

Презентация для инвесторов

Результаты 1 полугодия 2024 года

A woman with blonde hair tied back, wearing a light blue blazer over a beige top, is smiling and looking at a young boy. They are in a grocery store, standing in front of a display of fresh vegetables. The woman is holding a red tomato in her hands, and the boy is also looking at a tomato. The display is filled with bright red tomatoes and green cucumbers. The background shows shelves stocked with various grocery items.

 **MAGNIT**



Ограничение ответственности

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

30 109
магазинов

10 376
Торговая площадь,
тыс. кв. м

47
Распределительных
центров

6 080
Грузовиков



Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке, сильные финансовые показатели и низкая долговая нагрузка

18,8%
Рост выручки
за 1П 2024 года,
год к году

12,8%
Доля на
продовольственном
розничном рынке
России за 2023 год

5,3%
EBITDA маржа
за 1П 2024 года

1,4x
Чистый долг /
EBITDA
на 30.06.2024 г.

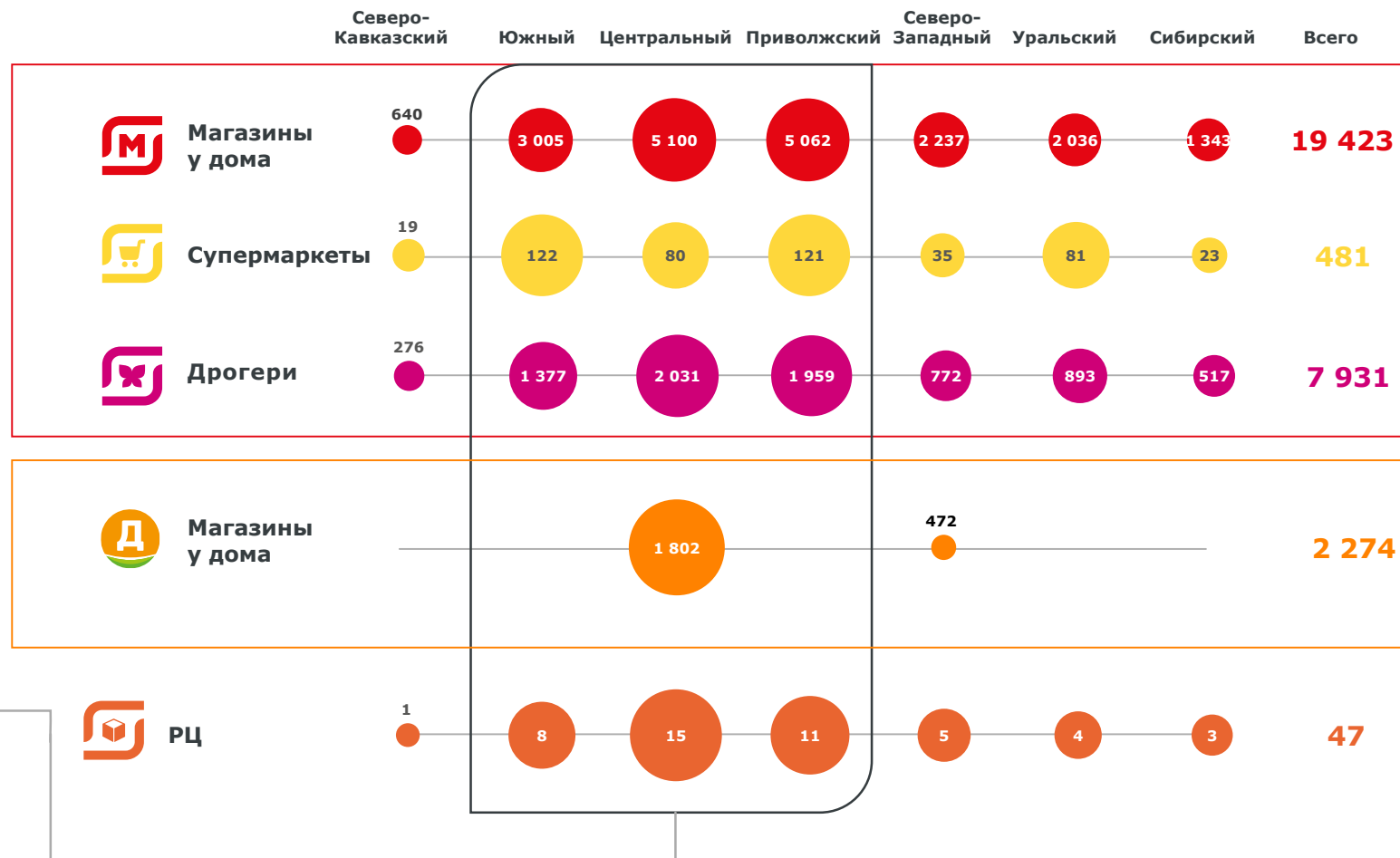


География сети

4 387 населенных пунктов

7 федеральных округов

Мы присутствуем во всех густонаселенных регионах



Магнит

Дикси

По состоянию на 30.06.2024 г.
 Магазины у дома «Магнит» включают магазины Магнит у дома, Магнит Сити, Моя Цена, жесткие дискаунтеры.
 Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты Магнит Семейный, суперсторы.
 Магазины дрогери включают 106 магазинов дрогери в Узбекистане.



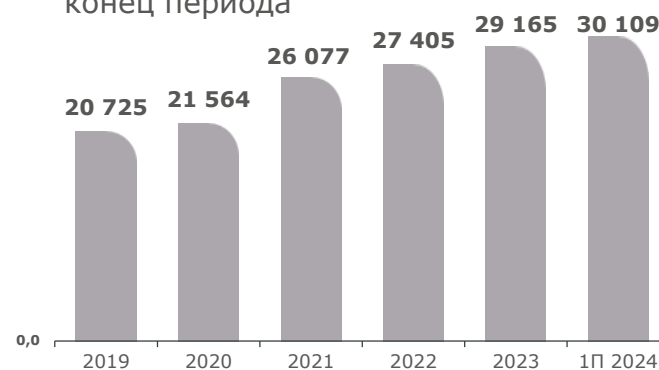
Ключевые операционные показатели

1 Чистая розничная выручка, млрд руб.¹

● Рост чистой розничной выручки, год к году, %



2 Количество магазинов, на конец периода

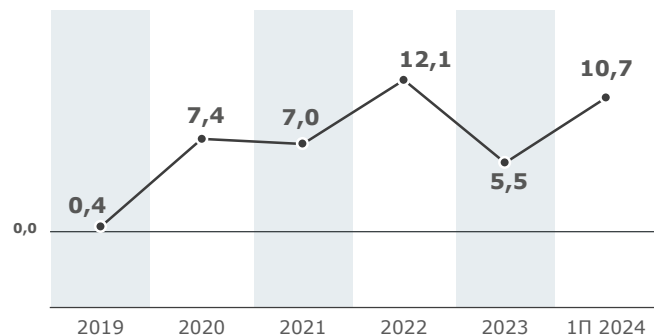


3 Торговая площадь, тыс. кв. м

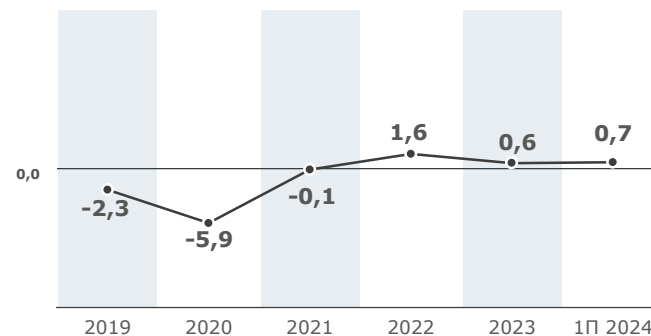
● Рост торговой площади, год к году, %



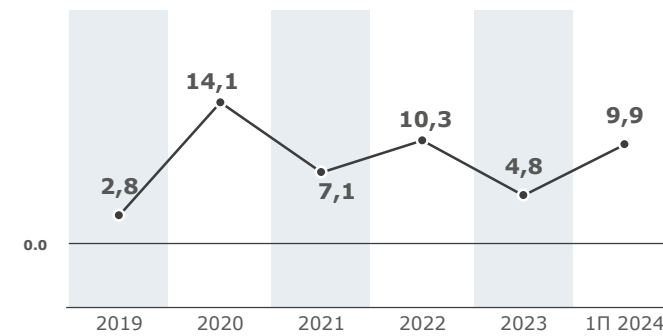
А Рост LFL продаж, %



В Рост LFL трафика, %



С Рост LFL чека, %



1. Включая Магнит Косметик Онлайн, аптеки, магазины, расположенные в отделениях «Почты России», «Магнит Маркет» и «Самбери»



Финансовые показатели

Ключевые достижения



Повышение плотности продаж во всех форматах



Устойчивая рентабельность



Строгий контроль затрат



Чистый рабочий капитал стал отрицательным благодаря значительному улучшению оборачиваемости запасов



Оптимизация долговой нагрузки

Краткий отчет о прибылях и убытках

	1П 2022	1П 2023	1П 2024	год к году
Выручка , млрд руб.	1 136,3	1 229,5	1 460,1	+18,8%
Валовая маржа , %	23,2	22,7	22,4	-0,3pp
SG&A , %	(19,7)	(19,9)	(20,5)	-0,7pp
ЕБИТДА , млрд руб.	80,1	81,8	77,2	-5,6%
ЕБИТДА , %	7,0	6,7	5,3	-1,4pp
Чистая прибыль , млрд руб.	32,0	37,3	22,4	-39,9%
Чистая прибыль , %	2,8	3,0	1,5	-1,5pp
LTM - Плотность продаж , тыс. руб. / кв. м ¹	241	252	269	+6,9%
Чистый долг , млрд руб.	184,0	116,8	221,4	+89,5%
Чистый долг/ ЕБИТДА	1,2x	0,7x	1,4x	+0,7x
CAPEX , млрд руб.	23,4	25,4	53,1	+108,8%

