44	27	17	63,0%
Супермаркеты	17	33	-16	-48,5%
Дрогери	135	66	69	104,5%
«Азбука вкуса»	2	n/a	n/a	n/a
<b>Количество открытых магазинов (Net)</b>	<b>1 784</b>	<b>2 008</b>	<b>-224</b>	<b>-11,2%</b>
Магазины у дома «Магнит»	1 506	1 567	-61	-3,9%
Магазины у дома «ДИКСИ»	305	128	177	138,3%
Супермаркеты	-17	-33	16	-48,5%
Дрогери	-63	310	-373	-120,3%
«Азбука вкуса»	2	n/a	n/a	n/a
<b>Общая торговая площадь (на конец периода), тыс. кв. м</b>	<b>11 544</b>	<b>10 934</b>	<b>610</b>	<b>5,6%</b>
Магазины у дома «Магнит»	7 553	7 113	440	6,2%
Магазины у дома «ДИКСИ»	876	785	91	11,6%
Супермаркеты	909	938	-29	-3,1%
Дрогери	1 822	1 834	-12	-0,6%
«Азбука вкуса»	104	n/a	n/a	n/a
<b>Прирост торговой площади (Net), тыс. кв. м</b>	<b>610</b>	<b>881</b>	<b>-271</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома «Магнит»	440	586	-146	n/a
Магазины у дома «ДИКСИ»	91	46	45	n/a
Супермаркеты	-29	-46	17	n/a
Дрогери	-12	61	-73	n/a
«Азбука вкуса»	104	n/a	n/a	n/a

<sup>10</sup> Включая пять дарксторов

## Операционные показатели

# 8,3%

РОСТ ПЛОТНОСТИ  
ПРОДАЖ ГОД К ГОДУ  
(LTM)<sup>11</sup>

В 2025 г. общая выручка выросла на 15,3% год к году и составила 3 509,2 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 15,4% год к году на фоне увеличения торговой площади на 5,6% и роста LFL продаж на 8,7%.

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 8,3% год к году.

Торговая площадь выросла на 5,6% год к году в основном благодаря органическому развитию торговой сети. В течение 2025 г. Компания открыла (gross) 2 521 магазин или 1 784 магазина (net). Прирост торговой площади (net) в 2025 г. составил 610 тыс. кв. м. Общее количество магазинов сети по состоянию на 31 декабря 2025 г. составило 33 440 (+1 958 за последние 12 месяцев).

Рост LFL продаж составил 8,7% главным образом благодаря сильной динамике роста LFL среднего чека (+8,4%) в результате роста инфляции год к году и повышения промо активности. Рост LFL трафика составил 0,3% благодаря промо и маркетинговым инициативам.

По состоянию на 31 декабря 2025 г. количество держателей карт лояльности «Магнит Плюс» достигло почти 92 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила 66% в чеках и 82% в продажах. В пиковые дни отчетного периода она достигала 70% и 85% соответственно. Программа лояльности дает положительные кросс-форматные результаты – около 41% покупателей «Магнита» посещают два и более формата магазинов. Средний чек активного пользователя карты лояльности в 2 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

# 5,6%

РОСТ ТОРГОВОЙ  
ПЛОЩАДИ ГОД К ГОДУ

# 92 млн

ДЕРЖАТЕЛЕЙ КАРТ  
ЛОЯЛЬНОСТИ

## Развитие сети магазинов и результаты форматов

# 68,3%

ДОЛЯ МАГАЗИНОВ У ДОМА  
«МАГНИТ» В ОБЩЕЙ  
РОЗНИЧНОЙ ВЫРУЧКЕ В  
2025 Г.

Магазины у дома под брендом «Магнит» составили 68,3% в розничных продажах Компании в 2025 г. В отчетном периоде Компания открыла (gross) 2 031 магазин у дома и закрыла 525 магазинов в рамках продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате «Магнит» открыл (net) 1 506 магазинов у дома в течение 2025 года. 81% магазинов, открытых Компанией в отчетном периоде, составляют магазины у дома «Магнит» (включая дискаунтеры и прочие малые форматы). Чистая розничная выручка выросла на 14,6% благодаря приросту торговой площади на 6,2% и увеличению LFL продаж на 8,9%. Рост LFL продаж был обусловлен ростом LFL среднего чека на 8,4% и ростом LFL трафика на 0,5%.

# 3 124

МАГАЗИНА ПРОШЛИ  
РЕДИЗАЙН В 2025 Г.

