

Презентация для инвесторов

Результаты 4 квартала 2023 года



M 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 несется.

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

29 165
магазинов

10 053
Торговая площадь,
тыс. кв. м

45
Распределительных
центров

5 732
Грузовика
центра



Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке, сильная рентабельность по EBITDA и низкая долговая нагрузка

10,5%
Рост выручки
за 4 кв. 2023 года,
год к году

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

6,1%
EBITDA маржа
(МСБУ 17)
за 4 кв. 2023 года

1,0x
Чистый долг /
EBITDA (МСБУ 17)
по состоянию на
31.12.2023 г.

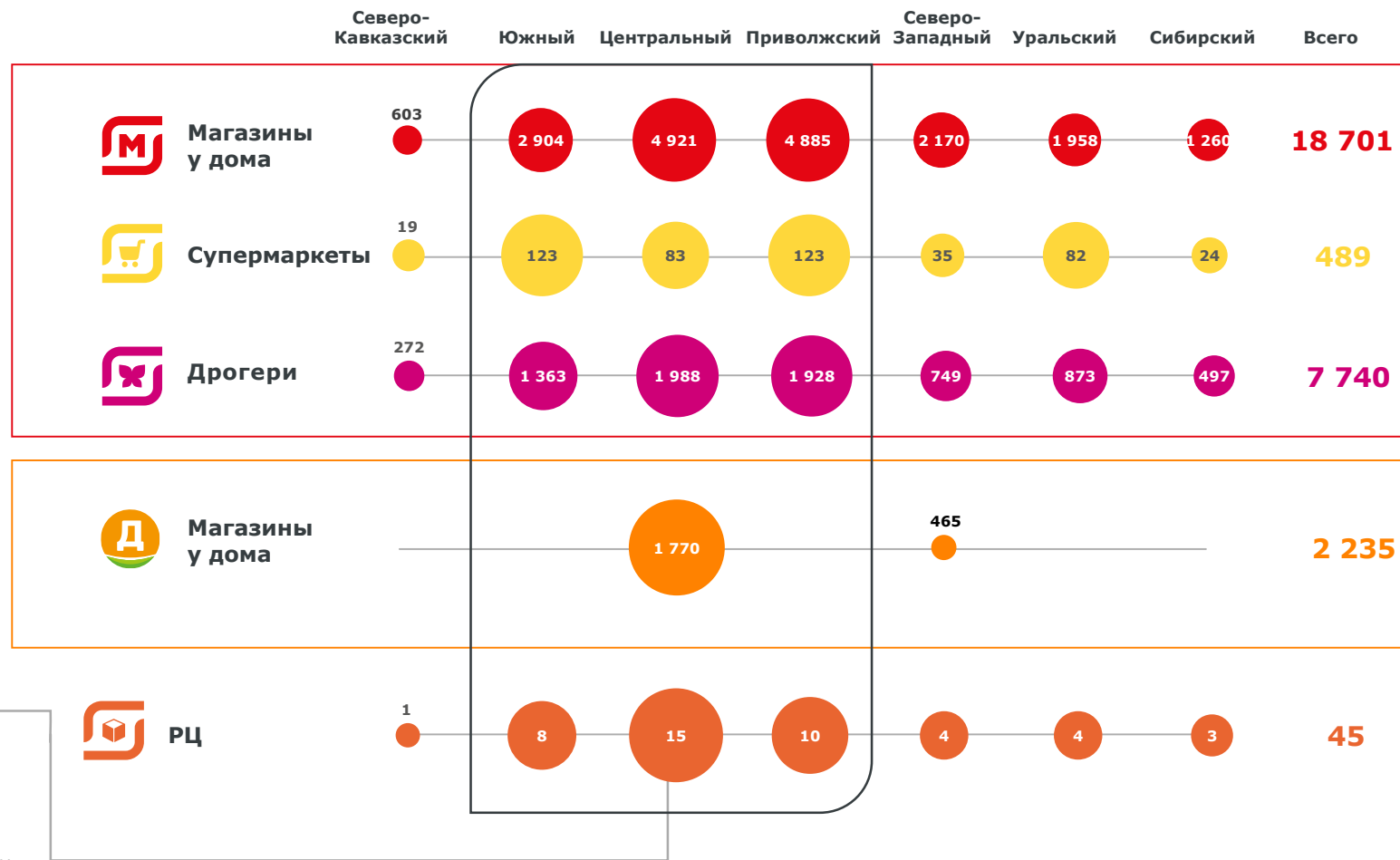


География сети

4 287 населенных пунктов

7 федеральных округов

Мы присутствуем во всех густонаселенных регионах



Магнит

Дикси

По состоянию на 31.12.2023 г.
 Магазины у дома «Магнит» включают магазины Магнит у дома, Магнит Сити, Моя Цена, жесткие дискаунтеры.
 Супермаркеты «Магнит» включают супермаркеты Магнит Семейный, суперсторы «Магнит» оперирует 70 магазинами дрогери в Узбекистане.



Ключевые операционные показатели

1 Чистая розничная выручка, млрд руб.

● Рост чистой розничной выручки, год к году, %



2 Количество магазинов, на конец периода

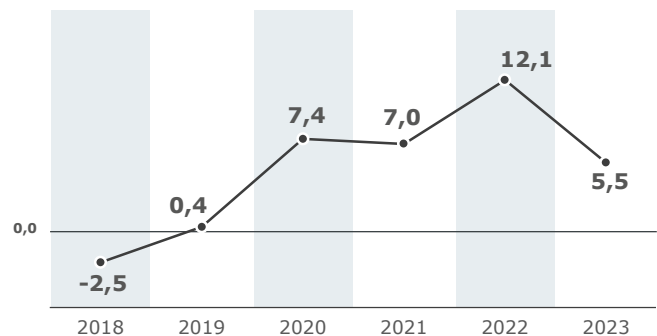


3 Торговая площадь, тыс. кв. м

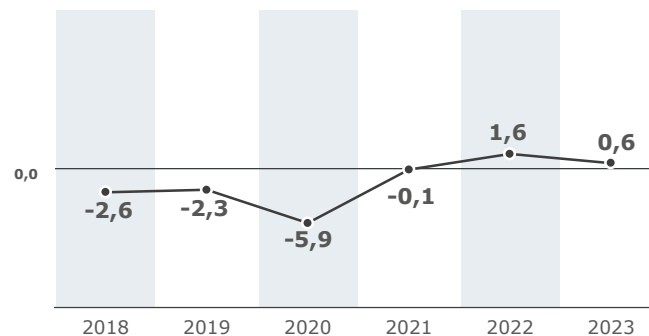
● Рост торговой площади, год к году, %



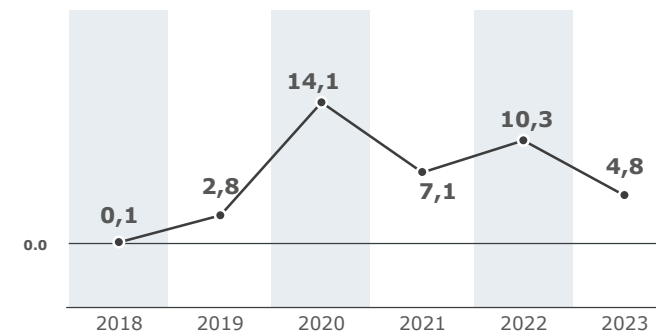
A Рост LFL продаж, %



B Рост LFL трафика, %



C Рост LFL чека, %





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

	2021	2022	2023	год к году
Выручка , млрд руб.	1 856,1	2 352,0	2 544,7	+8,2%
Валовая маржа , %	23,4	22,8	22,7	-0,1пп
SG&A , %	(20,4)	(21,0)	(20,1)	+0,9пп
ЕБИТДА , млрд руб.	133,2	160,5	166,3	+3,6%
ЕБИТДА , %	7,2	6,8	6,5	-0,3пп
Чистая прибыль , млрд руб.	51,7	34,1	66,1	+94,0%
Чистая прибыль , %	2,8	1,4	2,6	+1,1пп
LTM - Плотность продаж , тыс. руб. / кв. м	223	248	257	+3,6%
Чистый долг , млрд руб.	197,0	105,4	166,1	+57,6%
Чистый долг/ ЕБИТДА	1,5x	0,7x	1,0x	+0,3x
CAPEX , млрд руб.	66,9	48,8	73,4	+50,5%

По состоянию на 31.12.2023 г.; МСБУ 17 - в соответствии с данными управленческой отчетности.

