

# МАГНИТ ОБЪЯВЛЯЕТ О РОСТЕ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ НА 27,7% (СКОРРЕКТИРОВАННОЙ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ «ДИКСИ» - НА 13,0%), СОПОСТАВИМЫХ ПРОДАЖ НА 8,6% И 7,2% РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПО EBITDA В 3 КВАРТАЛЕ 2021 ГОДА

Краснодар, 28 октября 2021 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания», «Магнит»; MOEX и LSE: MGNT), объявляет операционные и неаудированные финансовые результаты деятельности за 3 квартал и 9 месяцев 2021 года.

## Ключевые операционные и финансовые показатели за 3 квартал 2021 года

### 27,7%

РОСТ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ

- **Общая выручка выросла 27,7%** год к году до 489,3 млрд руб. Общая выручка, скорректированная на приобретение «Дикси», выросла на 13,0%;
- Чистая розничная выручка увеличилась на 28,2% год к году и составила 475,5 млрд руб. Рост чистой розничной выручки, скорректированной на приобретение «Дикси», составил 13,8%;
- **Сопоставимые продажи (LFL)<sup>1</sup> увеличились на 8,6%** на фоне роста среднего чека на 8,3% и роста трафика на 0,3%;

### 8,6%

РОСТ LFL ПРОДАЖ

- **Компания открыла (gross) 535 магазинов (336 магазинов у дома «Магнит», 194 дрогери и 5 магазинов у дома «Дикси»)**. В результате продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности закрыт 41 магазин. Таким образом, было открыто 494 магазина (net). В дополнение к органическому росту Компания консолидировала 2 477 магазинов под брендом «Дикси». Общее количество магазинов сети по состоянию на 30 сентября 2021 г. составило 25 315;
- **Торговая площадь Компании увеличилась на 176 тыс. кв. м**, включая торговую площадь магазинов под брендом «Дикси». Общая торговая площадь составила 8 723 тыс. кв. м (рост 18,4% год к году);
- **Компания выполнила редизайн 145 магазинов (113 магазинов у дома, 22 супермаркета и 10 дрогери)**. По состоянию на 30 сентября 2021 г. доля новых магазинов и магазинов, прошедших редизайн, составила 75% магазинов у дома, 39% супермаркетов и 60% магазинов дрогери;

<sup>1</sup> База расчета LFL-показателей включает магазины спустя 12 месяцев с даты открытия. Рост LFL-продаж и среднего чека рассчитан по выручке с НДС. Магазины «Дикси» будут включены в базу LFL спустя 12 полных месяцев с момента консолидации.

# 7,2%

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПО  
ЕБИТДА

- **Валовая прибыль увеличилась на 26,6% год к году** до 115,4 млрд руб. **Валовая рентабельность составила 23,6%**;
- **Показатель ЕБИТДА составил 35,0 млрд руб. Рентабельность по ЕБИТДА составила 7,2%** - выросла квартал к кварталу (не изменилась год к году) после консолидации «Дикси» на фоне увеличения плотности продаж и снижения коммерческих, общехозяйственных и административных расходов;
- **Чистая прибыль увеличилась на 41,1% год к году** до 13,6 млрд руб. **Рентабельность чистой прибыли составила 2,8%** по сравнению с 2,5% годом ранее.



*«Мы довольны выдающимися результатами деятельности Компании в третьем квартале. Мы завершили уникальную стратегическую сделку, которая кардинально изменила наши позиции на рынке. Наши инициативы, оцененные покупателями и подкреплённые благоприятными условиями на рынке, привели к высокому росту чистой розничной выручки<sup>2</sup> примерно на 14% за счёт роста LFL выручки почти на 9% снова благодаря зрелым магазинам. Рост чистой розничной выручки ускорился месяц к месяцу с 11% в июле до 17% в сентябре.*

**Ян Дюннинг**

Президент, генеральный директор сети «Магнит»

*Несмотря на то, что сеть «Дикси» требует дополнительного внимания и улучшения рентабельности, первое детальное погружение в ее бизнес дает нам уверенность в том, что мы сможем получить существенную синергию в среднесрочной перспективе. Это позволяет нам сохранять неизменными наши долгосрочные цели. Более того, с учетом маржи ЕБИТДА в третьем квартале в размере 7,2% после консолидации «Дикси», мы считаем дальнейший потенциал ее увеличения весьма обоснованным.*

*Мы добиваемся хороших результатов не только в офлайн-бизнесе. Наши онлайн продажи набирают обороты несмотря на то, что первый заказ из нашего магазина был сделан всего 15 месяцев назад. Сейчас мы обслуживаем около 50 тысяч заказов в день, имея один из самых широких охватов сервисом доставки в России и быстро приближаясь к лидерству на рынке.*



*В отчетном периоде мы продолжили усиливать команду менеджмента отличными профессионалами, чтобы ускорить процесс трансформации бизнеса. О достигнутом прогрессе свидетельствуют наши результаты. И я твердо убежден, что мы можем сохранить эту положительную динамику и обеспечить дальнейший рост для всех стейкхолдеров».*

## Ключевые события 3 квартала 2021 г. и после отчетного периода

- Внеочередным общим собранием акционеров избран новый Совет директоров, состоящий из 11 членов. Состав Совета Директоров отражает значительное постоянство, так как семь из одиннадцати членов Совета Директоров входили в его прежний состав;
- «Магнит» начал открывать дискаунтеры «Моя цена» в уникальном дизайне. Общее количество дискаунтеров на 28 октября 2021 года составило 141;
- Юрий Мисник назначен на должность директора по цифровым технологиям;
- «Магнит» запустил онлайн-аптеку в регионах и начал сотрудничать с аптечным маркетплейсом «Ютека»;
- «Магнит» выполнил 50 000 онлайн-заказов в пиковый день сентября;

# 141

ЖЕСТКИЙ ДИСКАУНТЕР  
ПО СОСТОЯНИЮ НА  
28 ОКТЯБРЯ 2021 Г.