Супермаркеты «Магнит» сформировали 7,9% розничных продаж Компании в отчетном периоде. В рамках кампании по повышению операционной эффективности в 2025 г. Компания закрыла 17 супермаркетов, сфокусировавшись на увеличении плотности продаж действующей сети магазинов. На 31 декабря 2025 г. торговая площадь 439 супермаркетов составила 909 тыс. кв. м. Рост LFL продаж супермаркетов составил 7,6% и был обусловлен ростом LFL среднего чека на 8,1% и снижением LFL трафика на 0,5%. В результате рост чистых розничных продаж супермаркетов составил 3,9% в 2025 г.

# 7 987

МАГАЗИНОВ КОСМЕТИКИ  
НА 31 ДЕКАБРЯ 2025 Г.

Доля формата дрогери в розничных продажах Компании составила 6,9%. В 2025 г. были открыты (gross) 72 магазина и закрыты 135 магазинов в рамках продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате на 31 декабря 2025 г. общее количество магазинов косметики составило 7 987. Торговая площадь практически не изменилась год к году и составила 1 822 тыс. кв. м. Рост LFL продаж магазинов дрогери составил 5,1% на фоне роста LFL среднего чека на 9,2% и снижения LFL трафика на 3,8%. Рост чистой розничной выручки магазинов косметики составил 5,7%.

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

# 9,8%

РОСТ LFL ПРОДАЖ  
МАГАЗИНОВ «ДИКСИ» В  
2025 Г.

Доля магазинов «Дикси» в розничных продажах Компании составила 10,8% в отчетном периоде. В 2025 г. были открыты 349 магазинов у дома (14% открытых (gross) магазинов Группы) и закрыты 44 магазина. В результате на 31 декабря 2025 г. количество магазинов составило 2 668, а торговая площадь – 876 тыс. кв. м. Рост LFL продаж магазинов «Дикси» составил 9,8% - самый высокий показатель среди всех форматов магазинов Компании - благодаря росту LFL среднего чека на 9,0% и LFL трафика на 0,7%. Чистые розничные продажи магазинов «Дикси» выросли на 15,4% год к году.

В 2025 г. «Магнит» продолжил программу реновации. Обновление прошли рекордное количество магазинов – 3 124 магазина (+23% год к году), включая 1 847 магазинов у дома «Магнит» и 418 магазинов у дома «Дикси», а также 838 магазинов дрoгери и 21 магазин «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 НДС<sup>12</sup> вырос на 84,2% год к году и составил 185,3 млрд руб. в 2025 г. по сравнению с 100,6 млрд руб. в 2024 г.

В 2025 г. среднее количество заказов в день достигло 316 093 (+66,9% год к году).

Средний чек по всем онлайн-сервисам составил 1 606 руб. с НДС, что в 3 раза выше, чем в магазинах у дома (516 руб. с НДС в 2025 г.). В основном это связано с большим количеством товаров в корзине.

Количество офлайн-магазинов, подключенных к сервисам e-commerce «Магнита», превысило 30 тыс.<sup>13</sup> в 71 регионе и 3,7 тыс. населенных пунктах. При этом 83% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Самым крупным и быстро растущим сегментом остается экспресс-доставка.

	2025	2024	Изменение	Изменение, %
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	185,3	100,6	84,7	84,2%
Количество заказов в день (среднее)	316 093	189 340	126 753	66,9%
Средний чек с НДС, руб.	1 606	1 452	154	10,6%
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	30 269	28 658	1 611	5,6%

<sup>12</sup> 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.).