По состоянию на 30.06.2024 г.; до применения МСФО 16 - в соответствии с данными управленческой отчетности.
Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.
Показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г. согласно правилам МСФО.
1. Без учета «Самбери»



Обзор российского рынка

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



Российская макросреда

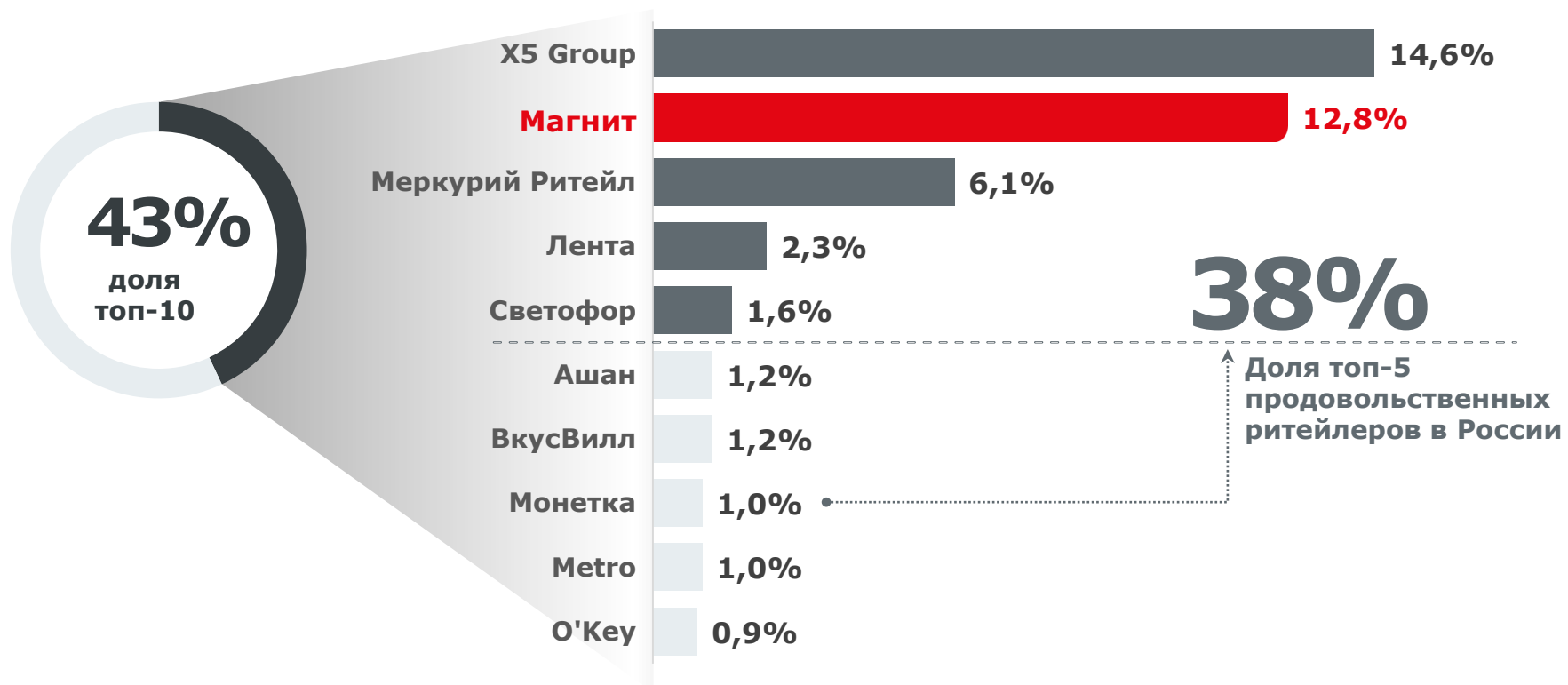
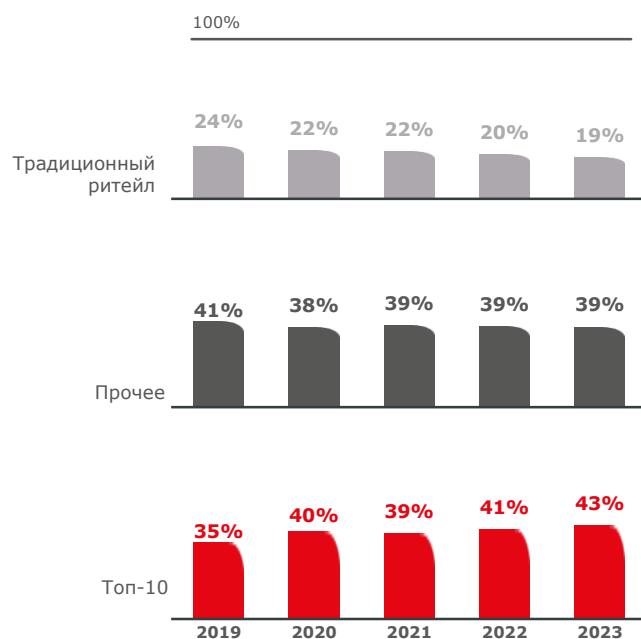




Топ-10 продуктовых ритейлеров и распределение долей рынка

Магнит – лидирующая компания на растущем российском рынке продуктовой розницы

Распределение долей рынка РФ





Стратегия

Наша стратегическая амбиция • Краткий обзор стратегии • Устойчивое развитие



Наша стратегическая амбиция

Обеспечить лидерство, сфокусированное на сохранении конкурентоспособности в быстро меняющемся мире, требующем адаптации к структурным вызовам

Мы нацелены на сохранение и сбалансированный рост доли на рынке, чтобы закрепить текущее положение как одного из ведущих игроков

Стратегия реализуется за счет планомерного совершенствования существующих ключевых каналов:



развиваем магазины у дома в качестве флагманского формата



разумно инвестируем в формат «Магнит Косметик»



взвешенно подходим к поддержанию и развитию гипермаркетов «Магнит Семейный» и «Магнит Экстра»

а также новых точек роста, способствующих активному расширению продуктового предложения и большему удобству для клиентов:



магазинов формата «дискаунтер»



пилотирования формата «магазин шаговой доступности (ультраконвиниенс)»



Е-com сервисов: МагнитДоставка, маркетплейс на базе приобретенного KazanExpress и Суперприложения¹

¹ Создание суперприложения, объединяющего в себе программу лояльности, коммуникационную площадку, сервис доставки из магазинов и маркетплейс.





Краткий обзор стратегии








Компания ставит перед собой задачу активно наращивать эффективность в текущей рыночной конъюнктуре

Приоритетные направления для реализации цели

Непосредственно видимые клиентам (front-end, первая группа)

-  ориентированный на покупателя процесс принятия решений, позволяющий повысить лояльность и улучшить персонализацию за счет использования технологий на основе больших данных (и далее искусственного интеллекта);
-  улучшенное позиционирование бренда, включая заботу, безопасность, устойчивое развитие и выгодное ценностное предложение;
-  совершенствование программы лояльности;
-  развитие технологической экосистемы для предложения полноценного мультимедийного опыта (OMNI);
-  расширение предложения СТМ;
-  адаптацию ассортимента и магазинов к локальной специфике за счет кластеризации и работы с ассортиментом.

Нацеленные на повышение эффективности внутренних процессов (back-end, вторая группа)

-  все кросс-функциональные E2E-инициативы с фокусом на повышение эффективности ключевых бизнес-процессов;
-  выстраивание гибкой организационной структуры с четким разделением ответственности в сочетании с культурой предпринимательства и эффективным кросс-функциональным сотрудничеством;
-  инвестиции в автоматизацию и стандартизацию процессов;
-  гибкая, надежная и масштабируемая облачная платформа на основе передовых ИТ-решений и аналитики данных;
-  открытие новых РЦ;
-  обновление парка транспортных средств;
-  монетизация цифровой и офлайн-инфраструктуры.

Для адаптации к структурным вызовам особый фокус направлен:

- на удержание и развитие наших сотрудников как ключевого актива Компании;
- гибкий и проактивный подход к привлечению персонала;
- увеличение инвестиций в сотрудников для развития ключевых компетенций и обеспечения непрерывности деятельности Компании;
- формирование отлаженных функциональных стратегий;
- адаптацию импортного ассортиментного предложения.



Концепция стратегии устойчивого развития

Стать российским ритейлером №1 в области устойчивого развития



1.



2.



3.



4.



5.

Наши амбиции

Стать **лидером** в области снижения воздействия на окружающую среду в российском секторе розничной торговли

Положительно повлиять на качество жизни в стране

Создать **полностью ответственную** цепочку поставок

Улучшить качество жизни потребителей и местного населения

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

Стратегические принципы



Рациональное управление природными ресурсами



Уважение прав человека



Ответственное производство и потребление



Партнерство в интересах устойчивого развития



Многообразие, инклюзивность и равенство



Обязательства в области устойчивого развития до 2025 г.