<sup>2</sup> Скорректированная на приобретение розничного бизнеса «Дикси»

- «Магнит» и крупнейшие FMCG-компании подписали Кодекс добровольных обязательств участников Инициативы «Вместе за здоровое будущее».

## Консолидация бизнеса «Дикси» и изменение стандартов отчетности

«Магнит» завершил приобретение розничного бизнеса «Дикси» и начал консолидировать его результаты с 22 июля 2021 года. Выручка и операционные результаты магазинов под брендом «Дикси» отражаются отдельно. Показатели роста будут публиковаться начиная с 3 квартала 2022 года. Магазины «Дикси» не включены в базу LFL и войдут в нее спустя двенадцать полных месяцев с момента консолидации. Розничный бизнес «Дикси» не является отдельным сегментом – «Магнит» продолжит представлять консолидированные финансовые результаты по Группе.

Начиная с отчетного квартала, Компания переходит к раскрытию подробных результатов продаж и операционных показателей онлайн-бизнеса, включая общий оборот товаров (GMV) (с НДС), средний чек, количество заказов в день и т.д.

## Операционные результаты за 3 квартал и 9 месяцев 2021 года

### Розничная выручка

	ЗКв 2021	ЗКв 2020	Изменение	Изменение, %	9М 2021	9М 2020	Изменение	Изменение, %
<b>Общая чистая розничная выручка, млн руб.</b>	<b>475 452</b>	<b>370 952</b>	<b>104 500</b>	<b>28,2%</b>	<b>1 277 044</b>	<b>1 114 910</b>	<b>162 134</b>	<b>14,5%</b>
<b>Магнит</b>	<b>422 143</b>	<b>370 952</b>	<b>51 191</b>	<b>13,8%</b>	<b>1 223 735</b>	<b>1 114 910</b>	<b>108 825</b>	<b>9,8%</b>
Магазины у дома <sup>3</sup>	329 563	284 552	45 011	15,8%	953 981	860 142	93 838	10,9%
Супермаркеты <sup>4</sup>	50 559	48 663	1 896	3,9%	152 187	149 618	2 569	1,7%
Дрогери	39 646	34 993	4 653	13,3%	109 898	97 275	12 623	13,0%
Прочие форматы <sup>5</sup>	2 375	2 744	-369	-13,4%	7 670	7 876	-206	-2,6%
<b>ДИКСИ</b>	<b>53 309</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>53 309</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	50 495	n/a	n/a	n/a	50 495	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты <sup>6</sup>	2 813	n/a	n/a	n/a	2 813	n/a	n/a	n/a
<b>Количество чеков, млн</b>	<b>1 410</b>	<b>1 200</b>	<b>211</b>	<b>17,6%</b>	<b>3 756</b>	<b>3 486</b>	<b>270</b>	<b>7,7%</b>
<b>Магнит</b>	<b>1 258</b>	<b>1 200</b>	<b>58</b>	<b>4,9%</b>	<b>3 603</b>	<b>3 486</b>	<b>117</b>	<b>3,4%</b>
Магазины у дома	1 060	1 006	54	5,3%	3 033	2 928	106	3,6%
Супермаркеты	84	86	-2	-2,2%	248	254	-5	-2,1%
Дрогери	108	99	9	8,7%	301	281	20	7,3%
Прочие форматы	6	8	-2	-24,8%	21	24	-4	-14,6%
<b>ДИКСИ</b>	<b>153</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>153</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	148	n/a	n/a	n/a	148	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	5	n/a	n/a	n/a	5	n/a	n/a	n/a
<b>Средний чек<sup>7</sup>, руб.</b>	<b>337</b>	<b>309</b>	<b>28</b>	<b>9,0%</b>	<b>340</b>	<b>320</b>	<b>20</b>	<b>6,3%</b>
<b>Магнит</b>	<b>336</b>	<b>309</b>	<b>26</b>	<b>8,5%</b>	<b>340</b>	<b>320</b>	<b>20</b>	<b>6,2%</b>
Магазины у дома	311	283	28	10,0%	314	294	21	7,0%
Супермаркеты	602	566	35	6,2%	613	590	23	3,9%
Дрогери	367	353	15	4,2%	365	347	18	5,3%
Прочие форматы	374	325	50	15,3%	362	318	44	13,8%
<b>ДИКСИ</b>	<b>349</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>349</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	341	n/a	n/a	n/a	341	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	621	n/a	n/a	n/a	621	n/a	n/a	n/a

<sup>3</sup> Магазины у дома включают магазины у дома и небольшие пилотные форматы, такие как «Магнит Сити» и «Моя цена»

<sup>4</sup> Супермаркеты включают супермаркеты «Магнит Семейный» и суперсторы «Магнит Экстра»

<sup>5</sup> Прочие форматы включают аптеки и магазины, расположенные в отделениях «Почты России»