<sup>13</sup> С учетом аптек

## Финансовые показатели за 2025 год<sup>14</sup>

млн руб.	До применения МСФО 16			МСФО 16		
	2025	2024	Изменение	2025	2024	Изменение
<b>Общая выручка</b>	<b>3 509 226</b>	<b>3 043 434</b>	<b>15,3%</b>	<b>3 509 226</b>	<b>3 043 434</b>	<b>15,3%</b>
Розничная выручка	3 483 009	3 017 878	15,4%	3 483 009	3 017 878	15,4%
Оптовая выручка	23 639	22 923	3,1%	23 639	22 923	3,1%
Прочая выручка <sup>15</sup>	2 578	2 632	-2,1%	2 578	2 632	-2,1%
Валовая прибыль	784 102	684 368	<b>14,6%</b>	788 200	686 823	<b>14,8%</b>
Валовая маржа, %	22,3%	22,5%	<b>-14 б. п.</b>	22,5%	22,6%	<b>-11 б. п.</b>
SG&A, % от продаж	-21,8%	-20,7%	<b>-106 б. п.</b>	-20,2%	-19,3%	<b>-91 б. п.</b>
Прочие доходы и расходы, % от продаж	1,4%	1,4%	<b>6 б. п.</b>	1,5%	1,4%	<b>9 б. п.</b>
ЕБИТДА	169 276	171 897	<b>-1,5%</b>	306 162	290 935	<b>5,2%</b>
ЕБИТДА маржа, %	4,8%	5,6%	<b>-82 б. п.</b>	8,7%	9,6%	<b>-83 б. п.</b>
ЕБИТ	70 538	95 852	<b>-26,4%</b>	133 346	143 969	<b>-7,4%</b>
ЕБИТ маржа, %	2,0%	3,1%	<b>-114 б. п.</b>	3,8%	4,7%	<b>-93 б. п.</b>
Чистые финансовые расходы	-82 310	-24 540	<b>235,4%</b>	-165 093	-85 580	<b>92,9%</b>
Прибыль / (убыток) по курсовым разницам	-3 025	1 636	<b>-284,8%</b>	-2 938	1 653	<b>-277,7%</b>
Прибыль до налогообложения	-14 797	72 949	<b>-120,3%</b>	-34 685	60 042	<b>-157,8%</b>
Чистая прибыль / убыток	-16 645	49 980	<b>-133,3%</b>	-31 576	44 334	<b>-171,2</b>

Общая выручка в 2025 г. выросла на 15,3% на фоне роста чистой розничной выручки на 15,4% и роста оптовых продаж на 3,1%. Доля оптовых операций составила 0,7% от общей выручки.

## 22,3%

ВАЛОВАЯ МАРЖА  
В 2025 Г.

Валовая прибыль в 2025 г. увеличилась на 14,6% год к году до 784,1 млрд руб. Валовая маржа снизилась на 14 б. п. год к году до 22,3% в результате роста потерь и увеличения интенсивности промо, частично компенсированных снижением логистических расходов.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы как процент от продаж выросли на 106 б. п. год к году и составили 21,8% в связи с ростом расходов на персонал, амортизацию, рекламу, коммунальные услуги и прочих расходов.

Расходы на персонал как процент от продаж выросли на 23 б. п. год к году главным образом в связи с индексацией заработных плат персонала магазинов, а также с повышением тарифов на сторонний персонал.

Несмотря на увеличение доли арендованных площадей до 85,0% в 2025 г. по сравнению с 84,2% годом ранее, расходы на аренду как процент от продаж не изменились благодаря увеличению плотности продаж и закрытию неэффективных магазинов.

Расходы на рекламу как процент от продаж выросли на 9 б. п. год к году в связи с увеличением количества маркетинговых мероприятий, включая цифровой маркетинг и программы лояльности.

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

<sup>15</sup> Прочая выручка включает преимущественно комиссии маркетплейса

# 4,8%

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПО  
ЕБИТДА В 2025 Г.

Расходы на коммунальные услуги как процент от продаж выросли на 5 б. п. год к году в связи с ростом тарифов на электроэнергию, а также с ускорением открытия магазинов и их раскруткой.

Расходы на ремонт и техническое обслуживание как процент от продаж выросли на 4 б. п. год к году в связи с ростом тарифов на обслуживание и цен на материалы для ремонта, а также с ускорением программы редизайна.

Прочие расходы как процент от продаж увеличились на 26 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 материалы, банковские услуги и налоговые расходы как процент от продаж в целом не изменились год к году.

В результате показатель ЕБИТДА снизился на 1,5% год к году до 169,3 млрд руб. Рентабельность по ЕБИТДА сократилась на 82 б. п. год к году и составила 4,8%.

Расходы на амортизацию как процент от продаж увеличились на 32 б. п. год к году в связи с ростом парка грузовых автомобилей, ускорением программ развития и редизайна, а также обесценением гудвилла.

Чистые финансовые расходы в 2025 г. выросли до 82,3 млрд руб. в связи с увеличением стоимости долга и общей суммы заимствований.

Средневзвешенная стоимость долга<sup>16</sup> увеличилась год к году до 17,1% в 2025 г., но снизилась на 221 б. п. по сравнению с первым полугодием 2025 г. Долг Компании представлен преимущественно долгосрочными заимствованиями и облигациями.

В 2025 г. убыток Компании по курсовым разницам, полученный в связи с переоценкой валютных депозитов и остатков денежных средств на валютных счетах, составил 3,0 млрд руб. по сравнению с прибылью в 1,6 млрд руб. в 2024 г.