- Интеграция Дикси в стратегию устойчивого развития Магнита уже осуществляется
- О прогрессе в выполнении плана по обязательствам до 2025 года (включая инициативы Дикси) сообщено в специальном Отчете об устойчивом развитии за 2023 год

ФРУКТЫ И ОВОЩИ

Магнит сегодня

Зонтичный бренд «Магнит»

Описание форматов

Магазины у дома • Супермаркеты

Дрогери • Магазины у дома «Дикси»

Прочие малые форматы и пилоты • E-com

Собственное производство и Частная марка

Поставщики • Система логистики

Персонал





Зонтичный бренд «Магнит»: миссии и форматы

Все нужное рядом

Ключевые форматы офлайн вкл. аптеки в продовольственных магазинах и дрогери

Новые перспективные форматы

- Фокусные
- Дополнительные

		У дома «Шаговой доступности»	Семейный Супермаркет	Экстра Суперстор	Косметик Дрогери	Аптека Фарма	Моя цена Мягкий дискаунтер	У дома «плюс»	Магнит Рядом Ultra-Convenience	Сити Перекус	GO Киоск	B1 Жесткий дискаунтер	
		+ e-commerce, закрывающий все миссии широким ассортиментным предложением											
Миссии	Перекус на ходу	●								●	●		
	Продукты на вечер ¹	●	●	●			●	●	●	●		●	
	Повседневные покупки	●	●	●	●		●	●	●			●	
	Закупка впрок		●	●				●	●				
	Покупки для особого случая		●	●	●	●	●	●					
	Площадь, кв. м	200-500	850-2 200	2 300-5 000	120-350	20-70	150-300	650-1 000	70-100	100-250	15-50	280-400	
	Ассортимент, SKU	~5 400	~14 200	~24 000	~8 200	~4 400	~2 100	~10 300	~1 500	~3 500	~500	~1 000	

Отличительные особенности

- Мультиформатная модель
- Единый бренд
- Единая программа лояльности
- Эмоциональная связь
- Собственное производство

1. Включая готовые к употреблению продукты питания По состоянию на 30.06.2024 г.



Магазины у дома «Магнит»

01



3D-тур

Удобный и доступный магазин
для повседневных покупок



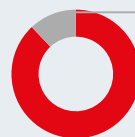
Площадь магазина, кв. м



Общая площадь,
474

Торговая площадь,
350

Ассортимент



12% Непрод. товары

88% Прод. товары

Среднее количество SKU



5 170

Описание

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



Расположение

Спальные и деловые
районы



Доля в чистой
розничной выручке

69%

В 1 полугодии 2024 г.



Магазины у дома «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м



Средний чек
(без НДС) 1П 2024, руб.

410 **11,0%**

Количество покупателей
1П 2024, млн

2 429 **6,4%**

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

292

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

LFL 1П 2024

Рост среднего чека

10,4%

Рост трафика

0,9%

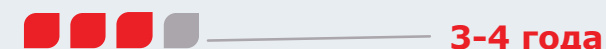
Рост выручки

11,4%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда



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

Новый магазин

33

Редизайн

26

Выход на зрелый уровень продаж

12 месяцев



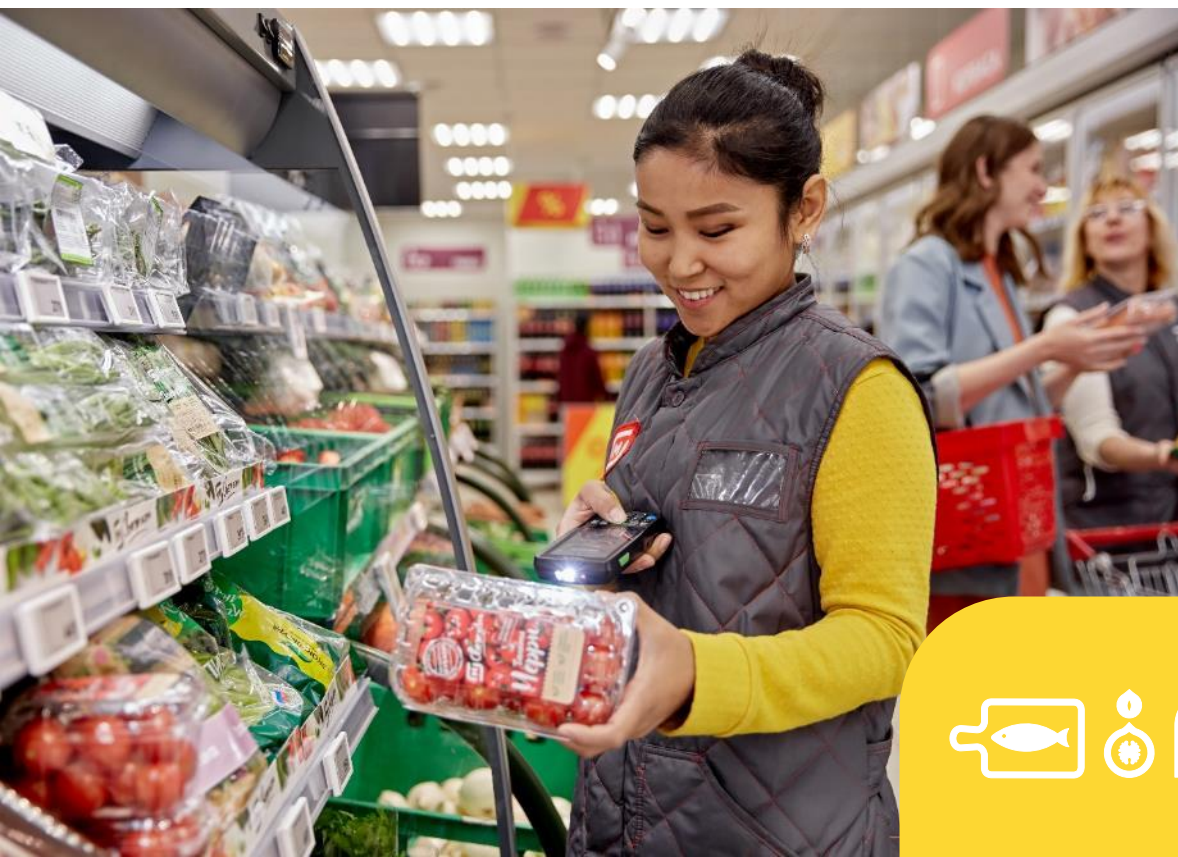
Супермаркеты «Магнит»

01

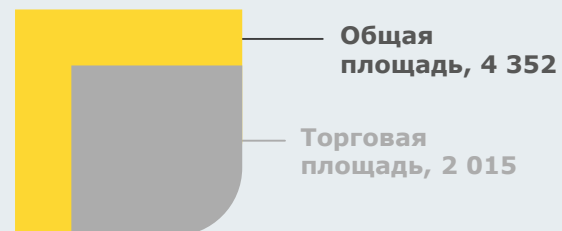


3D-тур

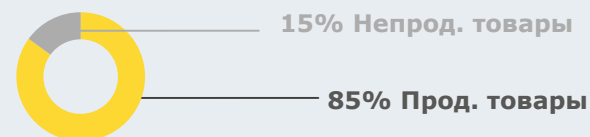
Удобный и доступный магазин для ежедневных и более крупных покупок



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



Среднее количество SKU



17 097

Описание

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



Расположение

Спальные и деловые районы, торговые центры

Доля в чистой розничной выручке

9%

В 1 полугодии 2024 г.



Супермаркеты «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

969 -1,1%
Рост год к году



Средний чек
(без НДС) 1П 2024, руб.

783 9,2%

Количество покупателей
1П 2024, млн

163 -3,7%

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

265

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

LFL 1П 2024

Рост среднего чека

8,5%

Рост трафика

-3,5%

Рост выручки

4,8%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда

6-7 лет

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

Новый магазин

41

Редизайн

28

Выход на зрелый уровень продаж

14 месяцев



Дрогери

01



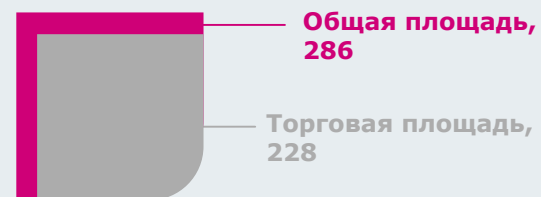
3D-тур

Товары для здоровья и красоты в шаговой доступности

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



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



Среднее количество SKU

8 193

Описание

- ✓ Повседневные покупки товаров для дома и предметов личной гигиены

Расположение

Спальные и деловые районы

Доля в чистой розничной выручке

8%

В 1 полугодии 2024 г.



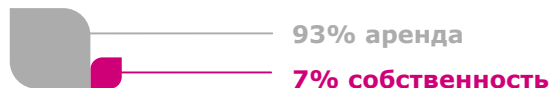
Магазины дровери

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

1 811 **4,7%**
Рост год к году



Средний чек
(без НДС) 1П 2024, руб.

488 **9,6%**

Количество покупателей
1П 2024, млн

223 **5,0%**

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

121

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

LFL 1П 2024

Рост среднего чека

9,0%

Рост трафика

1,1%

Рост выручки

10,2%

Открытие магазина

Срок окупаемости

Аренда

3-4 года

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

Новый магазин

30

Редизайн

26

Выход на зрелый уровень продаж

12 месяцев



Магазины у дома «Дикси»

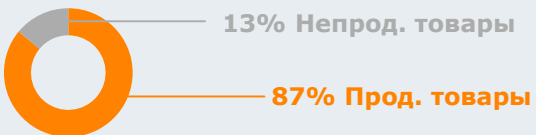
Удобный и доступный магазин для повседневных покупок



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



Среднее количество SKU



6 171

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

756 **3,8%**
Рост год к году



Средний чек
(без НДС) 1П 2024 г., руб.