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



Обзор российского рынка

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



Российская макросреда

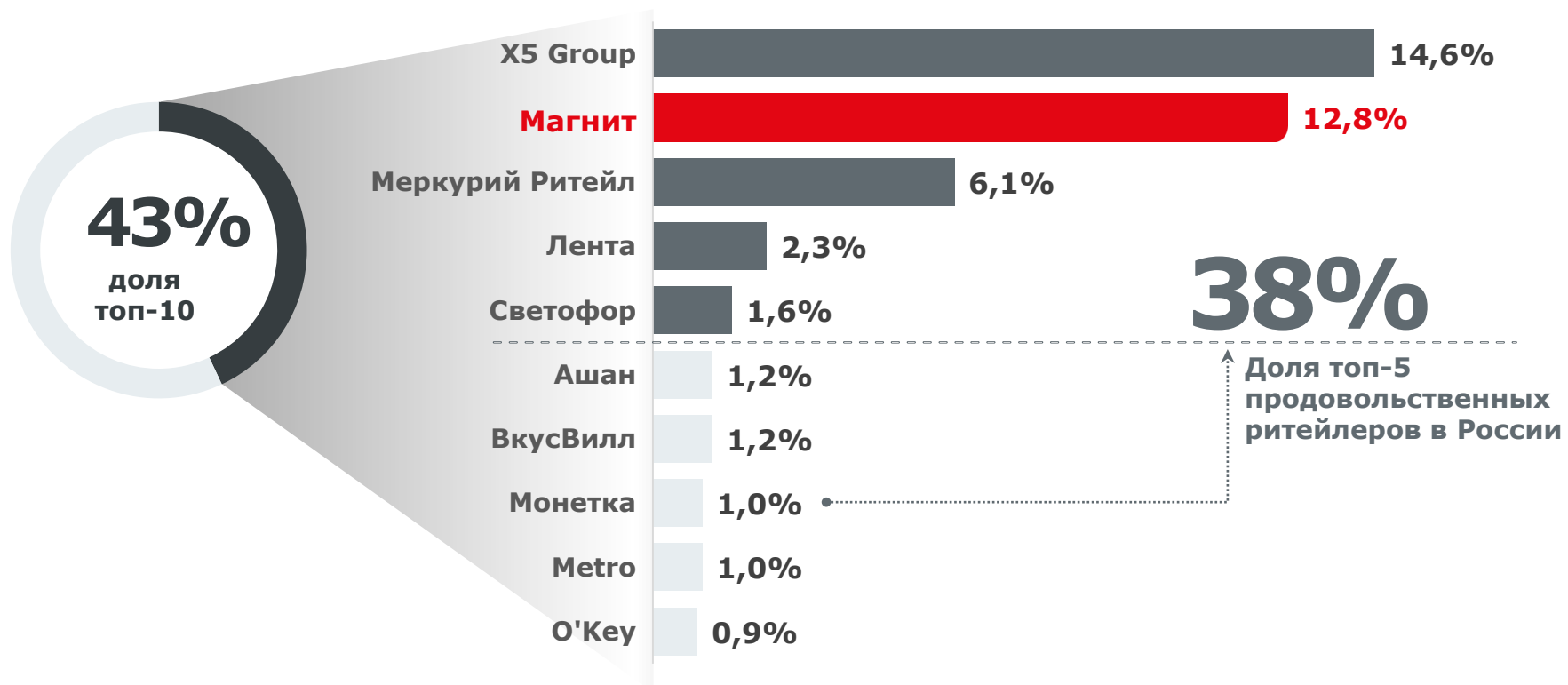
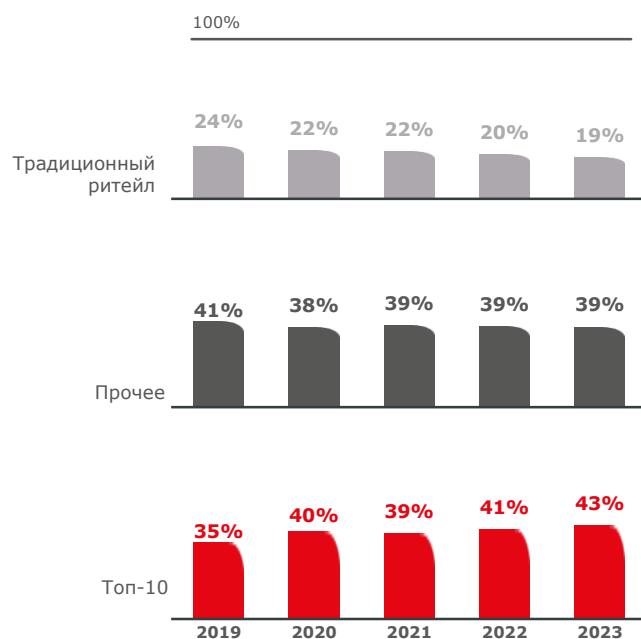




Топ-10 продуктовых ритейлеров и распределение долей рынка

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) будет 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»

Дискаунтеры • 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»	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	100-250	15-50	330-400
	Ассортимент, SKU	~5 300	~14 400	~24 000	~8 200	~4 600	~2 200	~10 700	~3 400	~400	~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 31.12.2023 г.



Магазины у дома «Магнит»

01

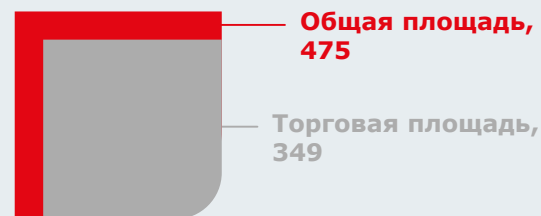


3D-тур

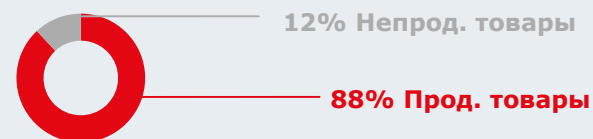
Удобный и доступный магазин
для повседневных покупок



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



Среднее количество SKU



5 290

Описание

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



Расположение

Спальные и деловые районы



Доля в чистой розничной выручке

70%

В 4 квартале 2023 г.



Магазины у дома «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м



Средний чек
(без НДС) 4 кв. 2023, руб.

402 **9,7%**

Количество покупателей
4 кв. 2023, млн

1 185 **5,0%**

LTM - плотность продаж*,

279

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

LFL 4 кв. 2023

Рост среднего чека

9,0%

Рост трафика

0,0%

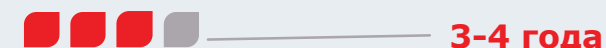
Рост выручки

9,0%

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



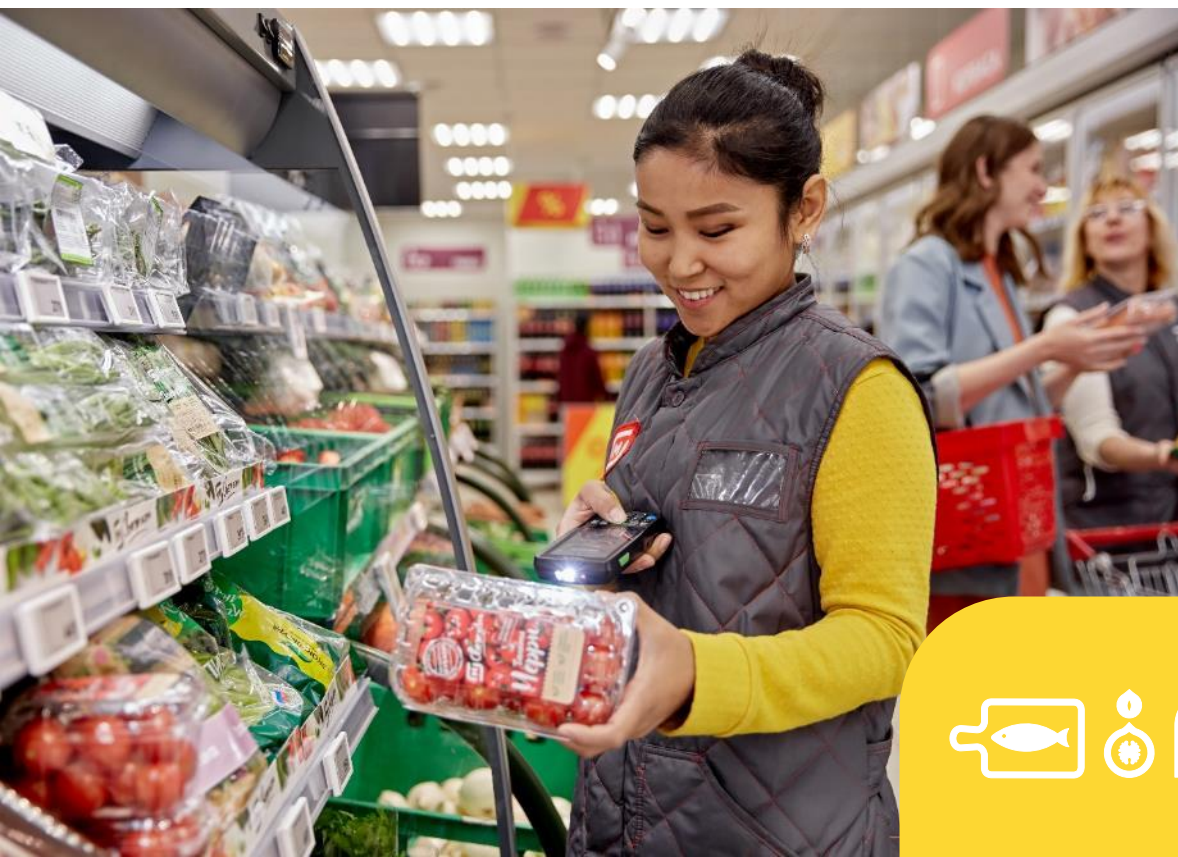
Супермаркеты «Магнит»

01

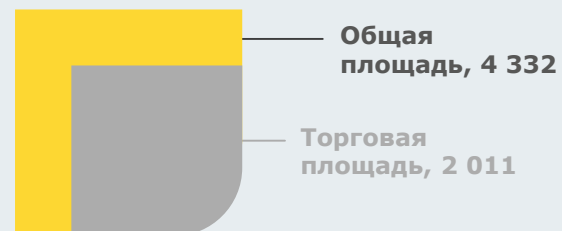


3D-тур

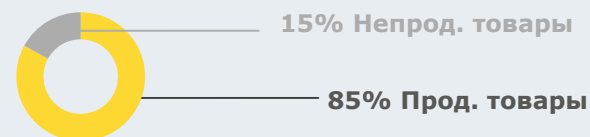
Удобный и доступный магазин для ежедневных и более крупных покупок



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



Среднее количество SKU



17 195

Описание

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



Расположение

Спальные и деловые районы, торговые центры

Доля в чистой розничной выручке

10%

В 4 квартале 2023 г.



Супермаркеты «Магнит»

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

983 -0,1%
Рост год-к-году



Средний чек
(без НДС) 4 кв. 2023, руб.

821 11,3%

Количество покупателей
4 кв. 2023, млн

85 -4,3%

LTM - Плотность продаж*,

257

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

LFL 4 кв. 2023

Рост среднего чека

10,1%

Рост трафика

-3,6%

Рост выручки

6,1%

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



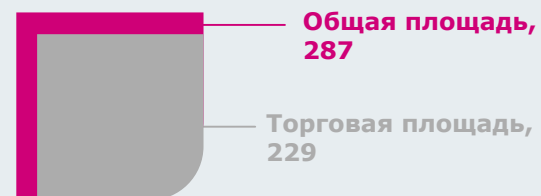
3D-тур

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

8 200

Описание

- ✓ Повседневные покупки товаров для дома и предметов личной гигиены

Расположение

Спальные и деловые районы

Доля в чистой розничной выручке

8%



В 4 квартале 2023 г.



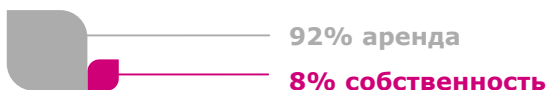
Магазины дровери

02

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

1 773 **5,6%**
Рост год-к-году



Средний чек
(без НДС) 4 кв. 2023, руб.