В результате чистый убыток в 2025 г. составил 16,6 млрд руб. по сравнению с чистой прибылью в размере 50,0 млрд руб. в 2024 г. на фоне динамики показателя ЕБИТДА, амортизации, чистых финансовых расходов и убытка по курсовым разницам. Рекордная по объему программа инвестиций в развитие в совокупности с возросшим уровнем рыночных процентных ставок оказала существенное давление на чистую прибыль. Отрицательный финансовый результат в отчетном периоде при этом был обусловлен разовым неденежным эффектом в связи с созданием резервов под обесценение магазинов, подлежащих закрытию, и прочих операционных активов.

## Ключевые показатели баланса (МСФО 16)

Млн руб.	31 декабря 2025 г.	31 декабря 2024 г.
Запасы	314 213	270 417
Торговая и прочая дебиторская задолженность	22 918	21 001
Денежные средства и их эквиваленты	244 500	159 470
Долгосрочные кредиты и займы	467 781	151 050
Торговая и прочая кредиторская задолженность	376 005	373 983
Краткосрочные кредиты и займы	277 886	260 868

<sup>16</sup> Не включая «Самбери» и «Азбуку вкуса»

**39****дней****ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ  
ЗАПАСОВ В 2025 Г.<sup>17</sup>**

Товарные запасы увеличились на 43,8 млрд руб. (+16,2% год к году) по сравнению с 31 декабря 2024 г. и составили 314,2 млрд руб. на фоне роста общей выручки на 15,3%. Благодаря работе с наполненностью и ротацией ассортимента во втором полугодии 2025 г., направленной на увеличение продаж, рост товарных запасов по сравнению с 30 июня 2025 г. существенно замедлился до 4,0%. Оборачиваемость запасов ускорилась до 39 дней по сравнению с 1 полугодием 2025 г. благодаря сокращению товаров с низкой оборачиваемостью и гармонизации ассортимента.

Торговая и прочая кредиторская задолженность практически не изменилась год к году и составила 376,0 млрд руб. в связи с календаризацией платежных дней. Дебиторская задолженность увеличилась на 9,1% по сравнению с 31 декабря 2024 г. и составила 22,9 млрд руб.

## Структура долга и долговая нагрузка

	31 декабря 2025 г. <sup>18</sup>	31 декабря 2024 г.
<b>До применения МСФО 16</b>		
Общий долг, млрд руб.	<b>745,8</b>	412,2
Долгосрочный долг	<b>467,8</b>	151,2
Краткосрочный долг	<b>278,0</b>	261,0
Чистый долг, млрд руб.	<b>496,3</b>	252,8
Чистый долг/ЕБИТДА	<b>2,9x</b>	1,5x
<b>МСФО 16</b>		
Чистый долг, млрд руб.	<b>1 096,3</b>	788,9
Чистый долг/ЕБИТДА	<b>3,6x</b>	2,7x

На 31 декабря 2025 г. общий долг увеличился на 333,6 млрд руб. или 80,9% по сравнению с 31 декабря 2024 г. и составил 745,8 млрд руб. Объем денежных средств увеличился с 159,5 млрд руб. на 31 декабря 2024 г. до 249,5 млрд руб. на 31 декабря 2025 г.<sup>18</sup> В результате чистый долг увеличился на 96,4% год к году до 496,3 млрд руб. на 31 декабря 2025 г. Рост общего долга и денежных средств на конец года по сравнению с 30 июня 2025 г. полностью обусловлен дополнительными заимствованиями во втором полугодии в целях рефинансирования долговых обязательств в 2026 г.

Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. Соотношение чистый долг/ЕБИТДА составило 2,9x на 31 декабря 2025 г.

Капитальные затраты без учета сделок М&А в 2025 г. увеличились на 16,6% и составили 187,1 млрд руб. Этот рост был преимущественно обусловлен ускорением программ развития и редизайна, а также инвестициями в собственное производство и проекты повышения эффективности.

Примечание:

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

<sup>17</sup> Оборачиваемость запасов в днях = ((запасы на 31.12.2025 + запасы на 31.12.2024)/2/ себестоимость за 2025) x 365

<sup>18</sup> 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](mailto:magnitIR@magnit.ru)

☎ тел. в Краснодаре: +7 (861) 210 9810 доб. 15101

Управление по внешним коммуникациям:

✉ [press@magnit.ru](mailto: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 31 декабря 2025 г. сеть насчитывала 33 440 магазинов, расположенных в 4,9 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 31 декабря 2025 г. 52 распределительных центра, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 8 955 автомобилей.

В соответствии с результатами Компании до применения МСФО 16, ее выручка за 2025 год составила 3 509 млрд руб., EBITDA – 169 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.