<sup>6</sup> Супермаркеты включают магазины Мегамарт и Минимарт

<sup>7</sup> Без НДС

## Магазины и торговая площадь

	<b>3Кв 2021</b>	<b>3Кв 2020</b>	<b>Изменение</b>	<b>Изменение, %</b>	<b>9М 2021</b>	<b>9М 2020</b>	<b>Изменение</b>	<b>Изменение, %</b>
<b>Количество магазинов (на конец периода)</b>	<b>25 315</b>	<b>21 154</b>	<b>4 161</b>	<b>19,7%</b>	<b>25 315</b>	<b>21 154</b>	<b>4 161</b>	<b>19,7%</b>
<b>Магнит</b>	22 838	21 154	<b>1 684</b>	<b>8,0%</b>	22 838	21 154	<b>1 684</b>	<b>8,0%</b>
Магазины у дома	15 657	14 699	<b>958</b>	<b>6,5%</b>	15 657	14 699	<b>958</b>	<b>6,5%</b>
Супермаркеты	467	469	<b>-2</b>	<b>-0,4%</b>	467	469	<b>-2</b>	<b>-0,4%</b>
Дрогери	6 714	5 986	<b>728</b>	<b>12,2%</b>	6 714	5 986	<b>728</b>	<b>12,2%</b>
<b>ДИКСИ</b>	2 477	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	2 477	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	2 438	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	2 438	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Супермаркеты	39	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	39	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
<b>Количество открытых магазинов (Net)</b>	<b>494</b>	<b>260</b>	<b>234</b>	<b>90,0%</b>	<b>1 274</b>	<b>429</b>	<b>845</b>	<b>197,0%</b>
<b>Магнит</b>	494	260	<b>234</b>	<b>90,0%</b>	1 274	429	<b>845</b>	<b>197,0%</b>
Магазины у дома	309	118	<b>191</b>	<b>161,9%</b>	746	77	<b>669</b>	<b>868,8%</b>
Супермаркеты	-2	-3	<b>1</b>	<b>-33,3%</b>	-3	-4	<b>1</b>	<b>-25,0%</b>
Дрогери	187	145	<b>42</b>	<b>29,0%</b>	531	356	<b>175</b>	<b>49,2%</b>
<b>ДИКСИ</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Супермаркеты	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
<b>Общая торговая площадь (на конец периода), тыс. кв. м</b>	<b>8 723</b>	<b>7 371</b>	<b>1 353</b>	<b>18,4%</b>	<b>8 723</b>	<b>7 371</b>	<b>1 353</b>	<b>18,4%</b>
<b>Магнит</b>	7 924	7 371	<b>553</b>	<b>7,5%</b>	7 924	7 371	<b>553</b>	<b>7,5%</b>
Магазины у дома	5 410	5 005	<b>405</b>	<b>8,1%</b>	5 410	5 005	<b>405</b>	<b>8,1%</b>
Супермаркеты	941	940	<b>1</b>	<b>0,1%</b>	941	940	<b>1</b>	<b>0,1%</b>
Дрогери	1 546	1 384	<b>162</b>	<b>11,7%</b>	1 546	1 384	<b>162</b>	<b>11,7%</b>
Прочие форматы	28	42	<b>-14</b>	<b>-33,3%</b>	28	42	<b>-14</b>	<b>-33,3%</b>
<b>ДИКСИ</b>	799	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	799	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	725	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	725	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Супермаркеты	75	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	75	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
<b>Прирост торговой площади (Net), тыс. кв. м</b>	<b>176</b>	<b>80</b>	<b>96</b>	<b>n/a</b>	<b>427</b>	<b>132</b>	<b>295</b>	<b>n/a</b>
<b>Магнит</b>	176	80	<b>95</b>	<b>n/a</b>	427	132	<b>295</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	134	49	<b>85</b>	<b>n/a</b>	320	53	<b>267</b>	<b>n/a</b>
Супермаркеты	-2	-3	<b>2</b>	<b>n/a</b>	0	-8	<b>8</b>	<b>n/a</b>
Дрогери	45	34	<b>11</b>	<b>n/a</b>	117	81	<b>36</b>	<b>n/a</b>
Прочие форматы	-2	1	<b>-3</b>	<b>n/a</b>	-10	6	<b>-16</b>	<b>n/a</b>
<b>ДИКСИ</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Супермаркеты	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	0	n/a	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>

## Результаты LFL за 3 квартал и 9 месяцев 2021 г.<sup>8</sup>

	3Кв 2021			9М 2021		
	Средний чек	Трафик	Продажи	Средний чек	Трафик	Продажи
<b>Итого (Магнит, не включая Дикси)</b>	<b>8,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>8,6%</b>	<b>5,9%</b>	<b>0,1%</b>	<b>6,0%</b>
Магазины у дома	9,5%	0,6%	10,2%	6,6%	0,3%	6,9%
Супермаркеты	5,9%	-2,5%	3,2%	3,6%	-2,1%	1,5%
Дрогери	3,7%	-0,4%	3,2%	4,8%	-0,5%	4,3%

### Операционные показатели

# 4,7%

РОСТ ПЛОТНОСТИ  
ПРОДАЖ ГОД К ГОД (LTM)<sup>9</sup>

В 3 квартале 2021 г. общая выручка выросла на 27,7% год к году и составила 489,3 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 28,2% год к году на фоне увеличения торговой площади на 18,4% и роста LFL продаж на 8,6%. Чистая розничная выручка магазинов под брендом «Магнит» увеличилась до 13,8% с 9,1% во 2 квартале 2021 года благодаря росту LFL продаж в зрелых магазинах.

Рост чистой розничной выручки продолжал опережать рост торговой площади благодаря дальнейшему росту плотности продаж. Плотность продаж по всей сети (не включая магазины под брендом «Дикси») в 3 квартале 2021 г. увеличилась на 1,6% квартал к кварталу и 4,7% год к году, при этом выручка с кв. м. в основном формате – магазине у дома – выросла на 1,9% квартал к кварталу и 6,0% год к году.

В отчетном квартале рост чистой розничной выручки «Магнита» демонстрировал постепенное ускорение каждый месяц с 10,7% в июле до 17,2% в сентябре.

Рост торговой площади увеличился с 6,3% в предыдущем квартале до 18,4% в отчетном квартале благодаря органическому росту и приобретению «Дикси» (2 477 магазинов добавлены в 3 квартале 2021 г.). Рост торговой площади, скорректированный на приобретение «Дикси», также продемонстрировал ускорение по сравнению с предыдущим кварталом до 7,5%, отражая рекордно высокое количество открытий магазинов за квартал, начиная с 4 квартала 2019 года.