476 **7,8%**

Количество покупателей
4 кв. 2023, млн

115 **-1,7%**

LTM - Плотность продаж*

116

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

LFL 4 кв. 2023

Рост среднего чека

7,6%

Рост трафика

-5,5%

Рост выручки

1,6%

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»

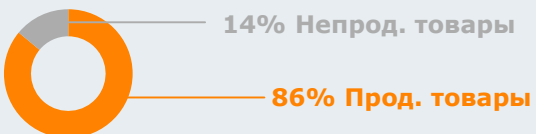
Удобный и доступный магазин для повседневных покупок



Площадь магазина, кв. м



Ассортимент



Среднее количество SKU



6 121

Ключевые операционные показатели

Торговая площадь, тыс. кв. м

739



Средний чек

(без НДС) 4 кв. 2023 г., руб.

451

Количество покупателей

4 кв. 2023 г., млн

168

Описание

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



Расположение

Спальные и деловые районы

Доля в чистой розничной выручке

11%



Мягкий дискаунтер «Моя цена»

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



1 176 магазинов «Моя цена»¹

Средний чек
(с НДС)²

397 руб.

Площадь магазина

150–300 кв. м

- ✓ **Целевая аудитория**
рациональные потребители, чувствительные к ценам, пенсионеры, семьи с низким доходом
- ✓ **Ассортимент**
~2 000 самых востребованных товаров преимущественно первого ценового сегмента и собственных торговых марок
- ✓ **Ценообразование**
всегда низкие цены для покупателей
- ✓ **Персонал**
2-3 сотрудника в смену
- 📍 **Локация**
спальные районы, регионы с невысокими доходами населения / малонаселенные регионы с меньшей арендной платой

1. По состоянию на 31 декабря 2023 г.
2. В 4 квартале 2023 г.



Жесткий дискаунтер В1

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



53 жестких дискаунтера¹

Ассортимент
~ 1 000 товаров

Площадь магазина

330-400 кв. м

✓ Целевая аудитория

рациональные покупатели с любым уровнем доходов, ориентированные на качественный ассортимент

✓ Описание

закупки базовой продовольственной корзины на несколько дней и ежедневные покупки свежих товаров

✓ Ассортимент

товары преимущественно среднего ценового сегмента с небольшой долей товаров «первой цены» и собственными торговыми марками, которые в перспективе будут занимать 50% ассортимента формата

✓ Ценообразование

низкие цены каждый день без промоакций

1. По состоянию на 31 декабря 2023 г.



Прочие малые форматы и пилоты



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

3 400

4 600

400

10 700

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



Запуск электронной коммерции во всех миссиях

Миссии

Экспресс



Впрок



E-Pharma

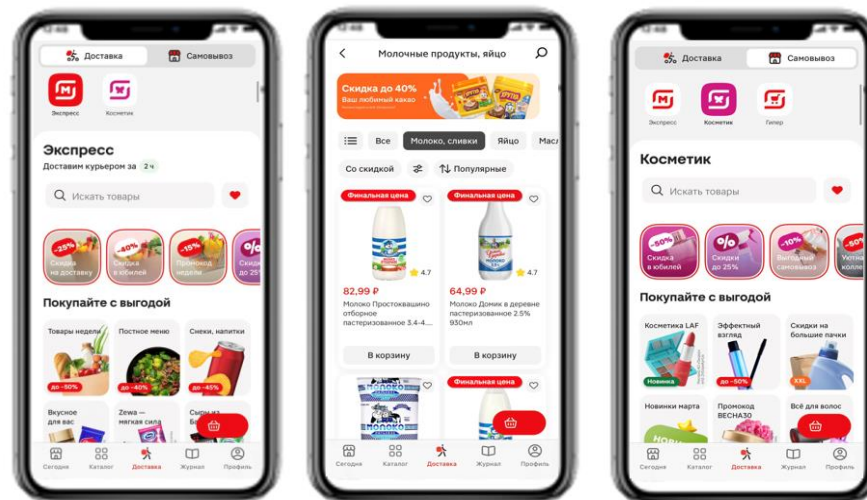


Магнит Маркет



Собственный сервис

- Доставка «Магнита»
- Возможность самовывоза



Сервис «Магнит Доставка» интегрирован в основное мобильное приложение

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

Партнеры

Яндекс  Еда

 Деливери

 СБЕР МАРКЕТ



Онлайн доставка показывает хорошие результаты



136 015

среднее кол-во заказов в день в 4 кв. 2023 г., включая «Магнит Маркет»



1 335

средний чек по всем онлайн-сервисам¹



93 884 SKU

доступно во всех сервисах «Магнит Доставка»



1,3 млн SKU

доступно в «Магнит Маркет»



22 954

магазина подключено, включая «Магнит Маркет» и «Дикси»



2 299

населенных пунктов в 67 регионах



80%

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



16,7 млрд руб.

GMV² за 4 кв. 2023 г.



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

Частная марка

Улучшение портфеля СТМ – закрытие большего количества миссий

~25% планируемая доля СТМ в продажах к 2025 году

Моя цена



PREMIERE of TASTE

Свежесть

BEAUTY BOMB

ROYAL KÜCHEN

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

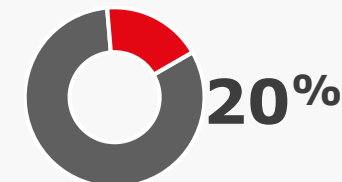


Замороженная рыба



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

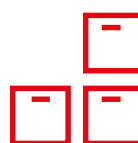
Уровень централизации
4 кв. 2023 г.



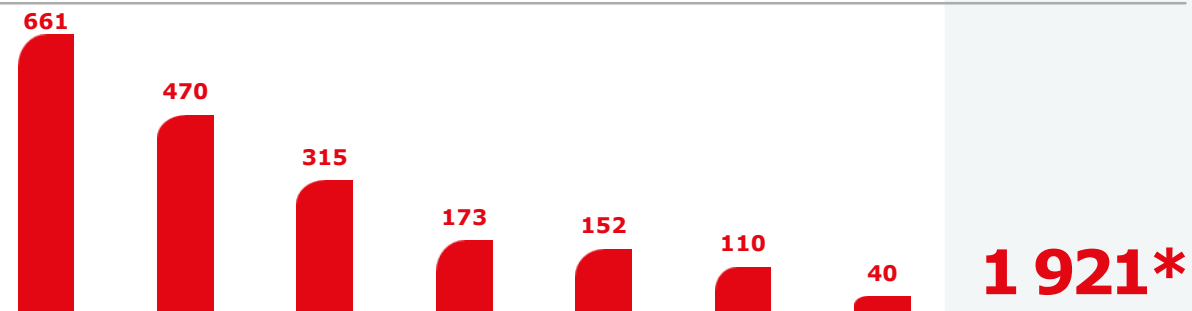
- 1 Охват всей страны**
Федеральные, региональные и импортные поставки
- 2 Наличие собственных АТП, а также транспорта на аутсорсинге**
обеспечивает высокий уровень сервиса и контроля
- 3 Эффективная структура собственности**
обеспечивает высокую надежность и контроль затрат



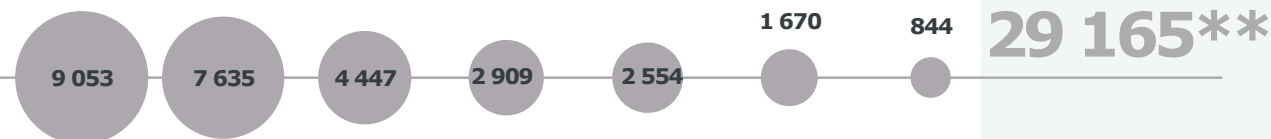
РЦ



Складская
площадь, тыс.
кв. м



Количество
магазинов



грузовиков

5 732

По состоянию на 31.12.2023 г., включая «Дикси»

*Без учета мелких фармацевтических складов в других регионах

**Включая 53 жестких дискаунтера, обслуживаемых РЦ, который работает по 3PL-модели и не учитывается в общем количестве РЦ