458 **9.9%**

Количество покупателей
1П 2024 г., млн

345 **4.0%**

Описание

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



Расположение

Спальные и деловые районы



Доля в чистой розничной выручке

11%



Прочие малые форматы и пилоты

01



Магнит Сити

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



Магнит Аптека

Лекарства и товары для здоровья по доступным ценам в удобном месте



Магнит GO

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



Магнит у дома «ПЛЮС»

Магазины с расширенным ассортиментом и большей площадью

Площадь и расположение

100–250 кв. м

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

20-70 кв. м

Расположены внутри магазинов дрогери и подходящих продовольственных магазинов

15–50 кв. м

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

650–1 000 кв. м

Расположены в местах активного пешеходного и автомобильного трафика

Ассортимент, SKU

3 500

4 400

500

10 300

Отличительные особенности

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

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

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

- Зона кафе
- Расширенный выбор продукции ready-to-eat
- Кулинария на развес
- Услуга нарезки сыров и колбас



Прочие малые форматы и пилоты

02

Мягкий дискаунтер Моя цена

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

Жесткий дискаунтер Первый выбор (В1)

Технологичный и инновационный магазин с фокусом на ограниченном качественном ассортименте по привлекательным ценам, закрывающем основные потребности покупателя



Магнит Рядом

Компактная торговая точка, расположенная в максимальной близости к покупателю, с актуальным ассортиментом самых необходимых товаров по выгодным ценам и быстрым обслуживанием

Площадь и расположение

150–300 кв. м

Расположены в спальнях районах, регионах с невысокими доходами населения / малонаселенных регионах с меньшей стоимостью арендной платы

280-400 кв. м

Расположены в спальнях районах, рынках, рынках в малых городах

70–100 кв. м

Расположены в спальнях районах, в пешей доступности для более тысячи домохозяйств

Ассортимент, SKU

2 100

1 000

1 500

Отличительные особенности

- Качественные собственные торговые марки
- Товары «первой цены» в экономичной упаковке

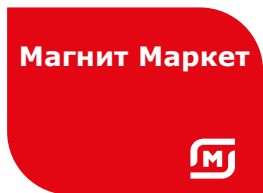
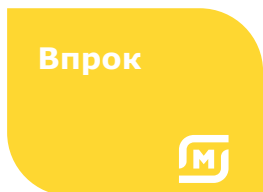
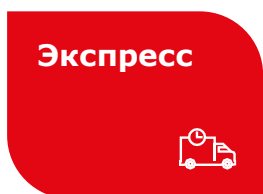
- Фрукты и овощи
- Свежий хлеб и выпечка
- Товары на вес
- Коллекция непродовольственных товаров
- Применение концепции «охота за сокровищами»

- Готовые к употреблению блюда
- Снеки
- Напитки
- Бакалейные товары
- Кондитерские изделия
- Замороженные полуфабрикаты
- Свежие фрукты и овощи в упаковке



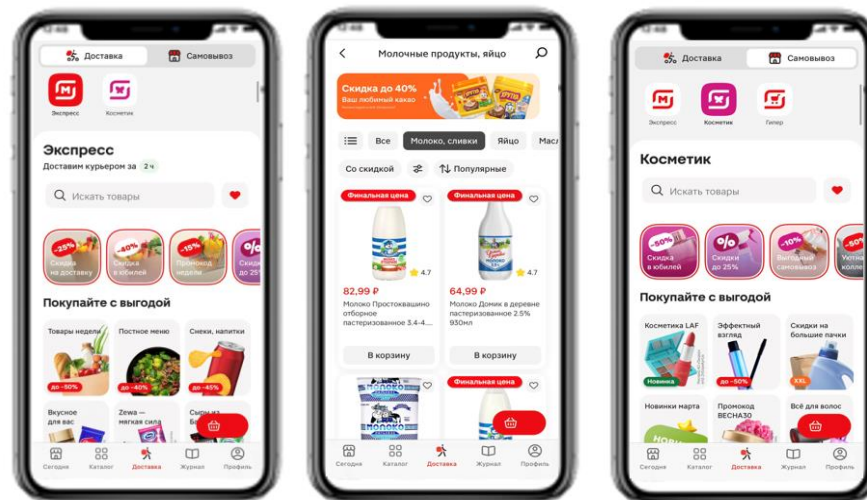
Запуск электронной коммерции во всех миссиях

Миссии



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





Онлайн-сервисы показывают хорошие результаты



172 721

среднее кол-во заказов в день в 1П 2024 г., включая «Магнит Маркет»



1 364

средний чек по всем онлайн-сервисам¹



119 808 SKU

доступно во всех сервисах «Магнит Доставка»



1,1 млн SKU

доступно в «Магнит Маркет»



26 543

магазина подключено, с учетом аптек



3 179

населенных пунктов в 67 регионах



82%

выручки от электронной коммерции генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга



42,9 млрд руб.

GMV² за 1П 2024 г.

По состоянию на 30.06.2024 г.; в 1 полугодии 2024 г.

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

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



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

Частная марка

Улучшение портфеля СТМ – закрытие большего количества миссий

Моя
цена



PREMIERE
of TASTE

Свежесть

BEAUTY
BOMB



Покупатель – главный приоритет, поэтому мы фокусируемся на качестве, открывая дегустационные студии, собирая обратную связь через приложение и проводя исследования 100% SKU в собственных лабораториях

Цель: достичь 100% доступности продуктов СТМ во всех магазинах

Выделение минимум 2-х фейсингов¹ для большинства брендов СТМ²

Собственное производство

Эксклюзивные товары с отличным соотношением цены и качества

Дальнейшие точечные инвестиции помогут усилить дифференциацию и получить высокую доходность

6 сельскохозяйственных комплексов



Огурцы, томаты, салат



Картофель, лук, свекла, морковь



Грибы

14 производственных предприятий



Кондитерские изделия



Крупы, макаронные изделия



Уксус, сиропы



Кофе



Еда быстрого приготовления



Специи, семечки, орехи

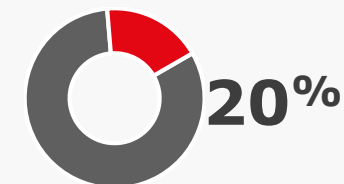


Замороженная рыба



Замороженные полуфабрикаты

Доля частной марки в выручке



Стратегические партнерства с поставщиками

Не только эксклюзивные бренды / SKU, но также:









- реализация проектов в цепочках поставок
- оптимизация затрат на мерчандайзинг
- обмен данными
- совместные маркетинговые и промо-кампании

1. Фейсинг – количество единиц товара, визуально доступных покупателю на полке магазина

2. Где применимо



Развитие собственного производства в 2023 году

-  Расширили собственное производство овощей открытого грунта
-  Начали тестировать отечественные сорта томата и картофеля
-  В 2023 году открыли около 2 тысяч пекарен в магазинах «у дома» по всей стране
-  Запустили пивоварню в суперсторе в Москве
-  Получили первый сертификат соответствия органическому производству, в мае 2023 г. получили первый урожай органических шампиньонов и начали поставки этой продукции в свои магазины
-  Завоевали четыре награды на премии Private Label Awards 2023
-  Планируем запуск центра выращивания зеленных культур
-  Планируем запустить производство мицелия





Поставщики

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

>5 тыс.

поставщиков,
из них

>2,5 тыс.

локальных

49%

доля локальных
поставщиков от общего
числа

11%

рост товарооборота
«Магнита»
с российскими
поставщиками
в 2023 г.

849

российских
поставщиков стали
новыми партнерами
«Магнита» в 2023 г.





Сотрудничество с фермерскими хозяйствами

Компания активно работает с фермерами, производящими уникальные продукты высокого качества

>170

партнерских
фермерских хозяйств

+35%

товарооборот
фермерской продукции
в розничной сети

1,9 тыс.

наименований
фермерской продукции
в ассортименте
«Магнита»

45%

доля фермерской
продукции в поставках
по системе
агроконтрактации





Система логистики

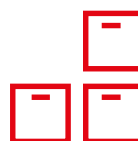
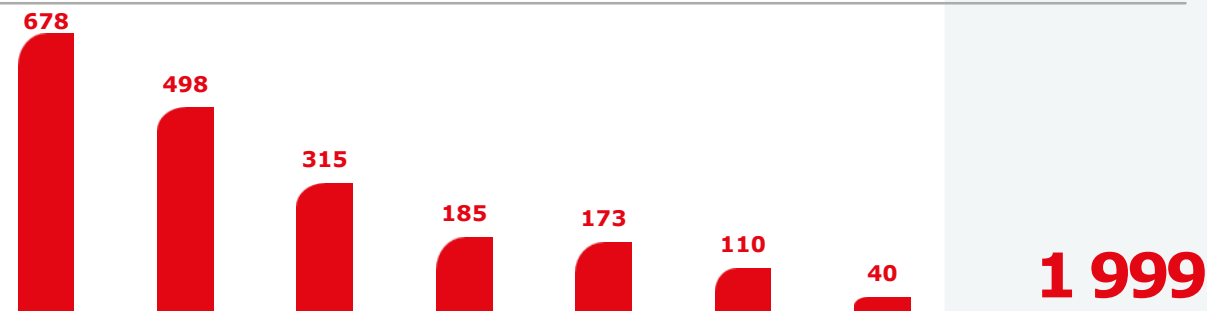
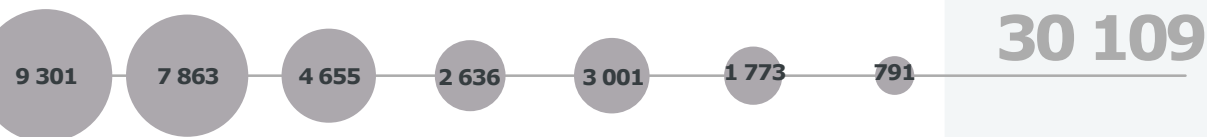
Уровень централизации 1П 2024 г.