# 92%

ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДИ УЖЕ  
ДОСТИГЛИ ЗРЕЛОГО  
УРОВНЯ ПРОДАЖ

Рост LFL продаж ускорился с 5,2% в предыдущем квартале до 8,6% в 3 квартале 2021 г. главным образом за счет сильных результатов зрелых магазинов. Зрелые магазины демонстрировали рост с высоких однозначных до двузначных показателей год к году. 272 магазина вошли в базу LFL в 3 квартале (включая 126 магазинов у дома и 148 магазинов дрогери). На данный момент только 8% торговой площади Компании находится в стадии выхода на целевые показатели, в то время как 92% уже достигли зрелого уровня продаж.

Показатели магазинов, входящих в базу LFL, были высокими во всех регионах, при этом Москва и Центральный регион продемонстрировали самые сильные результаты.

В отчетном квартале рост LFL среднего чека составил 8,3% и стал основным драйвером роста LFL продаж в 3 квартале 2021 года. Высокие показатели LFL среднего чека обусловлены продолжающимися операционными улучшениями, ускорением инфляции и разовыми социальными выплатами различным категориям населения.

Рост LFL трафика остался положительным и составил 0,3%, отражая нормализованную базу сравнения. Рост LFL трафика был обусловлен как притоком новых уникальных покупателей, так и увеличением частоты посещений.

<sup>8</sup> Не включая магазины «Дикси». Магазины «Дикси» будут включены в базу LFL спустя 12 полных месяцев с момента консолидации

<sup>9</sup> Отношение чистой розничной выручки за последние 4 квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов (не включая «Дикси»)

В Компании продолжился приток покупателей из традиционной розницы и от других игроков.

Ускорение роста выручки и LFL продаж по сравнению с предыдущим кварталом произошло без усиления промо активности. Доля промо как процент от выручки не изменилась квартал к кварталу и год к году в связи с эффективными сезонными промо кампаниями, чему способствовали благоприятные погодные условия и высокий внутренний туристический сезон.

## 55 млн

ДЕРЖАТЕЛЕЙ КАРТ  
ЛОЯЛЬНОСТИ

В отчетном квартале количество держателей карт лояльности достигло 54,5 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила 51% в чеках и 65% в продажах. Программа лояльности продолжает давать положительные кросс-форматные результаты - 40% покупателей «Магнита» в конце отчетного периода посещают 2 и более формата магазинов (рост год к году на 1,2%). Средний чек активного пользователя карты лояльности в 1,8 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

### Развитие сети магазинов и результаты форматов

## 10,2%

РОСТ LFL ПРОДАЖ В  
ФОРМАТЕ МАГАЗИНОВ У  
ДОМА В 3 КВАРТАЛЕ 2021  
ГОДА

Магазины у дома под брендом «Магнит» составили 69,3% в розничных продажах Компании в отчетном квартале. В 3 квартале 2021 г. Компания ускорила свою программу развития как квартал к кварталу, так и год к году, и открыла (gross) 336 магазинов у дома (187 магазинов в 3 квартале 2020 г.). «Магнит» продолжил кампанию по повышению операционной эффективности и закрыл 27 магазинов у дома по сравнению с 69 магазинами, закрытыми в 3 квартале 2020 г. В результате Компания открыла (net) 309 магазинов у дома в течение отчетного квартала. Торговая площадь магазинов у дома увеличилась на 8,1% год к году. Продажи в формате магазинов у дома ускорились на 15,8% - самый высокий показатель среди всех форматов магазинов «Магнит» - благодаря росту LFL продаж на 10,2% и приросту торговой площади на 8,1%. Оба компонента LFL продаж были положительными - рост среднего чека достиг 9,5%, при этом рост трафика составил 0,6%.

## 46

СУПЕРМАРКЕТОВ  
«МАГНИТ» ПРОШЛИ  
РЕДИЗАЙН ЗА 9 МЕСЯЦЕВ  
2021 ГОДА

Супермаркеты «Магнит» генерируют 10,6% розничных продаж Компании в отчетном квартале. В 3 квартале 2021 г. Компания не открывала новые супермаркеты, а закрыла два магазина, сфокусировавшись на обновлении, а не на увеличении площадей. Программа редизайна Компании набирает обороты - в течение 9 месяцев 2021 г. обновление прошли 46 супермаркетов, включая 22 в 3 квартале 2021 г. Ожидается, что темп программы редизайна сохранится и в 4 квартале 2021 г. Торговая площадь данного формата практически не изменилась год к году, но рост LFL продаж ускорился до 3,2% по сравнению с 2,0% в предыдущем квартале на фоне роста среднего чека на 5,9% и снижения трафика на 2,5%. В результате рост чистых розничных продаж супермаркетов ускорился до 3,9% в отчетном квартале.

## 11,7%

ПРИРОСТ ТОРГОВОЙ  
ПЛОЩАДИ ГОД К ГОДУ В  
ФОРМАТЕ ДРОГЕРИ В  
3 КВАРТАЛЕ 2021 Г.

Доля формата дрoгери в розничных продажах Компании составила 8,3%. В 3 квартале 2021 г. были открыты (net) 187 магазинов косметики, прирост торговой площади составил 45 000 кв. м или 11,7% год к году - самый высокий показатель прироста из всех форматов магазинов. На фоне такого роста торговой площади и роста LFL продаж на 3,2%, рост выручки достиг 13,3%. LFL трафик сократился на 0,4%, что было компенсировано ростом LFL среднего чека на 3,7%. Динамика LFL показателей в формате дрoгери отражает снижение непродовольственной инфляции, различную структуру товаров промо и высокую базу сравнения.

В 3 квартале 2021 г. «Магнит» продолжил программу реновации. Обновление прошли 113 магазинов у дома, 22 супермаркета и 10 магазинов дрoгери. В результате общая доля новых магазинов и магазинов, прошедших редизайн, достигла 75% для магазинов у дома, 39% для супермаркетов и 60% для формата дрoгери.