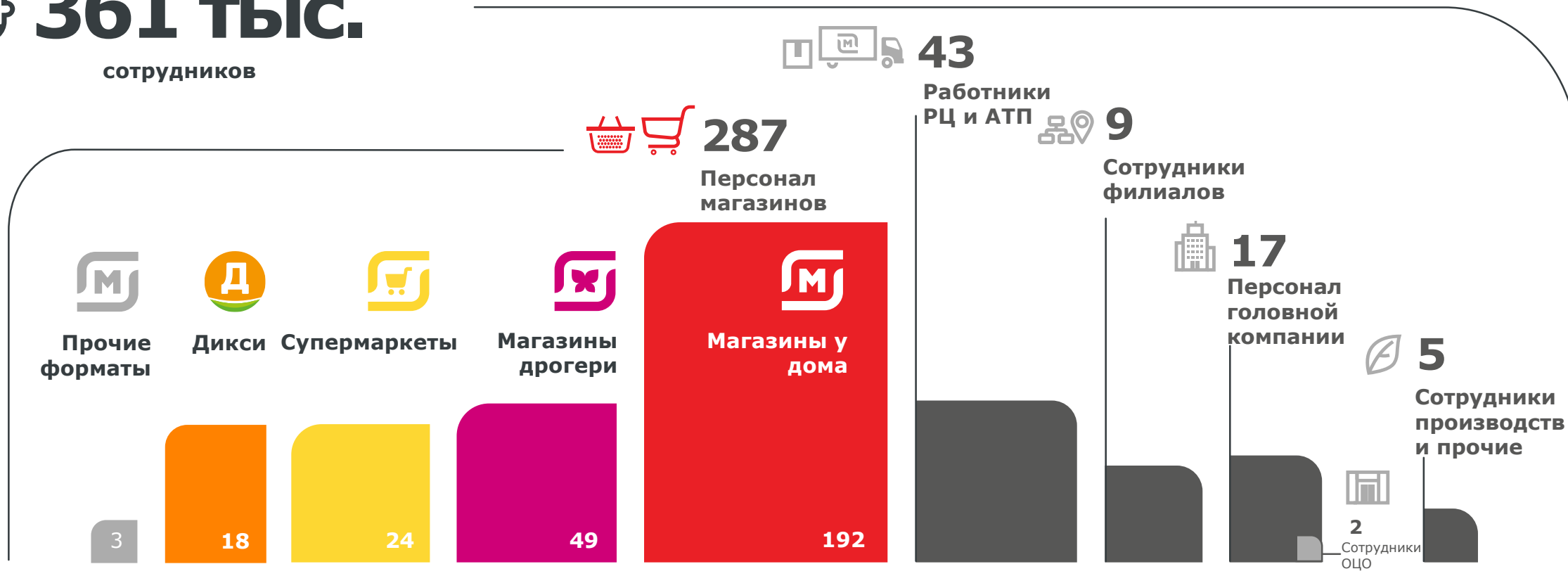


Персонал



361 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

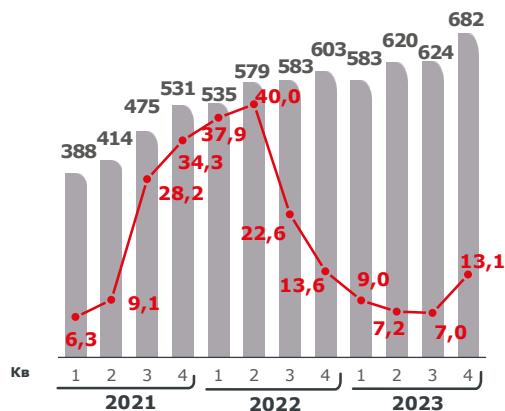


Ключевые операционные показатели

[Назад к исходному слайду](#) →

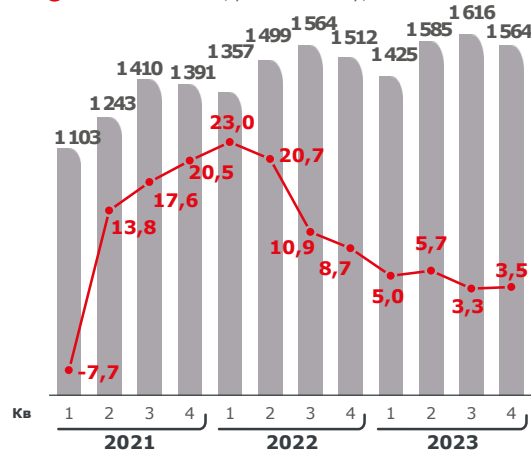
1 Чистая розничная выручка, млрд руб.

● Чистая розничная выручка, рост год к году, %



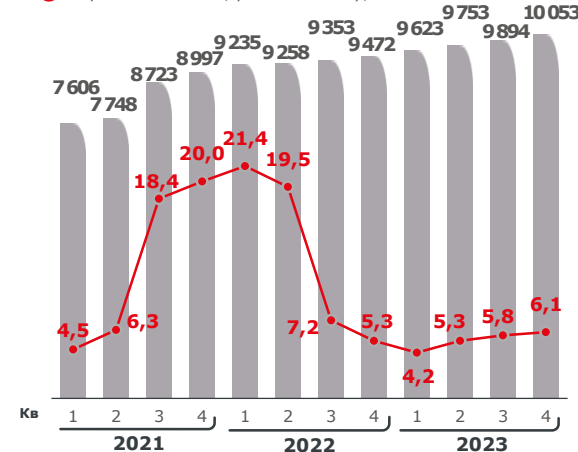
2 Количество покупателей, млн

● Количество чеков, рост год к году, %



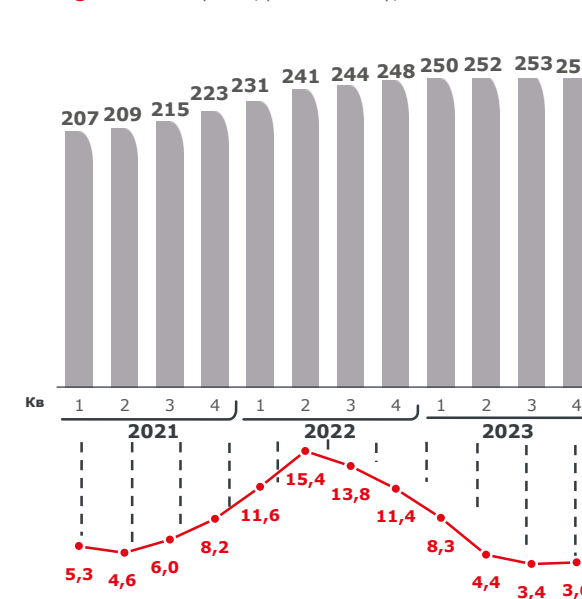
3 Торговая площадь, тыс. кв. м

● Торговая площадь, рост год к году, %

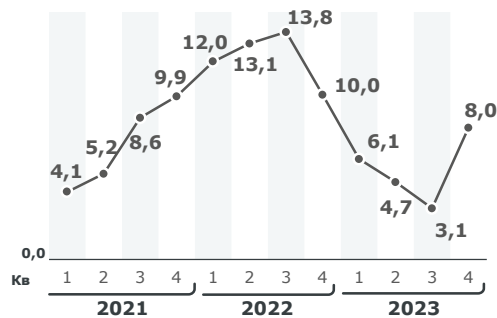


4 LTM - Плотность продаж*, тыс. руб./кв.м/год

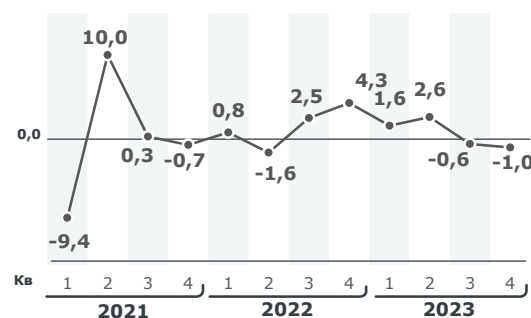
● Плотность продаж, рост год к году, %



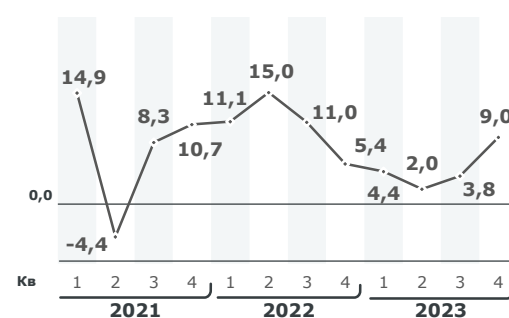
A Рост LFL продаж, %



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.	МСБУ 17			МСФО 16		
	2023	2022	Рост год-к-году	2023	2022	Рост год-к-году
Чистая выручка	2 544 689	2 351 996	8,2%	2 544 689	2 351 996	8,2%
Себестоимость реализации	-1 967 428	-1 816 509	8,3%	-1 965 502	-1 814 994	8,3%
Валовая прибыль	577 261	535 488	7,8%	579 187	537 003	7,9%
Валовая маржа, %	22,7%	22,8%	-8 б.п.	22,8%	22,8%	-7 б.п.
SG&A ²	-443 868	-398 599	11,4%	-343 147	-304 805	12,6%
Прочие доходы, нетто	27 834	18 916	47,1%	28 547	20 481	39,4%
Доходы от аренды, субаренды	5 030	4 704	6,9%	5 028	4 675	7,5%
ЕБИТДА до LTI¹	166 918	161 409	3,4%	270 276	258 254	4,7%
ЕБИТДА маржа до LTI	6,6%	6,9%	-30 б.п.	10,6%	11,0%	-36 б.п.
ЕБИТДА	166 256	160 509	3,6%	269 614	257 354	4,8%
ЕБИТДА маржа, %	6,5%	6,8%	-29 б.п.	10,6%	10,9%	-35 б.п.
Амортизация и обесценение ОС, НМА, прав аренды и гудвила	-68 613	-95 732	-28,3%	-134 098	-159 337	-15,8%
ЕБИТ	97 643	64 776	50,7%	135 517	98 017	38,3%
Прибыль/убыток от курсовой разницы	8 229	-267	n/a	8 249	-333	n/a
Чистые финансовые расходы	-13 817	-13 947	-0,9%	-61 030	-54 819	11,3%
Прибыль до налогообложения	92 055	50 561	82,1%	82 736	42 865	93,0%
Чистая прибыль	66 137	34 086	94,0%	58 678	27 933	110,1%
Маржа чистой прибыли, %	2,6%	1,4%	115 б.п.	2,3%	1,2%	112 б.п.

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

¹ Программа долгосрочного премирования (Long-Term Incentive Program)

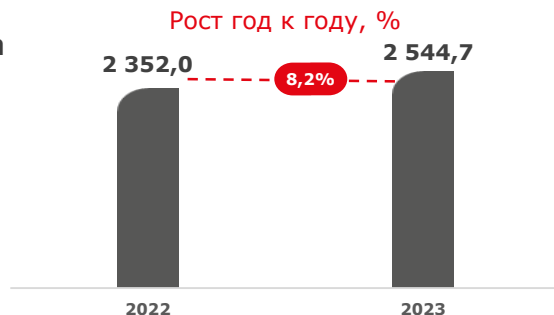
² Не включает амортизацию и обесценение ОС и НМА и прав аренды

Источник: МСБУ 17 — в соответствии с данными управленческой отчетности; ; МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО

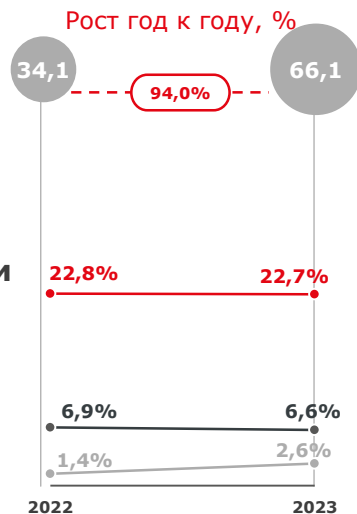


Выручка и расходы

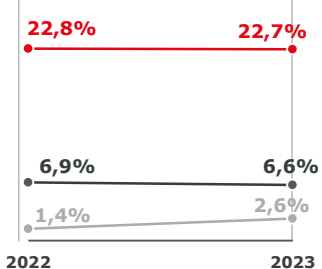
Динамика выручки,
млрд руб.



Динамика чистой прибыли,
млрд руб.