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



РЦ*

Складская
площадь, тыс.
кв. м*Количество
магазинов**

грузовиков

6 080

По состоянию на 30.06.2024 г., включая «Дикси»

*Включая «Магнит Маркет»

**Включая 89 жестких дискаунтеров, обслуживаемых РЦ, который работает по 3PL-модели и не учитывается в общем количестве РЦ

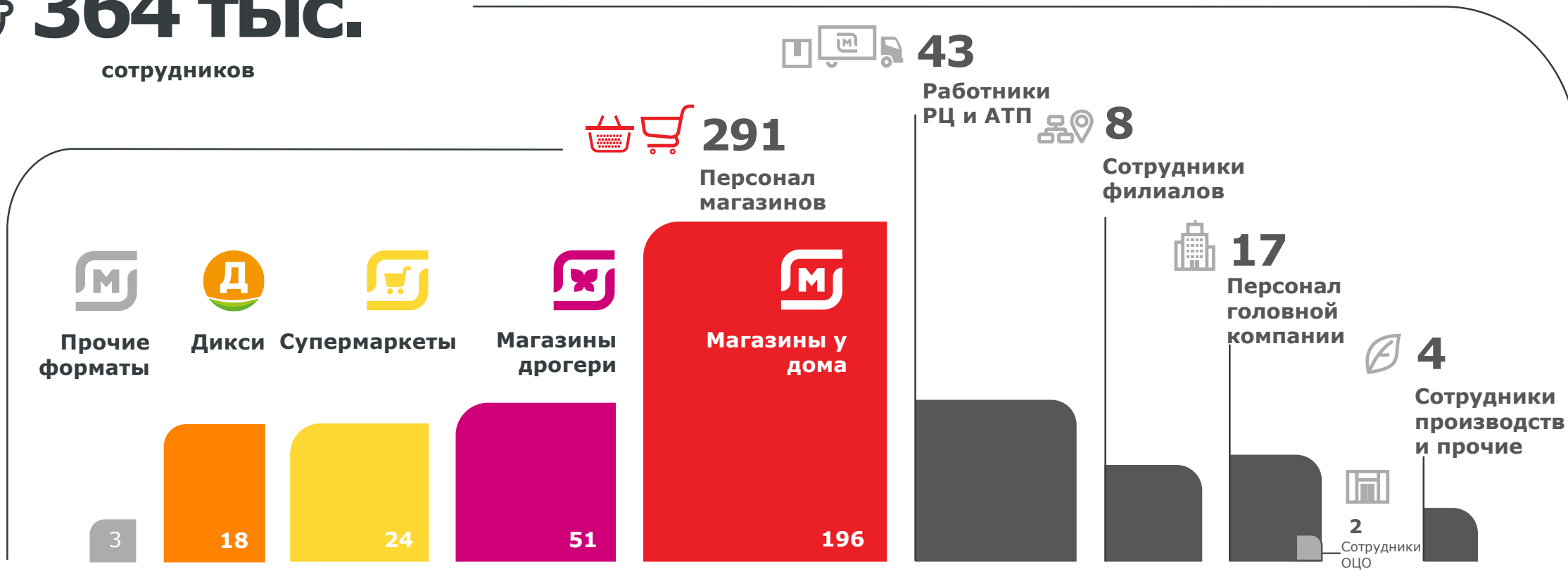


Персонал



364 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

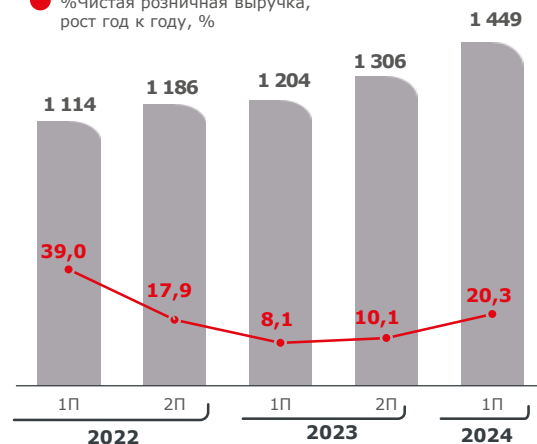


Ключевые операционные показатели

[Назад к исходному слайду →](#)

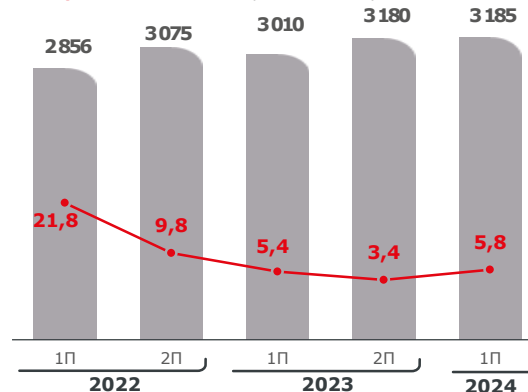
1 Чистая розничная выручка, млрд руб.

● %Чистая розничная выручка, рост год к году, %



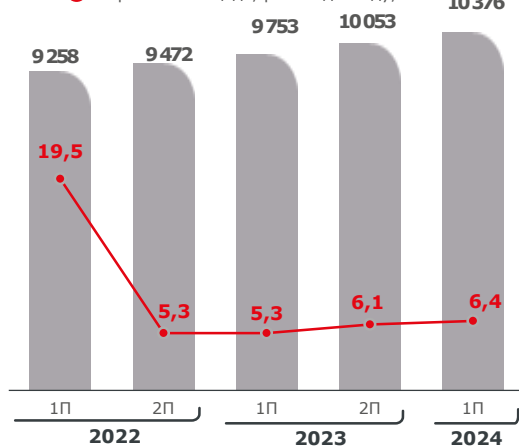
2 Количество покупателей, млн

● Количество чеков, рост год к году, %



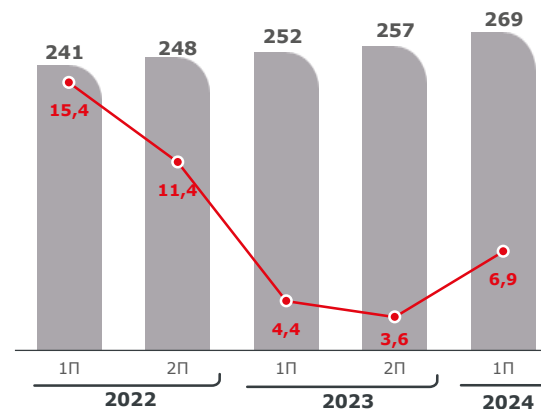
3 Торговая площадь, тыс. кв. м

● Торговая площадь, рост год к году, %

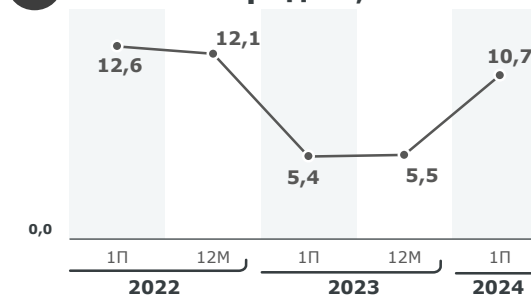


4 LTM - Плотность продаж*, тыс. руб./кв.м/год

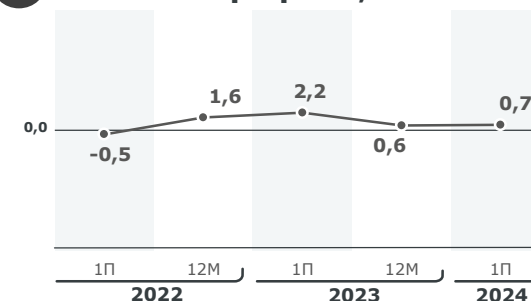
● Плотность продаж, рост год к году, %



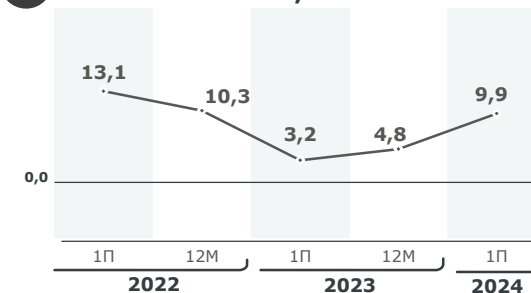
A Рост LFL продаж, %



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.



Отчет о прибылях и убытках

млн руб.	До применения МСФО 16			МСФО 16		
	1П 2024	1П 2023	Рост год-к-году	1П 2024	1П 2023	Рост год-к-году
Чистая выручка	1 460 058	1 229 456	18,8%	1 460 058	1 229 456	18,8%
Себестоимость реализации	-1 132 800	-949 769	19,3%	-1 131 488	-948 935	19,2%
Валовая прибыль	327 258	279 687	17,0%	328 571	280 521	17,1%
Валовая маржа, %	22,4%	22,7%	-33 б.п.	22,5%	22,8%	-31 б.п.
SG&A ¹	-266 917	-211 307	26,3%	-210 814	-161 839	30,3%
Прочие доходы, нетто	14 375	10 939	31,4%	14 782	11 261	31,3%
Доходы от аренды, субаренды	2 521	2 484	1,5%	2 521	2 482	1,6%
ЕБИТДА	77 237	81 804	-5,6%	135 059	132 424	2,0%
ЕБИТДА маржа, %	5,3%	6,7%	-136 б.п.	9,3%	10,8%	-152 б.п.
Амортизация и обесценение ОС, НМА, прав аренды	-33 096	-32 807	0,9%	-68 675	-65 328	5,1%
ЕВИТ	44 141	48 996	-9,9%	66 384	67 096	-1,1%
Прибыль/убыток по курсовым разницам	-4 964	6 077	n/a	-4 970	6 137	n/a
Чистые финансовые расходы	-8 924	-7 975	11,9%	-37 386	-30 261	23,5%
Прибыль до налогообложения	30 253	47 098	-35,8%	24 028	42 972	-44,1%
Чистая прибыль	22 435	37 317	-39,9%	17 454	34 016	-48,7%
Маржа чистой прибыли, %	1,5%	3,0%	-150 б.п.	1,2%	2,8%	-157 б.п.
<i>Приходящаяся на:</i>						
Акционеров материнской компании	21 519	37 317	-42,3%	16 748	34 016	-50,8%
Неконтролирующие доли участия	915			706		

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

Здесь и далее показатели «Самбери» консолидированы в финансовые результаты Компании с 11 января 2024 г. согласно правилам МСФО.