Доля магазинов «Дикси» в розничных продажах Компании достигла 11,2% в 3 квартале, начиная с даты консолидации 22 июля 2021 г. В отчетном периоде были открыты пять магазинов у дома и столько же магазинов были закрыты. В

# 11,2%

ДОЛЯ МАГАЗИНОВ  
«ДИКСИ» В РОЗНИЧНЫХ  
ПРОДАЖАХ В 3 КВАРТАЛЕ  
2021 Г.

результате, количество магазинов и торговая площадь не изменились. Рост LFL продаж сети магазинов «Дикси» по проформе выражался средними однозначными цифрами за счет зрелых магазинов.

## Онлайн-коммерция

«Магнит» начал тестирование сервисов в онлайн-коммерции в третьем квартале 2020 года. Всего в настоящее время Компания осуществляет ряд онлайн-проектов доставки – собственных и партнерских (экспресс-доставка, регулярная доставка, онлайн-аптека, косметика и партнерства).

Общий онлайн оборот товаров (GMV) с НДС в отчетном периоде составил 2,9 млрд руб. - более половины общего онлайн оборота товаров (GMV) в размере 5,2 млрд руб. за девять месяцев.

В 3 квартале 2021 г. среднее количество заказов в день продолжало расти до 32 600. 26 сентября «Магнит» выполнил более 50 000 заказов.

Средний чек по всем онлайн-сервисам составил около 969 руб. с НДС, что примерно в 2,7 раза выше, чем в магазинах у дома (356 руб. в 3 квартале 2021 г.). В основном это связано с увеличением количества товаров в корзине. Средний чек в собственном сервисе доставки «Магнита» составил 1 202 руб.

Сервисы e-commerce «Магнита» сегодня охватывают свыше 2 700 офлайн-магазинов и 15 дарксторов в 64 регионах и 267 населенных пунктах. При этом 66% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. За три отчетных месяца Компания увеличила количество охваченных городов в 2,5 раза. Ожидается, что на конец 2021 года сервисы e-commerce «Магнита», включая собственные и партнерские онлайн-проекты, будут охватывать свыше 4 000 магазинов всех форматов.

# 5,2

млрд руб.

ОБЩИЙ ОБОРОТ ТОВАРОВ  
(GMV) ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2021  
ГОДА

	3Кв 2021	3Кв 2020	Изменение	Изменение, раз/%	9М 2021	9М 2020	Изменение	Изменение, раз/%
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	2,9	0,004	2,9	707x	5,2	0,004	5,2	1 268x
Количество заказов в день (среднее)	32 600	77	32 523	423x	19 705	77	19 628	256x
Средний чек с НДС, руб.	969	900	69	7,7%	1 013	900	113	12,6%
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	2 700	130	2 570	21x	2 700	130	2 570	21x

## Ключевые финансовые показатели за 3 квартал и 9 месяцев 2021 г. (МСБУ 17)

млн руб.	3Кв 2021	3Кв 2020	Изменение	9М 2021	9М 2020	Изменение
<b>Общая выручка</b>	<b>489 296</b>	<b>383 189</b>	<b>27,7%</b>	<b>1 311 526</b>	<b>1 146 550</b>	<b>14,4%</b>
Розничная выручка	475 452	370 952	<b>28,2%</b>	1 277 044	1 114 910	<b>14,5%</b>
Оптовая выручка	13 844	12 237	<b>13,1%</b>	34 483	31 640	<b>9,0%</b>
Валовая прибыль	115 412	91 180	<b>26,6%</b>	307 983	270 701	<b>13,8%</b>
Валовая маржа, %	23,6%	23,8%	<b>-21 б. п.</b>	23,5%	23,6%	<b>-13 б. п.</b>
SG&A, % от продаж	-20,4%	-20,5%	<b>9 б. п.</b>	-20,4%	-20,5%	<b>6 б. п.</b>
ЕБИТДА до LTI <sup>10</sup>	34 999	27 891	<b>25,5%</b>	93 602	81 461	<b>14,9%</b>
ЕБИТДА маржа до LTI, %	7,2%	7,3%	<b>-13 б. п.</b>	7,1%	7,1%	<b>3 б. п.</b>
ЕБИТДА	35 047	27 598	<b>27,0%</b>	92 976	80 819	<b>15,0%</b>
ЕБИТДА маржа, %	7,2%	7,2%	<b>-4 б. п.</b>	7,1%	7,0%	<b>4 б. п.</b>
ЕБИТ	21 304	16 841	<b>26,5%</b>	55 999	46 978	<b>19,2%</b>
ЕБИТ маржа, %	4,4%	4,4%	<b>-4 б. п.</b>	4,3%	4,1%	<b>17 б. п.</b>
Чистые финансовые расходы	-3 759	-3 368	<b>11,6%</b>	-9 130	-10 642	<b>-14,2%</b>
Прибыль/ (убыток) по курсовым	8	-905	<b>-100,9%</b>	452	-1 730	<b>-126,2%</b>
Прибыль до налогообложения	17 553	12 567	<b>39,7%</b>	47 321	34 606	<b>36,7%</b>
Налоги	-3 977	-2 948	<b>34,9%</b>	-10 797	-7 942	<b>35,9%</b>
Чистая прибыль	13 576	9 620	<b>41,1%</b>	36 525	26 664	<b>37,0%</b>
Чистая маржа, %	2,8%	2,5%	<b>26 б. п.</b>	2,8%	2,3%	<b>46 б. п.</b>

Ключевые финансовые показатели за 3 квартал и 9 месяцев 2021 г. по МСФО 16 представлены в Приложении

Общая выручка за 3 квартал 2021 г. выросла на 27,7% на фоне роста чистой розничной выручки на 28,2% и роста оптовых продаж на 13,1%. Оптовые операции составили 2,8% от общей выручки.