Динамика рентабельности



Валовая маржа

EBITDA маржа до LTI

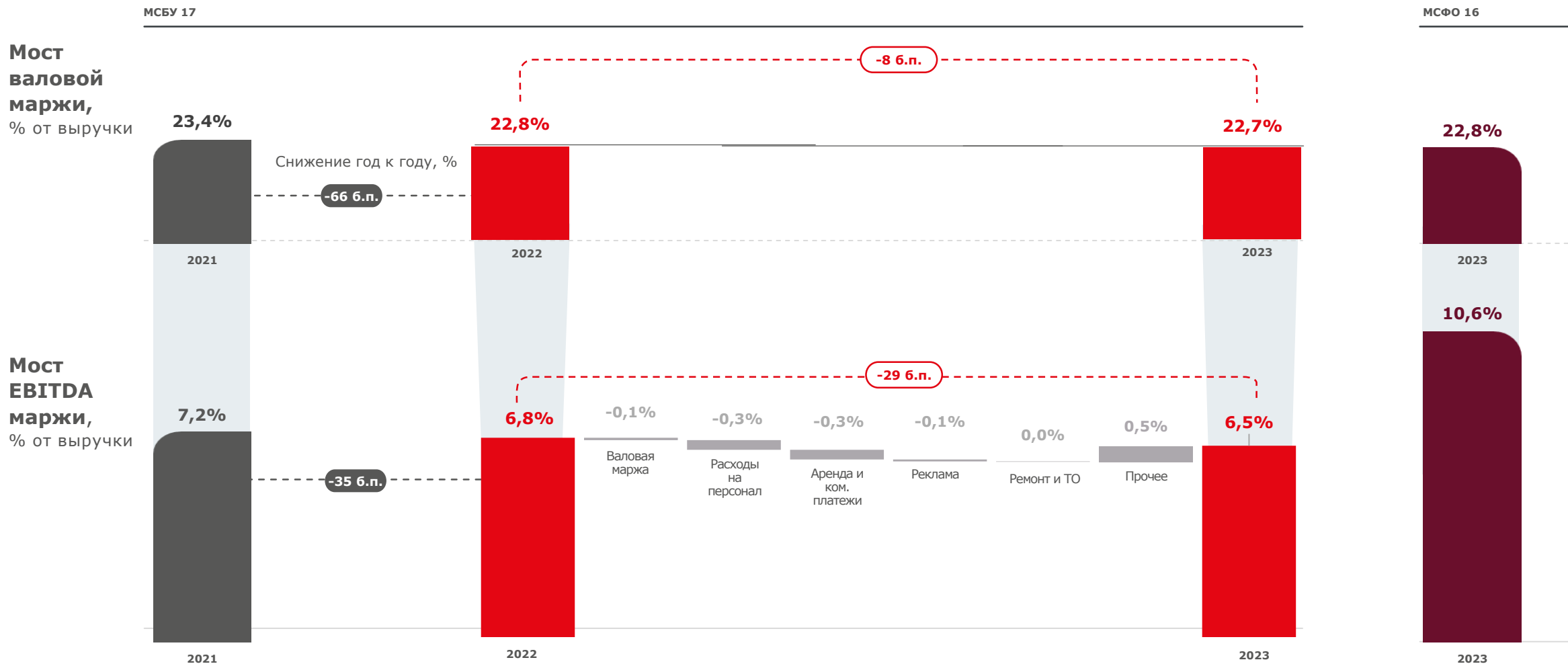
Маржа чистой прибыли

Структура расходов





Валовая маржа и EBITDA



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

Источник: МСБУ 17 — в соответствии с данными управленческой отчетности, МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО



Баланс

млн руб.

АКТИВЫ	31.12.2023	31.12.2022
Основные средства	367 050	361 751
Активы в форме права пользования	421 347	383 269
Прочие внеоборотные активы	96 721	82 357
Денежные средства и их эквиваленты	221 286	314 912
Запасы	233 693	219 436
Торговая и прочая дебиторская задолженность	12 844	20 197
Авансы выданные	56 596	12 729
Налоги к возмещению	1 210	84
Краткосрочные финансовые активы	16 696	1 163
Чистые инвестиции в субаренду краткосрочные	-	2
Авансы по налогу на прибыль	2 101	100
ИТОГО АКТИВЫ	1 429 543	1 395 998

КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	31.12.2023	31.12.2022
Капитал	158 467	207 382
Долгосрочные кредиты и займы	280 940	273 271
Долгосрочные обязательства по аренде	429 538	385 528
Прочие долгосрочные обязательства	5 566	6 794
Торговая и прочая кредиторская задолженность	300 292	273 972
Краткосрочные кредиты и займы	121 195	147 022
Краткосрочные обязательства по аренде	62 887	61 283
Дивиденды к выплате	27 972	-
Прочие краткосрочные обязательства	42 686	40 746
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	1 429 543	1 395 998



Долговая нагрузка

Низкий валютный риск

Отсутствие долга в иностранной валюте

Низкий риск изменения процентной ставки

98,6% долга с фиксированной ставкой и 1,4% с переменной ставкой*

Средний срок погашения долга

14 месяцев

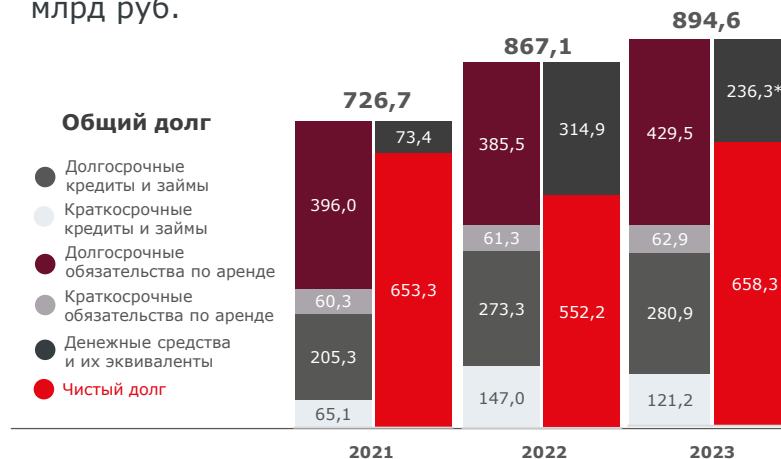
Средневзвешенная стоимость долга

9,1% на 31.12.2023 г.

Низкая долговая нагрузка

Соотношение чистый долг / LTM EBITDA – 2,4x

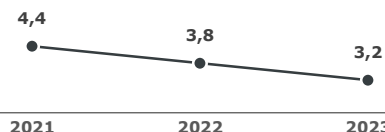
Динамика уровня долга, млрд руб.



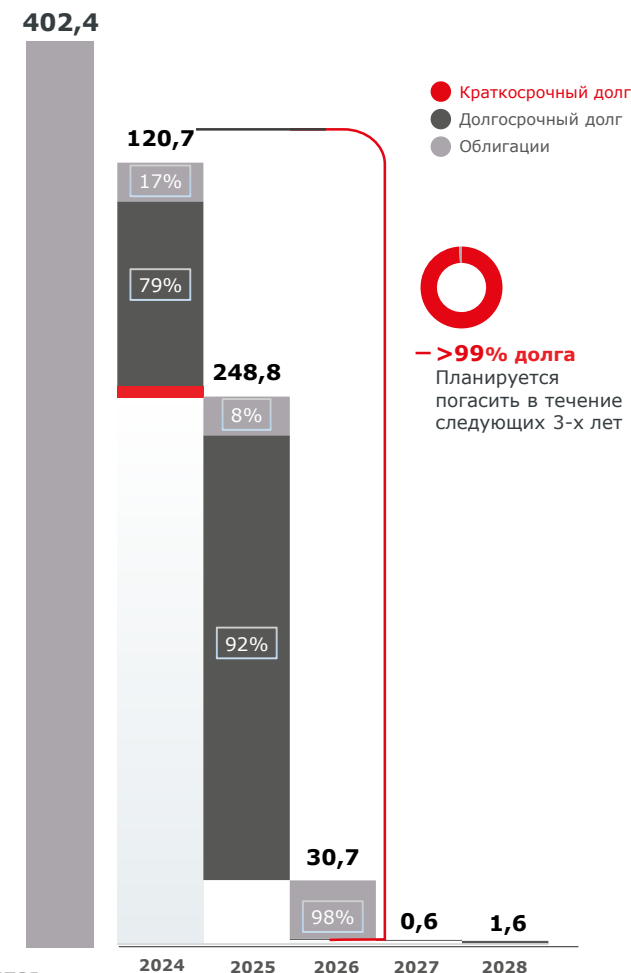
Соотношение чистый долг / LTM EBITDA



EBITDA / Финансовые расходы



Кредитный портфель** млрд руб.



По состоянию на 31.12.2023 г.

Источник: МСФО 16 — аудированные результаты в соответствии с МСФО

*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)

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



Анализ капитальных затрат

2023
млн руб.

73,413

Итого

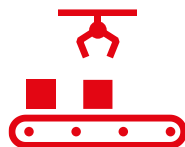
2022
млн руб.