¹ 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

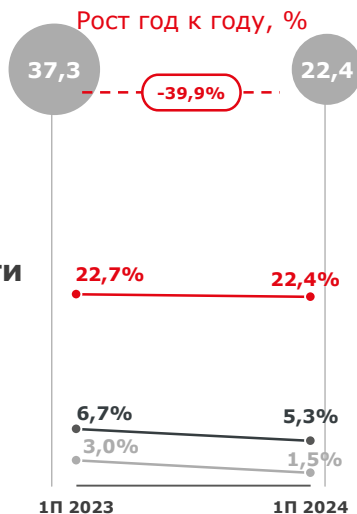


Выручка и расходы

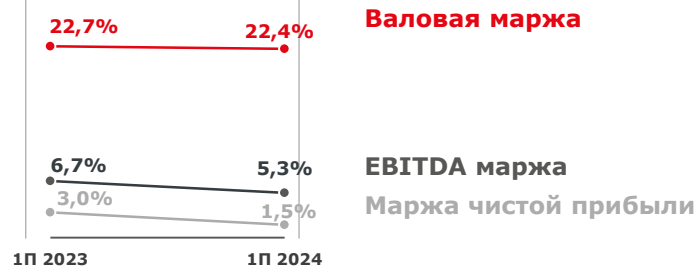
Динамика выручки, млрд руб.



Динамика чистой прибыли, млрд руб.



Динамика рентабельности



Структура расходов



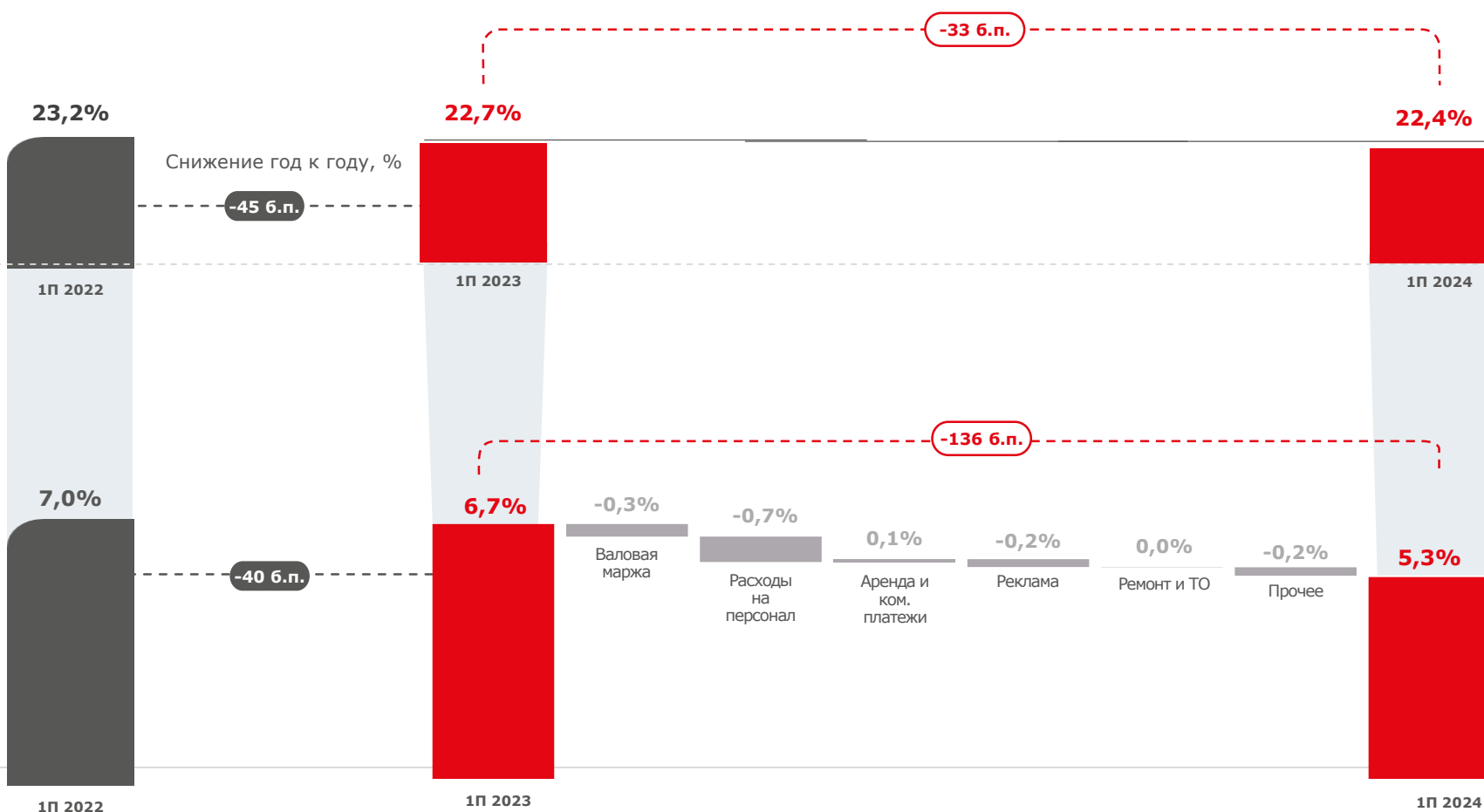


Валовая маржа и EBITDA

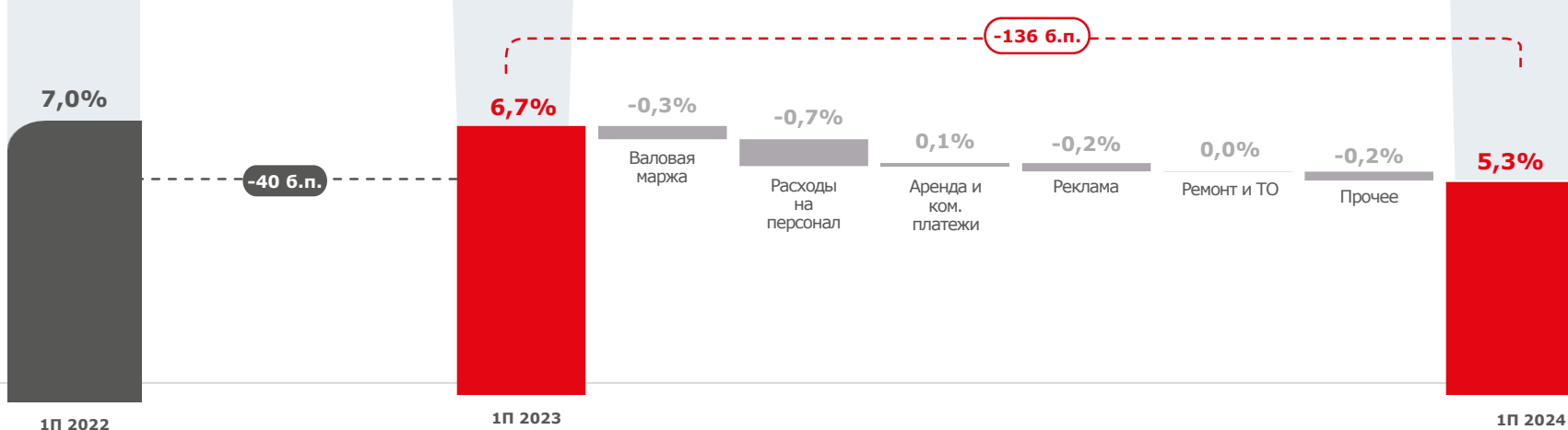
До применения МСФО 16

МСФО 16

Мост
валовой
маржи,
% от выручки



Мост
ЕВITDA
маржи,
% от выручки



22,5%

1П 2024

9,3%

1П 2024

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	30.06.2024	31.12.2023
Основные средства	388 391	367 050
Активы в форме права пользования	446 892	421 347
Гудвил	102 794	73 552
Прочие внеоборотные активы	31 439	23 168
Денежные средства и их эквиваленты	113 233	221 286
Запасы	243 309	233 693
Торговая и прочая дебиторская задолженность	17 331	12 844
Авансы выданные	52 282	56 596
Налоги к возмещению	1 479	1 210
Прочие краткосрочные финансовые активы	711	16 696
Авансы по налогу на прибыль	350	2 101
ИТОГО АКТИВЫ	1 398 211	1 429 543

КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	30.06.2024	31.12.2023
Капитал, приходящийся на акционеров материнской компании	146 955	158 467
Неконтролирующие доли участия	5 064	-
Долгосрочные кредиты и займы	147 921	280 940
Долгосрочные обязательства по аренде	458 842	429 538
Прочие долгосрочные обязательства	4 333	5 566
Торговая и прочая кредиторская задолженность	290 637	300 292
Краткосрочные кредиты и займы	186 350	121 195
Краткосрочные обязательства по аренде	64 710	62 887
Дивиденды к выплате	28 220	27 972
Прочие краткосрочные обязательства	65 180	42 686
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	1 398 211	1 429 543