# 23.6%

ВАЛОВАЯ МАРЖА  
В 3 КВАРТАЛЕ 2021 Г.

Валовая прибыль в 3 квартале 2021 г. увеличилась на 26,6% год к году до 115,4 млрд руб. Валовая маржа сократилась на 21 б. п. год к году до 23,6% в результате консолидации бизнеса «Дикси», который оперирует на более низком уровне коммерческой маржи. Это было частично компенсировано повышением рентабельности промо мероприятий, снижением потерь, логистических затрат и положительным влиянием структуры форматов. Интенсивность промо практически не изменилась как год к году, так и квартал к кварталу. Валовая маржа увеличилась на 14 б. п. квартал к кварталу с 23,4% во 2 квартале 2021 г.

Несмотря на дальнейшее повышение доступности товара на полке, расходы на логистику сократились на 7 б. п. год к году благодаря повышению производительности и загрузки распределительных центров, компенсирующему негативное влияние роста тарифов на контейнерные перевозки.

# 24 б. п.

СНИЖЕНИЕ ПОТЕРЬ ГОД К ГОДУ

Одновременно с ростом доли ассортимента фреш и повышением доступности товара на полке, потери как процент от продаж сократились еще на 24 б. п. год к году благодаря постоянной оптимизации логистических процессов, пересмотру стандартов качества принимаемого товара и другим инициативам.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы снизились на 9 б. п. год к году как процент от продаж и составили 20,4% за счет положительного эффекта операционного рычага. Это было достигнуто в результате снижения расходов на персонал, коммунальные услуги, расходов на упаковку и материалы, частично нивелированного увеличением расходов на рекламу и аренду.

<sup>10</sup> LTI – долгосрочная программа мотивации



Расходы на персонал как процент от продаж снизились на 64 б. п. за счет положительного эффекта операционного рычага, повышения производительности труда и благодаря дальнейшей автоматизации бизнес-процессов.

Расходы на рекламу выросли на 33 б. п. год к году в связи с увеличением количества маркетинговых мероприятий, включая цифровой маркетинг и программы лояльности.

Расходы на аренду как процент от продаж выросли на 24 б. п. год к году в результате консолидации магазинов «Дикси», расположенных преимущественно в Москве, Санкт-Петербурге и их областях с более высокими арендными ставками. Этот рост был частично компенсирован увеличением плотности продаж, улучшением условий аренды и закрытием неэффективных магазинов. Доля арендованных площадей увеличилась до 79,6% в 3 квартале 2021 г. по сравнению с 77,6% годом ранее.

Расходы на коммунальные услуги как процент от продаж снизились на 17 б. п. год к году благодаря положительному эффекту операционного рычага и реализации ряда проектов, направленных на энергосбережение, а также переходу на оптовые тарифы.

Расходы на упаковку и материалы как процент от выручки сократились на 10 б. п. год к году на фоне высокой базы прошлого года, связанной со списанием старых запасов материалов.

Прочие расходы как процент от выручки выросли на 22 б. п. год к году в связи с увеличением информационных расходов. Амортизация, ремонт, техническое обслуживание, банковские и налоговые расходы в целом не изменились как процент от продаж год к году.

**7,2%**

ЕБИТДА МАРЖА В 3  
КВАРТАЛЕ 2021 Г.

В результате показатель ЕБИТДА составил 35,0 млрд руб. Рентабельность по ЕБИТДА составила 7,2% в связи со снижением коммерческих, общехозяйственных и административных расходов, оставшись на прежнем уровне по сравнению с прошлым годом и увеличившись с 7,1% в прошлом квартале благодаря росту плотности продаж, снижению потерь и логистических затрат, что было частично нивелировано отрицательным эффектом от консолидации бизнеса «Дикси» с более низкой рентабельностью. Рентабельность по ЕБИТДА за 9 месяцев 2021 г. выросла на 4 б. п. год к году и составила 7,1%.

Чистые финансовые расходы в 3 квартале 2021 г. выросли на 11,6% год к году до 3,8 млрд руб. в связи с увеличением общей суммы заимствований и стоимости долга. Общий долг Компании увеличился на 87,4 млрд руб. за последние двенадцать месяцев за счет долгосрочных банковских кредитов и облигаций для финансирования ускорения программы развития и приобретения розничной сети «Дикси». Это увеличение произошло в период роста рыночных ставок.

В результате средняя стоимость долга увеличилась до 6,4% (27 б. п. год к году или 2 б. п. квартал к кварталу). 99,9% долга Компании представлены долгосрочными заимствованиями и облигациями со средним сроком погашения 21 месяц.

Величина налога на прибыль в 3 квартале 2021 г. составила 4,0 млрд руб. Эффективная налоговая ставка составила 22,7%.

**2,8%**

МАРЖА ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ  
В 3 КВАРТАЛЕ 2021 Г.

В результате чистая прибыль Компании в 3 квартале 2021 г. увеличилась на 41,1% год к году и составила 13,6 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли выросла на 26 б. п. год к году до 2,8%. Чистая прибыль за 9 месяцев 2021 г. увеличилась на 37,0%. Рентабельность чистой прибыли выросла на 46 б. п. до 2,8%.