48,773



Незавершенное
строительство и
здания

25 293
34,5%



Машины и
оборудование

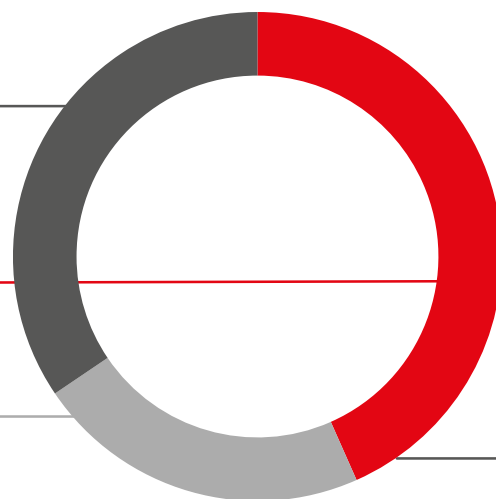
31 840
43,4%



Прочие
активы

16 264
22,2%

Земля
16
0,0%

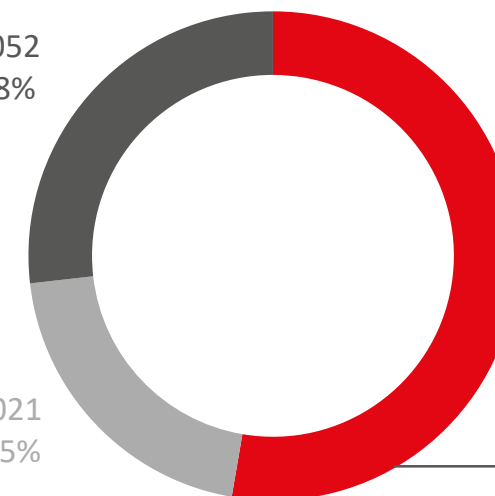


13 052
26,8%

25 694
52,7%

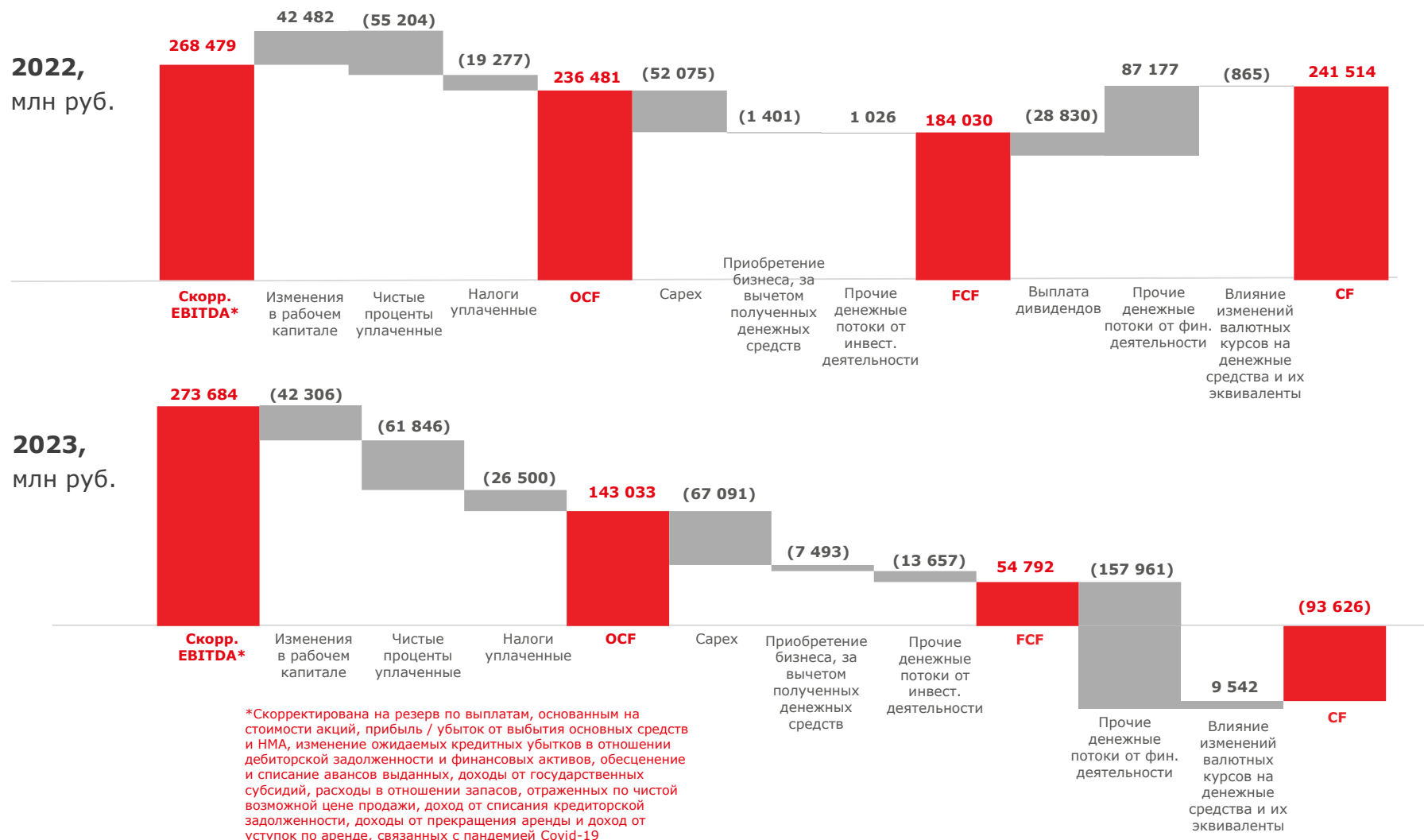
10 021
20,5%

Земля
6
0,0%





Свободный денежный поток



Анализ рабочего капитала

40 дней

Средний срок расчета с поставщиками

42 дня

Оборачиваемость запасов

Приложение

Российская макросреда • Магазины у дома
Супермаркеты • Дрогери • Квартальные операционные
результаты



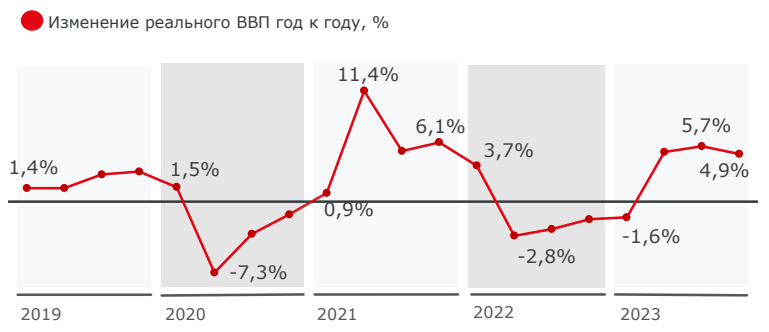


Российская макросреда



[Назад к исходному слайду →](#)

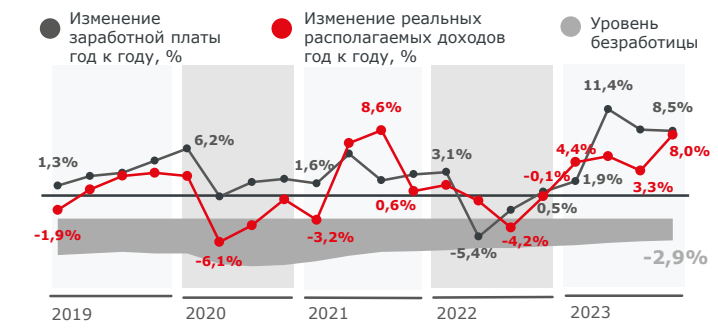
1 Рост ВВП в реальном выражении замедлился год к году в 4 квартале 2023 г. по сравнению с 3 кварталом 2023 г.



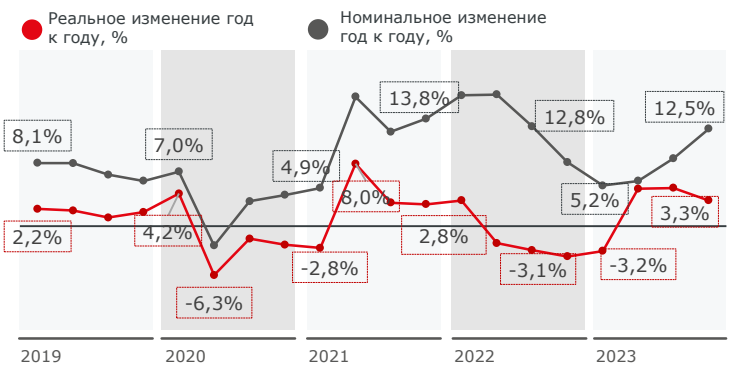
2 Уровень инфляции является благоприятным для ритейлеров



3 Реальные располагаемые доходы населения в 4 квартале значительно выросли как квартал к кварталу, так и год к году. Уровень безработицы в 4 квартале улучшился до 2,9%



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



5 Потребительская уверенность в 4 квартале 2023 г. осталась на уровне 87%



6 Наблюдается ускорение роста продовольственной розницы в номинальном выражении. Магнит в 4 квартале показывает двузначные темпы роста выручки





Магазины у дома «Магнит»


[Назад к исходному слайду →](#)

Чистая розничная выручка

млн руб.

Торговая площадь

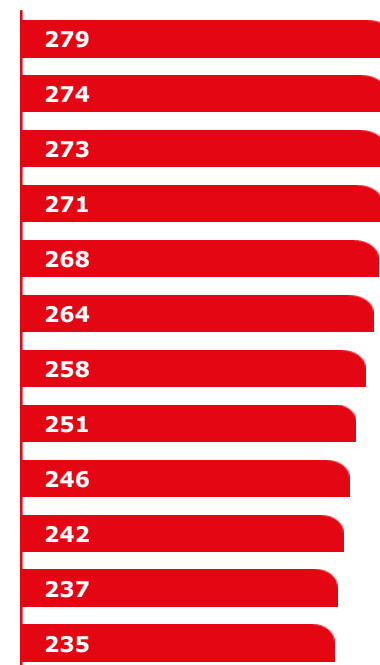
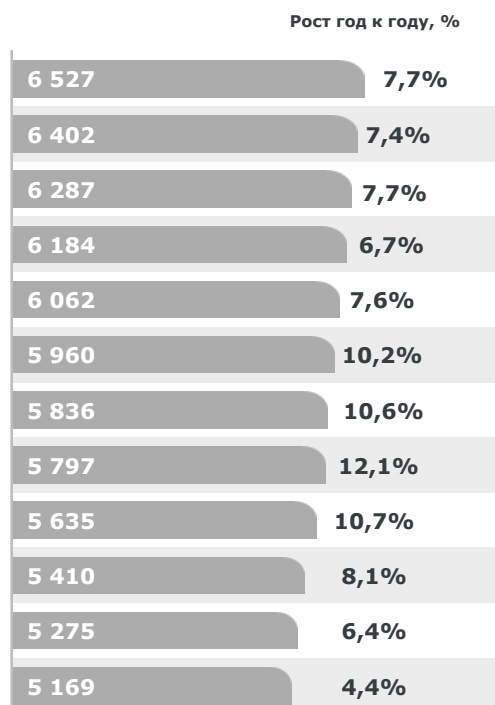
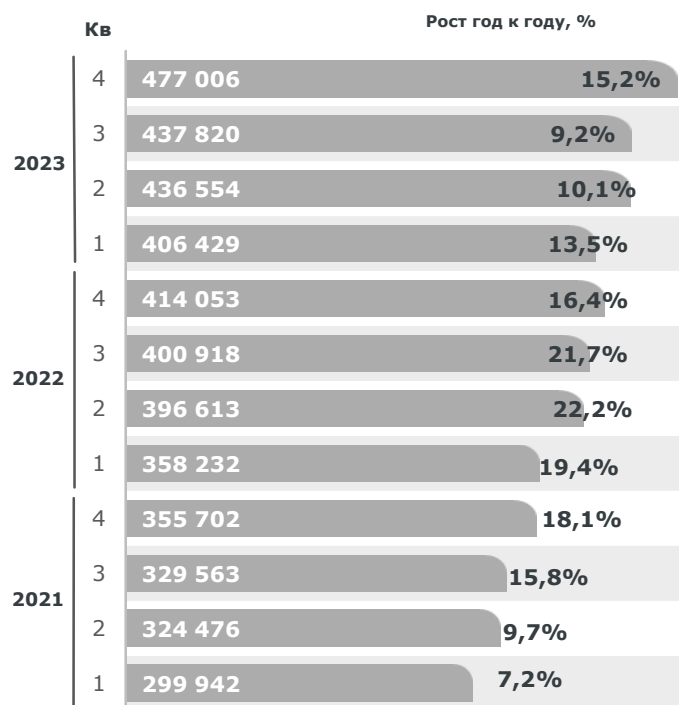
тыс. кв. м