Долговая нагрузка

Низкий валютный риск

Отсутствие долга в иностранной валюте

91,0% долга с фиксированной ставкой и 9,0% с переменной ставкой¹

Средний срок погашения долга

14 месяцев¹

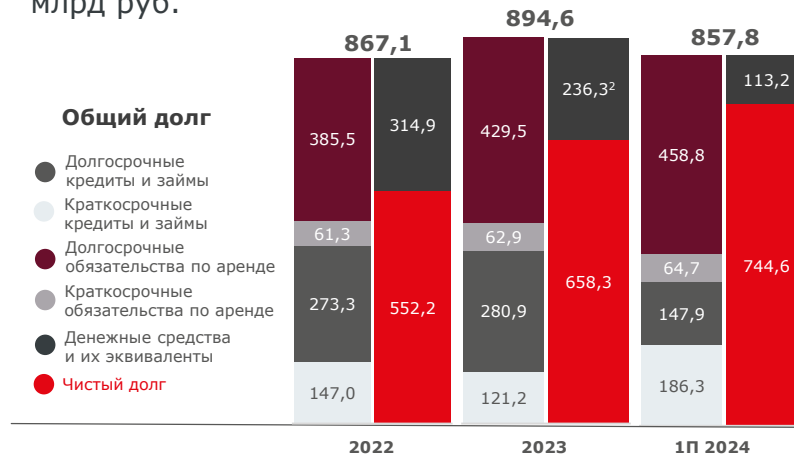
Средневзвешенная стоимость долга

10,7% на 30.06.2024 г.¹

Низкая долговая нагрузка

Соотношение чистый долг / LTM EBITDA – 2,7х

Динамика уровня долга, млрд руб.



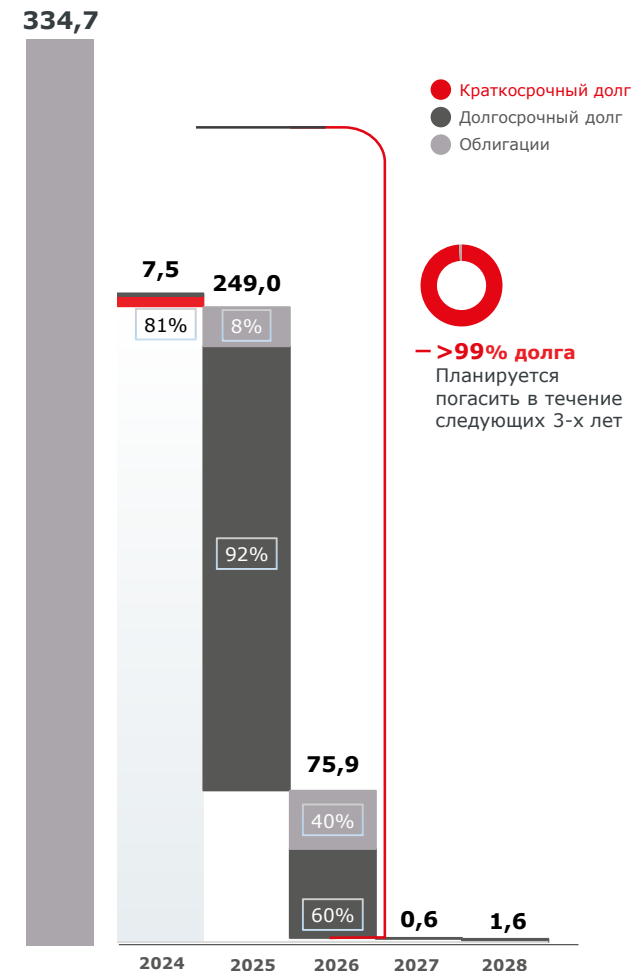
Соотношение чистый долг / LTM EBITDA



EBITDA / Финансовые расходы



Кредитный портфель³ млрд руб.



По состоянию на 30.06.2024 г.

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

1. Без учета «Самбери»

2. 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)

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



Анализ капитальных затрат

1П 2024
млн руб.

53,124

Итого

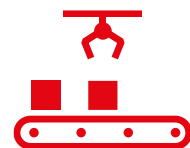
1П 2023
млн руб.