## Ключевые показатели баланса (МСФО 16)

	млн руб.	30.09.2021	31.12.2020	30.09.2020
Запасы		<b>216 984</b>	205 949	209 526
Торговая и прочая дебиторская задолженность		<b>14 815</b>	8 564	13 038
Денежные средства и их эквиваленты		<b>37 466</b>	44 700	5 551
Долгосрочные обязательства		<b>215 731</b>	147 695	150 733
Торговая и прочая кредиторская задолженность		<b>200 858</b>	184 325	143 618
Краткосрочные займы и краткосрочная часть долгосрочных обязательств		<b>55 491</b>	18 392	33 092

**16,3**  
дней

ОПТИМИЗАЦИЯ  
ОБОРАЧИВАЕМОСТИ  
ЗАПАСОВ ГОД К ГОДУ <sup>11</sup>

Товарные запасы увеличились на 7,5 млрд руб. по сравнению с 30 сентября 2020 г. и составили 217 млрд руб. на фоне роста общей выручки на 27,7%. Скорректированные на приобретение «Дикси», товарные запасы бизнеса «Магнит» существенно сократились благодаря ряду действующих проектов, включая сокращение товаров с низкой оборачиваемостью, гармонизацию ассортимента и ИТ-решения, направленные на повышение доступности товара на полке и прогнозирование промо-акций.

Торговая и прочая кредиторская задолженность увеличилась на 57,2 млрд руб. по сравнению с 30 сентября 2020 г. и составила 200,9 млрд руб. в связи с ростом продаж и увеличением отсрочки платежа. Дебиторская задолженность увеличилась на 1,8 млрд руб. по сравнению с 30 сентября 2020 г. и составила 14,8 млрд руб. в связи с ростом продаж и улучшением коммерческих условий у поставщиков.

## Структура долга и долговая нагрузка

	30 сентября 2021	30 июня 2021	31 декабря 2020	30 сентября 2020
<b>МСБУ 17</b>				
Общий долг, млрд руб.	<b>271,2</b>	<b>265,5</b>	166,1	183,8
Долгосрочный долг	<b>215,7</b>	<b>222,9</b>	147,7	150,7
Краткосрочный долг	<b>55,5</b>	<b>42,6</b>	18,4	33,1
Чистый долг, млрд руб.	<b>233,8</b>	<b>136,1</b>	121,4	178,3
Чистый долг /ЕБИТДА	<b>1,9x</b>	<b>1,2x</b>	1,1x	1,8x
<b>МСФО 16</b>				
Чистый долг, млрд руб.	<b>682,9</b>	<b>498,9</b>	479,0	533,0
Чистый долг /ЕБИТДА	<b>3,5x</b>	<b>2,7x</b>	2,7x	3,1

**1,9x**

ЧИСТЫЙ ДОЛГ/ЕБИТДА  
НА 30 СЕНТЯБРЯ 2021 Г.  
(МСБУ 17)

На 30 сентября 2021 г. общий долг практически не изменился по сравнению с концом предыдущего квартала и составил 271,2 млрд руб. Объем денежных средств сократился до 37,5 млрд руб. на 30 сентября 2021 г. по сравнению со 129,4 млрд руб. на 30 июня 2021 г. после проведения расчетов по сделке с «Дикси». В результате чистый долг увеличился на 71,7% квартал к кварталу до 233,8 млрд руб. на 30 сентября 2021 г.

Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. Соотношение чистый долг / ЕБИТДА составило 1,9x на 30 сентября 2021 г. по

<sup>11</sup> Оборачиваемость запасов в днях = ((запасы на 30.06.2021 + запасы на 30.09.2021)/2)/себестоимость за 3 квартал 2021 г.) x 92

сравнению с 1,2х на 30 июня 2021 г. Ожидается значительное снижение долговой нагрузки на конец года.

Капитальные затраты в 3 квартале 2021 года более чем удвоились год к году и составили 16,4 млрд руб. Увеличение было обусловлено ускорением программы развития (535 магазинов открыты (gross) в 3 квартале 2021 г. по сравнению с 349 в 3 квартале 2020 г.). Общий объем капитальных затрат за первые девять месяцев 2021 г. составил 42,0 млрд руб. по сравнению с 19,4 млрд руб. за 9 месяцев 2020 г. (рост в 2,2 раза год к году). Ожидается, что капитальные затраты будут увеличиваться в четвертом квартале в соответствии с процессом открытия магазинов Компании и редирайна.

## Прогноз результатов на 2021 г.

# 2 000

МАГАЗИНОВ БУДЕТ  
ОТКРЫТО В 2021 ГОДУ  
(GROSS) В РАМКАХ  
ПРОГРАММЫ  
ОРГАНИЧЕСКОГО  
РАЗВИТИЯ

Компания подтверждает свой прогноз по количеству открытий магазинов, программе реноваций и объему капитальных затрат на 2021 год, опубликованный 4 февраля 2021 г.

В 2021 году Компания планирует открыть около 2 000 магазинов (gross) разных форматов в рамках программы органического развития и обновить около 700 магазинов. Капитальные затраты ожидаются в размере 60-65 млрд руб., не включая приобретение розничного бизнеса «Дикси».

Примечание:

1. Данное сообщение содержит инсайдерскую информацию, раскрываемую в соответствии с Регламентом ЕС «О злоупотреблениях на рынке», вступившим в силу 3 июля 2016 года.
2. Незначительные отклонения в расчете итогов, промежуточных итогов и/или процентного изменения обусловлены округлением.

## За дополнительной информацией обращайтесь:

**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» (МОЕХ 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 2021 г. сеть «Магнит» насчитывала 25 315 магазинов, расположенных в 3 840 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 2021 г. 45 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 144 автомобилей.

В соответствии с неаудированными данными управленческой отчетности Компании по МСФО 16, ее выручка за 9 месяцев 2021 года составила 1 311,5 млрд руб., EBITDA – 151,4 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.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Количество открытых магазинов за 3 квартале и 9 месяцев 2021 г.