LTM - плотность продаж*

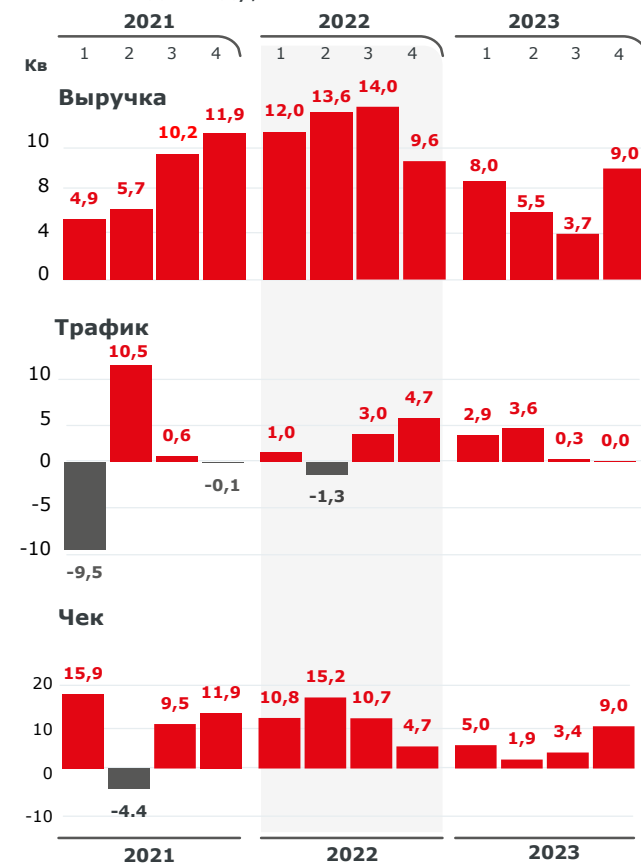
тыс. руб./кв.м/год

LFL

Рост год к году, %



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



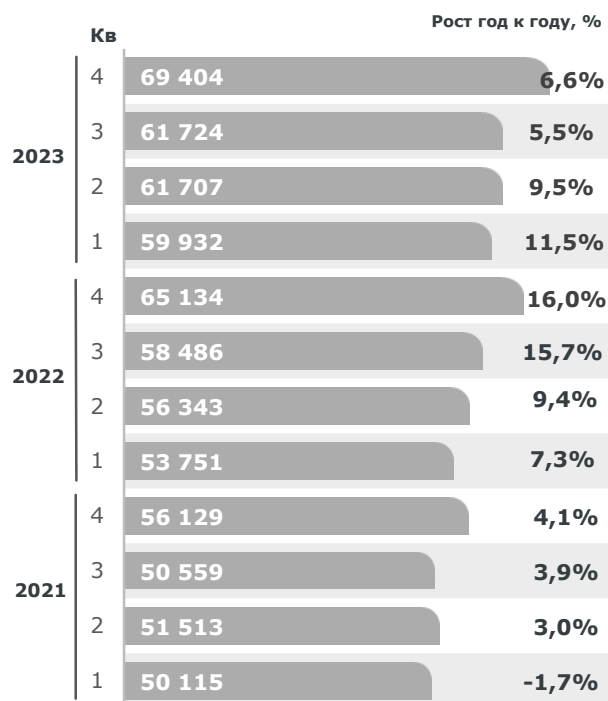


Супермаркеты «Магнит»


[Назад к исходному слайду →](#)

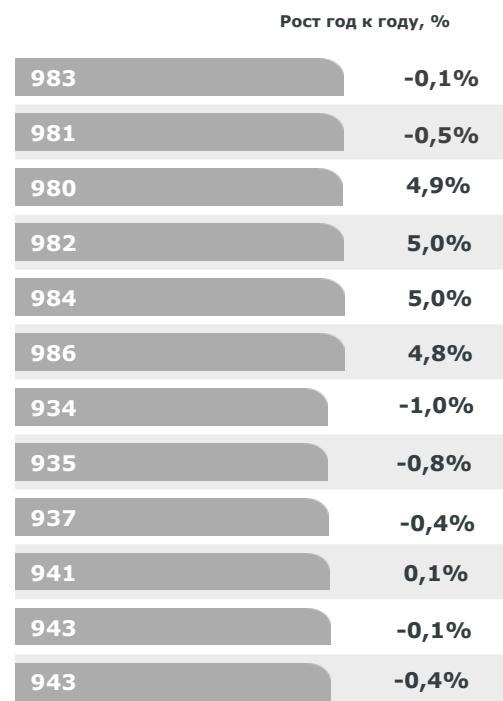
Чистая розничная выручка

млн руб.



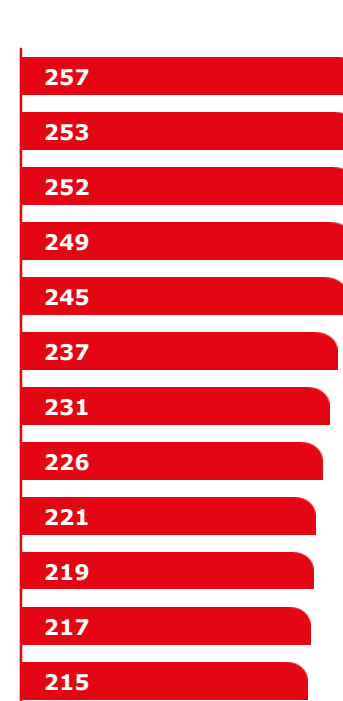
Торговая площадь

тыс. кв. м



LTM - плотность продаж*

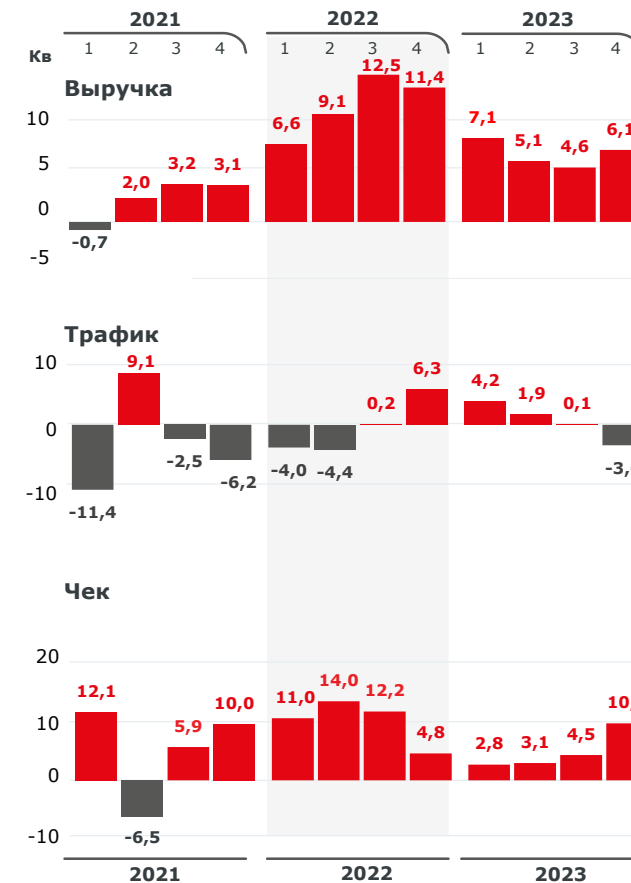
тыс. руб./кв.м/год



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

LFL

Рост год к году, %



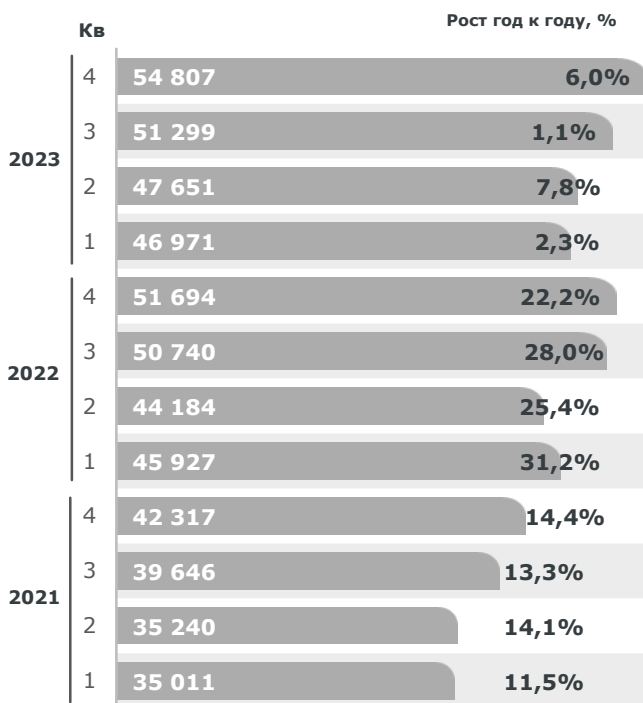


Дрогери

[Назад к исходному слайду](#) →

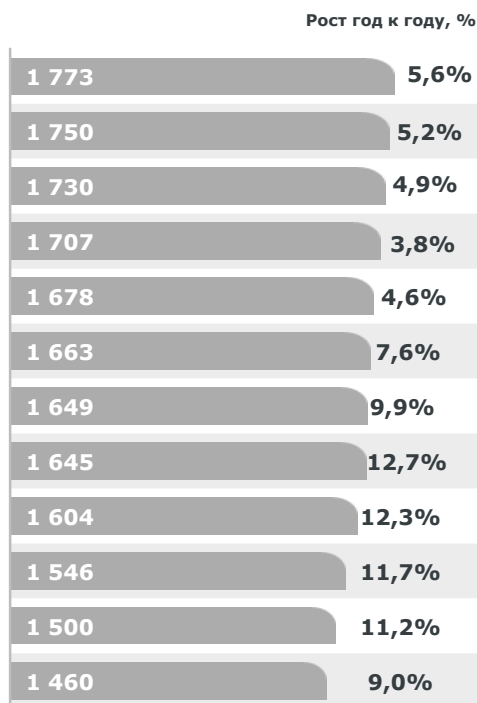
Чистая розничная выручка

млн руб.



