



## Магнит подвел итоги новогодних продаж

Краснодар, 15 января 2020 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания»; MOEX и LSE: MGNT), начинает практику публикации результатов предновогодних продаж<sup>1</sup>. Последние дни каждого года традиционно относят к «высокому сезону» в фудритейле. Они, как правило, оказывают существенное влияние на результаты четвертого квартала, а также характеризуют потребительские настроения в целом.

«Магнит» подвел итоги продаж в предновогодний период. За период с 17 по 31 декабря 2019 г. выручка Компании выросла на 8,5%<sup>2</sup> по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, при этом сопоставимые продажи увеличились на 0,6%. Сопоставимый трафик увеличился на 2,4%, при этом LFL средний чек сократился на 1,6% за счет снижения среднего количества товаров в корзине на фоне высокой базы прошлого года, сформированной предновогодней акцией «Все для волшебства рядом<sup>3</sup>».

«Мы довольны результатами последних двух недель декабря 2019 г. Предпосылки к этому мы заметили еще в ноябре, когда получили положительную динамику LFL продаж, в том числе сопоставимого трафика. Нам удалось хорошо подготовиться к высокому сезону – мы пересмотрели ассортимент, ввели качественное новогоднее предложение, а также заметно улучшили доступность товаров на полках. Важную роль сыграла и программа лояльности, ее позитивный эффект становится все более выраженным», - прокомментировал президент, генеральный директор «Магнита» Ян Дюннинг.

Самыми успешными днями предновогоднего периода стали 30 и 31 декабря. На них пришлось около 21% продаж «Магнита» в последние две недели года.

Средний «новогодний чек» покупателя «Магнита» в отчетный период составил 395 рублей. Наилучшую динамику продаж в период подготовки россиян к празднованию Нового года показали категории игристых красных вин и экзотических плодов (авокадо, манго, ягоды и пр.). Их сопоставимый рост составил 246% и 159% в сравнении с показателями 2019 г. соответственно.

Самыми удачными новинками новогоднего предложения «Магнита» стали растения - «Рождественская звезда» (пуансеттия), «Новогодний кипарисовик» (кипарисовик), суккуленты, а также пихты и ели, которых удалось реализовать 552 тыс. штук. Кроме того, Компания реализовала более 15 млн бутылок шампанского и вина, из которых 80% пришлось на российские марки. В течение двух последних недель года покупатели «Магнита» купили около 22 тыс. тонн мандаринов, более 12 млн упаковок шоколадных конфет, 2,7 млн тортов и их половинок, 5 млн банок икры, а также 15,4 млн пачек чая и кофе. Самый главный новогодний соус – майонез - разошелся среди покупателей сети в количестве 16,4 млн упаковок. Продукция под собственными брендами Компании тоже пользовалась высоким спросом: так, под СТМ «Магнит Свежесть» за две последние недели 2019 г. было реализовано 405 т шампиньонов, 682 т огурцов и 1 328 т томатов.

<sup>1</sup> К предновогодним продажам «Магнит» относит продажи во всех форматах сети в период с 17 по 31 декабря.

<sup>2</sup> Операционные показатели приведены на основе управленческой отчетности. Рост LFL продаж и среднего чека рассчитаны по выручке с НДС.

<sup>3</sup> Акция была приурочена к релизу фильма «Щелкунчик и четыре королевства». Покупатели получали за покупки в «Магните» специальные призы и скидки до 100% на товары. Сроки проведения акции – 1-31 декабря 2018 г.



В преддверии Нового года Компания реализовала более 1 233 т салатов и прочей кулинарии, приготовленных на собственных кухнях, что говорит о растущей популярности предложения готовой еды среди россиян. Доля предварительных заказов в продажах готовой еды в магазинах «Магнит» - более 30%.

Обеспечить высокие результаты продаж в предновогодний период позволил комплекс мероприятий, которые Компания начала реализовывать еще в летний период, в том числе в части формирования сезонного ассортимента и обеспечения его доступности на полках, интеграции новых сервисов и обеспечения оперативной работы логистики. Более 80% торговых точек «Магнита» в конце 2019 года продлили режим работы, часть из них была открыта круглосуточно, в крупных форматах покупателям был предложен предзаказ собственной кулинарии, а для поддержания уровня сервиса розничная сеть дополнительно привлекла более 6 000 работников в магазины.

### **За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:**

#### **Дмитрий Коваленко**

Руководитель управления по связям с инвесторами  
[dmitry\\_kovalenko@magnit.ru](mailto:dmitry_kovalenko@magnit.ru)  
тел. в Краснодаре: +7 (861) 210-48-80

#### **Дина Чистяк**

Руководитель управления по связям с инвесторами  
[dina\\_chistyak@magnit.ru](mailto:dina_chistyak@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» (MOEX и LSE: MGNT, S&P – “BB”) является холдинговой компанией группы обществ (Компания), занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит», с местом нахождения в Краснодаре. Сеть магазинов «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России. По состоянию на 30 сентября 2019 г. сеть «Магнит» насчитывала 20 497 магазинов: 14 507 магазинов у дома, 467 супермаркетов «Магнит Семейный» и 5 523 магазина дробери, расположенных в 3 694 населенных пунктах Российской Федерации.

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

Компания управляет собственной логистической системой, насчитывающей по состоянию на 30 сентября 2019 г. 38 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 776 автомобилей.

В соответствии с неаудированными данными управленческой отчетности Компании по МСФО, ее выручка за 9 месяцев 2019 года составила 1,000 млрд. руб., EBITDA – 63 млрд. руб.