	3Кв 2021	3Кв 2020	Изменение	Изменение, %	9М 2021	9М 2020	Изменение	Изменение, %
<b>Количество открытых магазинов (Gross)</b>	<b>535</b>	<b>349</b>	<b>186</b>	<b>53,3%</b>	<b>1 461</b>	<b>847</b>	<b>614</b>	<b>72,5%</b>
<b>Магнит</b>	<b>530</b>	<b>349</b>	<b>181</b>	<b>51,9%</b>	<b>1 456</b>	<b>847</b>	<b>609</b>	<b>71,9%</b>
Магазины у дома	336	187	149	79,7%	885	426	459	107,7%
Супермаркеты	0	1	-1	-100,0%	2	2	0	0,0%
Дрогери	194	161	33	20,5%	569	419	150	35,8%
<b>ДИКСИ</b>	5	n/a	n/a	n/a	5	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	5	n/a	n/a	n/a	5	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	0	n/a	n/a	n/a	0	n/a	n/a	n/a
<b>Количество закрытых магазинов</b>	<b>41</b>	<b>89</b>	<b>-48</b>	<b>-53,9%</b>	<b>187</b>	<b>418</b>	<b>-231</b>	<b>-55,3%</b>
<b>Магнит</b>	<b>36</b>	<b>89</b>	<b>-53</b>	<b>-59,6%</b>	<b>182</b>	<b>418</b>	<b>-236</b>	<b>-56,5%</b>
Магазины у дома	27	69	-42	-60,9%	139	349	-210	-60,2%
Супермаркеты	2	4	-2	-50,0%	5	6	-1	-16,7%
Дрогери	7	16	-9	-56,3%	38	63	-25	-39,7%
<b>ДИКСИ</b>	5	n/a	n/a	n/a	5	n/a	n/a	n/a
Магазины у дома	5	n/a	n/a	n/a	5	n/a	n/a	n/a
Супермаркеты	0	n/a	n/a	n/a	0	n/a	n/a	n/a
<b>Количество открытых магазинов (Net)</b>	<b>494</b>	<b>260</b>	<b>234</b>	<b>90,0%</b>	<b>1 274</b>	<b>429</b>	<b>845</b>	<b>197,0%</b>
<b>Магнит</b>	<b>494</b>	<b>260</b>	<b>234</b>	<b>90,0%</b>	<b>1 274</b>	<b>429</b>	<b>845</b>	<b>197,0%</b>
Магазины у дома	309	118	191	161,9%	746	77	669	868,8%
Супермаркеты	-2	-3	1	-33,3%	-3	-4	1	-25,0%
Дрогери	187	145	42	29,0%	531	356	175	49,2%
<b>ДИКСИ</b>	0	n/a	n/a	n/a	0	0	n/a	n/a
Магазины у дома	0	n/a	n/a	n/a	0	0	n/a	n/a
Супермаркеты	0	n/a	n/a	n/a	0	0	n/a	n/a

## Выручка за 3 квартал 2021 г. по месяцам

	Июль	Изменение	Август	Изменение	Сентябрь	Изменение
<b>Чистая розничная выручка, млн руб.</b>	<b>152 955</b>	<b>16,6%</b>	<b>164 666</b>	<b>32,6%</b>	<b>157 831</b>	<b>36,6%</b>
<b>Магнит</b>	<b>145 174</b>	<b>10,7%</b>	<b>141 498</b>	<b>13,9%</b>	<b>135 471</b>	<b>17,2%</b>
Магазины у дома	113 666	12,6%	110 166	16,1%	105 731	19,2%
Супермаркеты	17 555	1,1%	16 976	2,8%	16 027	8,3%
Дрогери	13 185	10,2%	13 606	14,3%	12 855	15,6%
Прочие форматы	768	-13,3%	750	-17,1%	858	-10,1%
<b>ДИКСИ</b>	<b>7 781</b>	<b>n/a</b>	<b>23 168</b>	<b>n/a</b>	<b>22 359</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	7 365	n/a	21 945	n/a	21 186	n/a
Супермаркеты	417	n/a	1 223	n/a	1 174	n/a

## Ключевые финансовые показатели за 3 квартал и 9 месяцев 2021 г. (IFRS 16)

	млн руб.	3Кв 2021	3Кв 2020	Изменение	9М 2021	9М 2020	Изменение
<b>Общая выручка</b>		<b>489 296</b>	<b>383 189</b>	<b>27,7%</b>	<b>1 311 526</b>	<b>1 146 550</b>	<b>14,4%</b>
Розничная выручка		475 452	370 952	28,2%	1 277 044	1 114 910	14,5%
Оптовая выручка		13 844	12 237	13,1%	34 483	31 640	9,0%
Валовая прибыль		115 444	91 180	26,6%	308 030	270 701	13,8%
Валовая маржа, %		23,6%	23,8%	-20 б. п.	23,5%	23,6%	-12 б. п.
SG&A, % от продаж		-19,0%	-18,9%	-3 б. п.	-18,9%	-19,0%	9 б. п.
EBITDA до LTI <sup>12</sup>		56 955	44 680	27,5%	151 993	132 874	14,4%
EBITDA маржа до LTI, %		11,6%	11,7%	-2 б. п.	11,6%	11,6%	0 б. п.
EBITDA		57 004	44 388	28,4%	151 367	132 232	14,5%
EBITDA маржа, %		11,7%	11,6%	7 б. п.	11,5%	11,5%	1 б. п.
EBIT		28 775	23 080	24,7%	77 881	65 852	18,3%
EBIT маржа, %		5,9%	6,0%	-14 б. п.	5,9%	5,7%	19 б. п.
Чистые финансовые расходы		-12 578	-10 765	16,8%	-33 180	-33 759	-1,7%
Прибыль/ (убыток) по курсовым разницам		9	-1 018	-100,9%	463	-1 938	-123,9%
Прибыль до налогообложения		16 206	11 297	43,5%	45 165	30 155	49,8%
Налоги		-3 698	-2 693	37,3%	-10 358	-7 052	46,9%
Чистая прибыль		12 508	8 603	45,4%	34 807	23 103	50,7%
Чистая маржа, %		2,6%	2,2%	31 б. п.	2,7%	2,0%	64 б. п.

<sup>12</sup> LTI – долгосрочная программа мотивации