25,443



Незавершенное
строительство и
здания

18 338
34,5%



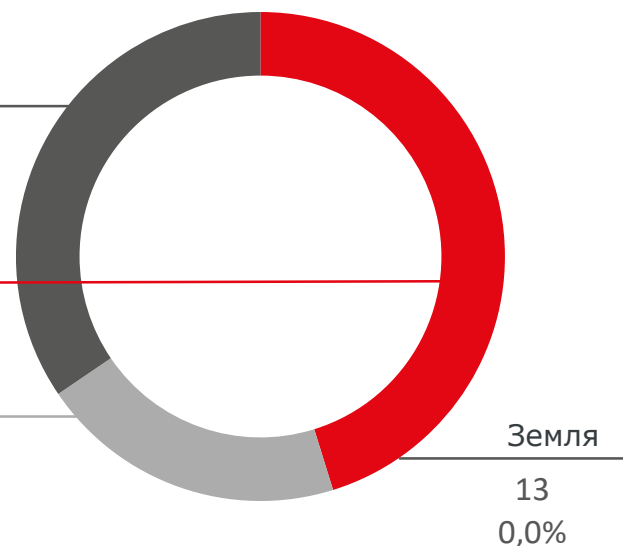
Машины и
оборудование

23 987
45,2%

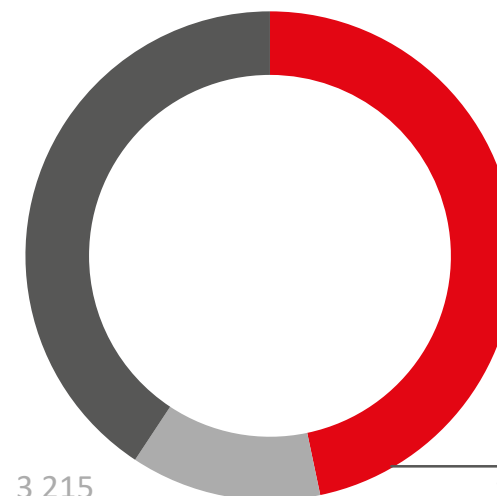


Прочие
активы

10 787
20,3%



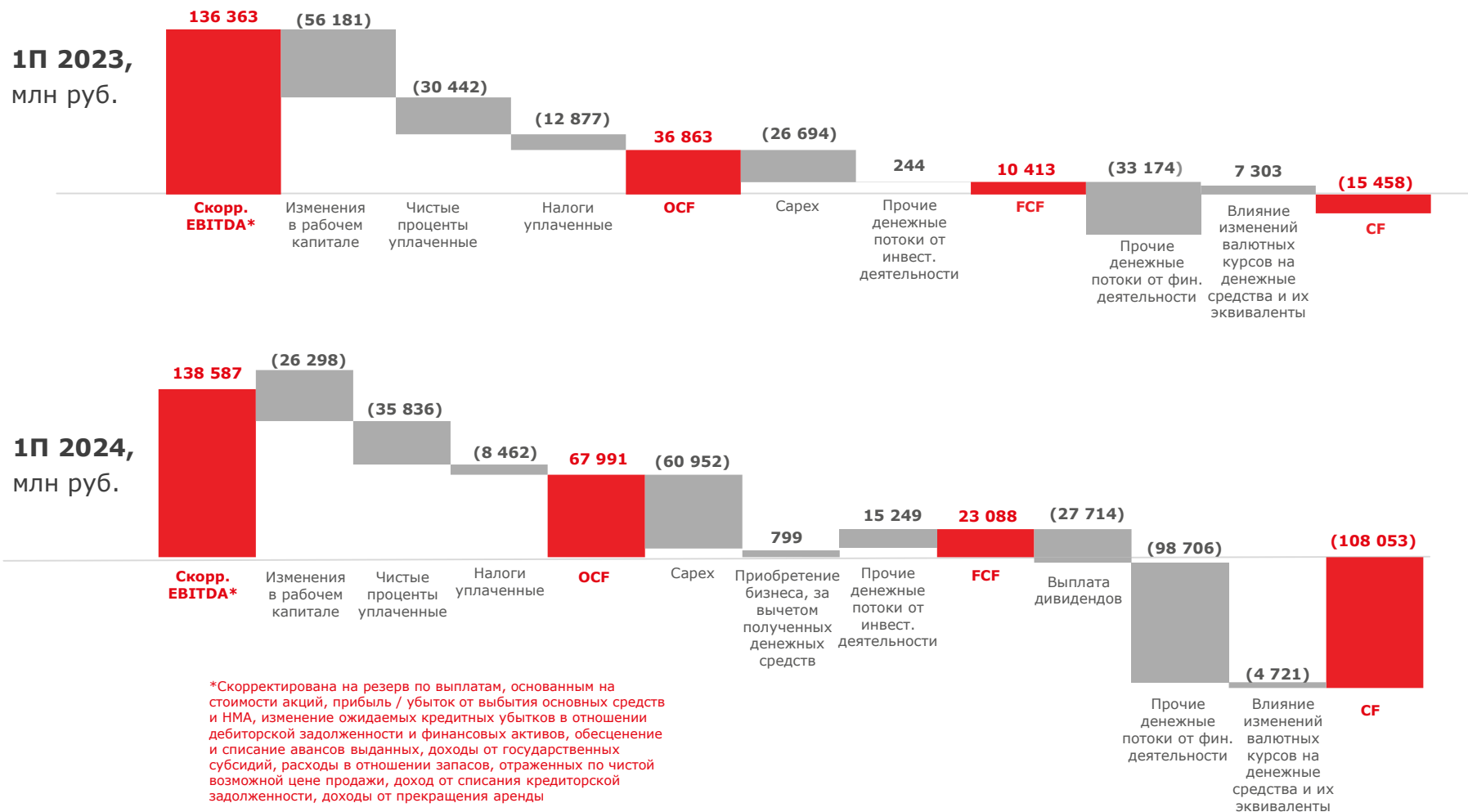
10 345
40,7%



Земля
12
0,0%



Свободный денежный поток



Анализ рабочего капитала

35 дней

Средний срок расчета с поставщиками

38 дней

Оборачиваемость запасов

Приложение

Российская макросреда
Квартальные операционные результаты



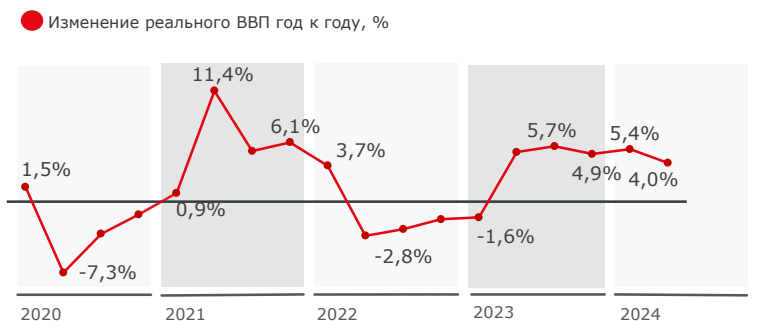


Российская макросреда

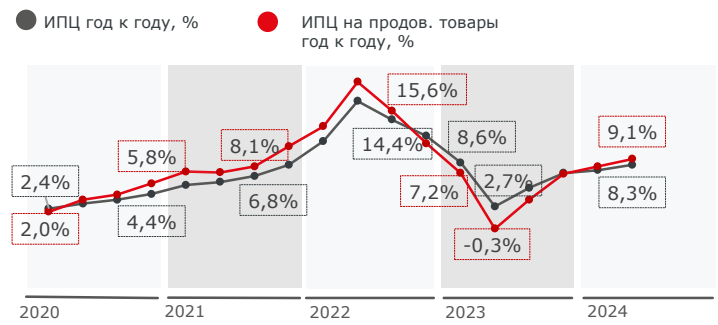


[Назад к исходному слайду →](#)

1 Рост ВВП в реальном выражении замедлился год к году во 2 квартале 2024 г. по сравнению с 1 кварталом 2024 г.



2 Уровень инфляции является благоприятным для ритейлеров



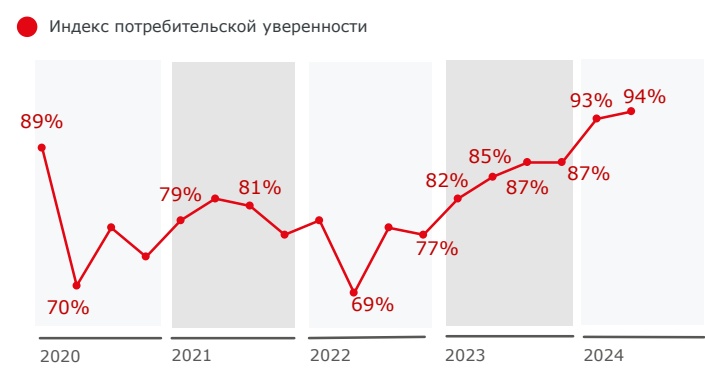
3 Реальные располагаемые доходы населения во 2 кв. 2024 г. выросли год к году. Темпы роста ускорились по сравнению с 1 кв. 2024 г. Уровень безработицы во 2 квартале 2024 г. улучшился до 2,6%



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



5 Потребительская уверенность во 2 квартале 2024 г. выросла квартал к кварталу на 1 п. п. до 94%



6 Наблюдается ускорение роста продовольственной розницы в номинальном выражении. Магнит в 1 полугодии показывает двузначные темпы роста выручки





Квартальные операционные результаты

млрд руб.	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022	1 кв. 2023	2 кв. 2023	1П 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023	1П 2024
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА	547,7	588,6	594,4	621,3	2 352,0	596,8	632,7	1 229,5	628,5	686,7	2 544,7	1 460,1
рост год к году, %	37,7%	38,7%	21,5%	14,1%	26,7%	9,0%	7,5%	8,2%	5,7%	10,5%	8,2%	18,8%
ЧИСТАЯ РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА	534,8	579,0	582,9	603,0	2 299,7	583,2	620,5	1 203,7	623,9	681,7	2 509,3	1 448,5
рост год к году, %	37,9%	40,0%	22,6%	13,6%	27,2	9,0%	7,2%	8,1%	7,0%	13,1%	9,1%	20,3%
Магазины у дома «Магнит»	358,2	396,6	400,9	414,1	1 569,8	406,4	436,6	843,0	437,8	477,0	1 757,8	995,7
Магазины у дома «ДИКСИ»	70,5	75,9	69,7	68,8	284,9	66,6	71,5	138,2	69,6	75,8	283,6	158,1
Супермаркеты	53,8	56,3	58,5	65,1	233,7	59,9	61,7	121,6	61,7	69,4	252,8	127,9
Дрогери	45,9	44,2	50,7	51,7	192,5	47,0	47,7	94,6	51,3	54,8	200,7	108,9
Количество магазинов	26 605	26 731	27 059	27 405	27 405	27 909	28 309	28 309	28 707	29 165	29 165	30 109
Магазины у дома «Магнит»	16 620	16 748	17 139	17 416	17 416	17 787	18 072	18 072	18 377	18 701	18 701	19 423
Магазины у дома «ДИКСИ»	2 333	2 326	2 208	2 208	2 208	2 207	2 213	2 213	2 219	2 235	2 235	2 274
Супермаркеты	468	467	493	493	493	492	490	490	488	489	489	481
Дрогери	7 146	7 161	7 219	7 288	7 288	7 423	7 534	7 534	7 623	7 740	7 740	7 931
Торговая площадь, тыс. кв. м	9 235	9 258	9 353	9 472	9 472	9 623	9 753	9 753	9 894	10 053	10 053	10 376
Магазины у дома «Магнит»	5 797	5 836	5 960	6 062	6 062	6 184	6 287	6 287	6 402	6 527	6 527	6 807
Магазины у дома «ДИКСИ»	757	754	717	719	719	721	728	728	732	739	739	756
Супермаркеты	935	934	986	984	984	982	980	980	981	983	983	969
Дрогери	1 645	1 649	1 663	1 678	1 678	1 707	1 730	1 730	1 750	1 773	1 773	1 811



Квартальные операционные результаты

	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022	1 кв. 2023	2 кв. 2023	1П 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023	1П 2024
Рост LFL выручки	12,0%	13,1%	13,8%	10,0%	12,1%	6,1%	4,7%	5,4%	3,1%	8,0%	5,5%	10,7%
Магазины у дома «Магнит»	12,0%	13,6%	14,0%	9,6%	12,3%	8,0%	5,5%	6,7%	3,7%	9,0%	6,5%	11,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»			9,8%	6,4%	7,8%	0,6%	-0,9%	-0,2%	2,0%	7,7%	2,3%	11,7%
Супермаркеты	6,6%	9,1%	12,5%	11,4%	9,9%	7,1%	5,1%	6,1%	4,6%	6,1%	5,7%	4,8%
Дрогери	19,7%	14,4%	19,3%	16,1%	17,4%	-1,2%	4,7%	1,7%	-3,0%	1,6%	0,4%	10,2%
Рост LFL трафика	0,8%	-1,6%	2,5%	4,3%	1,6%	1,6%	2,6%	2,2%	-0,6%	-1,0%	0,6%	0,7%
Магазины у дома «Магнит»	1,0%	-1,3%	3,0%	4,7%	1,8%	2,9%	3,6%	3,3%	0,3%	0,0%	1,6%	0,9%
Магазины у дома «ДИКСИ»			1,4%	1,4%	1,4%	-3,3%	-1,4%	-2,4%	-3,8%	-3,2%	-2,9%	1,5%
Супермаркеты	-4,0%	-4,4%	0,2%	6,3%	-0,5%	4,2%	1,9%	3,0%	0,1%	-3,6%	0,5%	-3,5%
Дрогери	2,8%	-1,8%	1,4%	4,3%	1,7%	-4,3%	-0,7%	-2,5%	-6,2%	-5,5%	-4,3%	1,1%
Рост LFL чека	11,1%	15,0%	11,0%	5,4%	10,3%	4,4%	2,0%	3,2%	3,8%	9,0%	4,8%	9,9%
Магазины у дома «Магнит»	10,8%	15,2%	10,7%	4,7%	10,2%	5,0%	1,9%	3,3%	3,4%	9,0%	4,8%	10,4%
Магазины у дома «ДИКСИ»			8,3%	4,9%	6,3%	4,1%	0,5%	2,2%	6,1%	11,3%	5,4%	10,0%
Супермаркеты	11,0%	14,0%	12,2%	4,8%	10,5%	2,8%	3,1%	3,0%	4,5%	10,1%	5,2%	8,5%
Дрогери	16,4%	16,5%	17,7%	11,3%	15,4%	3,2%	5,5%	4,3%	3,4%	7,6%	4,9%	9,0%



Контактная информация

Департамент по связям с инвесторами



magnitIR@magnit.ru



magnit.com/en