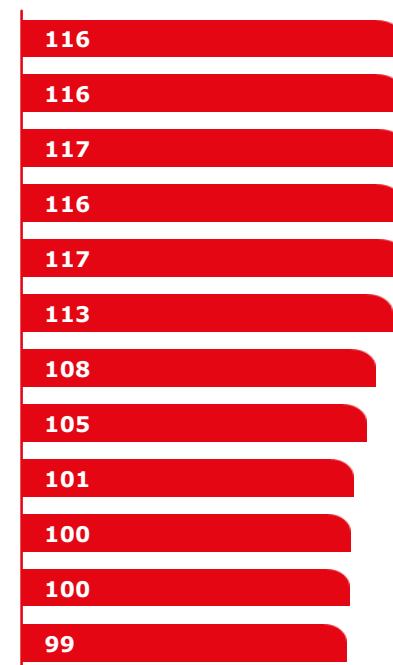
Торговая площадь

тыс. кв. м



LTM - плотность продаж*

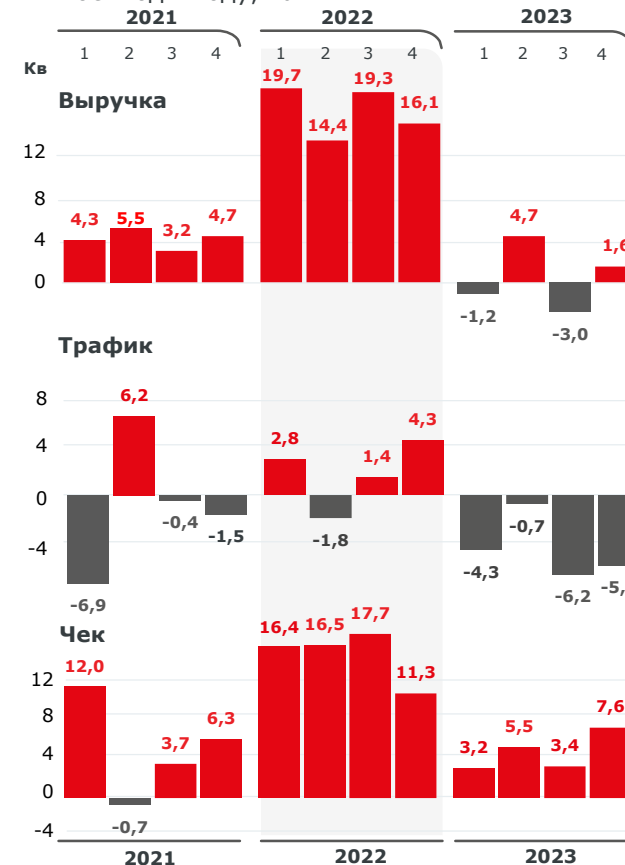
тыс. руб./кв.м/год



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

LFL

Рост год к году, %





Квартальные операционные результаты

млрд руб.	4 кв. 2021	2021	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022	1 кв. 2023	2 кв. 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА	544,6	1 856,1	547,7	588,6	594,4	621,3	2 352,0	596,8	632,7	628,5	686,7	2 544,7
рост год к году, %	33,7%	19,5%	37,7%	38,7%	21,5%	14,1%	26,7%	9,0%	7,5%	5,7%	10,5%	8,2%
ЧИСТАЯ РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА	530,7	1 807,8	534,8	579,0	582,9	603,0	2 299,7	583,2	620,5	623,9	681,7	2 509,3
рост год к году, %	34,3%	19,7%	37,9%	40,0%	22,6%	13,6%	27,2	9,0%	7,2%	7,0%	13,1%	9,1%
Магнит	456,8	1 680,5	460,7	499,5	512,7	534,1	2 007,0	516,6	548,9	554,3	605,9	2 225,7
Магазины у дома	355,7	1 309,7	358,2	396,6	400,9	414,1	1 569,8	406,4	436,6	437,8	477,0	1 757,8
Супермаркеты	56,1	208,3	53,8	56,3	58,5	65,1	233,7	59,9	61,7	61,7	69,4	252,8
Дрогери	42,3	152,2	45,9	44,2	50,7	51,7	192,5	47,0	47,7	51,3	54,8	200,7
Прочие форматы	2,6	10,3	2,8	2,3	2,5	3,3	11,0	3,2	3,0	3,4	4,7	14,4
ДИКСИ	73,9	127,2	74,1	79,5	70,2	68,8	292,7	66,6	71,5	69,6	75,8	283,6
Магазины у дома	70,1	120,6	70,5	75,9	69,7	68,8	284,9	66,6	71,5	69,6	75,8	283,6
Супермаркеты	3,9	6,7	3,6	3,7	0,5	0	7,8	0	0	0	0	0
Количество магазинов	26 077	26 077	26 605	26 731	27 059	27 405	27 405	27 909	28 309	28 707	29 165	29 165
Магнит	23 626	23 626	24 234	24 376	24 851	25 197	25 197	25 702	26 096	26 488	26 930	26 930
Магазины у дома	16 190	16 190	16 620	16 748	17 139	17 416	17 416	17 787	18 072	18 377	18 701	18 701
Супермаркеты	470	470	468	467	493	493	493	492	490	488	489	489
Дрогери	6 966	6 966	7 146	7 161	7 219	7 288	7 288	7 423	7 534	7 623	7 740	7 740
ДИКСИ	2 451	2 451	2 371	2 355	2 208	2 208	2 208	2 207	2 213	2 219	2 235	2 235
Магазины у дома	2 412	2 412	2 333	2 326	2 208	2 208	2 208	2 207	2 213	2 219	2 235	2 235
Супермаркеты	39	39	38	29	0	0	0	0	0	0	0	0
Торговая площадь, тыс. кв. м	8 997	8 997	9 235	9 258	9 353	9 472	9 472	9 623	9 753	9 894	10 053	10 053
Магнит	8 204	8 204	8 405	8 446	8 636	8 752	8 752	8 901	9 025	9 162	9 314	9 314
Магазины у дома	5 635	5 635	5 797	5 836	5 960	6 062	6 062	6 184	6 287	6 402	6 527	6 527
Супермаркеты	937	937	935	934	986	984	984	982	980	981	983	983
Дрогери	1 604	1 604	1 645	1 649	1 663	1 678	1 678	1 707	1 730	1 750	1 773	1 773
Прочие форматы	28	28	28	28	28	28	28	28	28	29	31	31
ДИКСИ	793	793	830	812	717	719	719	721	728	732	739	739
Магазины у дома	718	718	757	754	717	719	719	721	728	732	739	739
Супермаркеты	75	75	73	58	0	0	0	0	0	0	0	0



Квартальные операционные результаты

	4 кв. 2021	2021	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2022	1 кв. 2023	2 кв. 2023	3 кв. 2023	4 кв. 2023	2023
Рост LFL выручки	9,9%	7,0%	12,0%	13,1%	13,8%	10,0%	12,1%	6,1%	4,7%	3,1%	8,0%	5,5%
Магнит	9,9%	7,0%	12,0%	13,1%	14,2%	10,5%	12,4%	6,9%	5,5%	3,3%	8,0%	5,9%
Магазины у дома	11,9%	8,2%	12,0%	13,6%	14,0%	9,6%	12,3%	8,0%	5,5%	3,7%	9,0%	6,5%
Супермаркеты	3,1%	1,9%	6,6%	9,1%	12,5%	11,4%	9,9%	7,1%	5,1%	4,6%	6,1%	5,7%
Дрогери	4,7%	4,4%	19,7%	14,4%	19,3%	16,1%	17,4%	-1,2%	4,7%	-3,0%	1,6%	0,4%
Дикси (Магазины у дома)					9,8%	6,4%	7,8%	0,6%	-0,9%	2,0%	7,7%	2,3%
Рост LFL трафика	-0,7%	-0,1%	0,8%	-1,6%	2,5%	4,3%	1,6%	1,6%	2,6%	-0,6%	-1,0%	0,6%
Магнит	-0,7%	-0,1%	0,8%	-1,6%	2,6%	4,8%	1,6%	2,3%	3,2%	-0,2%	-0,7%	1,1%
Магазины у дома	-0,1%	0,2%	1,0%	-1,3%	3,0%	4,7%	1,8%	2,9%	3,6%	0,3%	0,0%	1,6%
Супермаркеты	-6,2%	-3,1%	-4,0%	-4,4%	0,2%	6,3%	-0,5%	4,2%	1,9%	0,1%	-3,6%	0,5%
Дрогери	-1,5%	-0,8%	2,8%	-1,8%	1,4%	4,3%	1,7%	-4,3%	-0,7%	-6,2%	-5,5%	-4,3%
Дикси (Магазины у дома)					1,4%	1,4%	1,4%	-3,3%	-1,4%	-3,8%	-3,2%	-2,9%
Рост LFL чека	10,7%	7,1%	11,1%	15,0%	11,0%	5,4%	10,3%	4,4%	2,0%	3,8%	9,0%	4,8%
Магнит	10,7%	7,1%	11,1%	15,0%	11,3%	5,5%	10,6%	4,5%	2,2%	3,5%	8,8%	4,8%
Магазины у дома	11,9%	8,0%	10,8%	15,2%	10,7%	4,7%	10,2%	5,0%	1,9%	3,4%	9,0%	4,8%
Супермаркеты	10,0%	5,2%	11,0%	14,0%	12,2%	4,8%	10,5%	2,8%	3,1%	4,5%	10,1%	5,2%
Дрогери	6,3%	5,2%	16,4%	16,5%	17,7%	11,3%	15,4%	3,2%	5,5%	3,4%	7,6%	4,9%
Дикси (Магазины у дома)					8,3%	4,9%	6,3%	4,1%	0,5%	6,1%	11,3%	5,4%



Контактная информация

Департамент по связям с инвесторами



magnitIR@magnit.ru



magnit.com/en