

# МАГНИТ ОБЪЯВЛЯЕТ О РОСТЕ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ НА 9,0% И СОПОСТАВИМЫХ ПРОДАЖ НА 6,1% В 1 КВАРТАЛЕ 2023 ГОДА

Краснодар, 16 июня 2023 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания», «Магнит», «Группа»; MOEX: MGNT), объявляет операционные и неаудированные финансовые результаты деятельности за 1 квартал 2023 года.

## Ключевые операционные и финансовые показатели за 1 квартал 2023 года

### 9,0%

РОСТ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ

- **Общая выручка выросла на 9,0%** год к году до 596,8 млрд руб.;
- Чистая розничная выручка увеличилась на 9,0% год-к году и составила 583,2 млрд руб.;
- **Сопоставимые продажи (LFL)<sup>1</sup> увеличились на 6,1%** на фоне роста LFL среднего чека на 4,4% и роста LFL трафика на 1,6%;

### 6,1%

РОСТ LFL ПРОДАЖ

- **Компания открыла (gross) 543 магазина** (388 магазинов у дома «Магнит» и 16 магазинов у дома «Дикси», а также 139 магазинов дрогери) или 504 магазина (net). Общее количество магазинов сети по состоянию на 31 марта 2023 г. составило 27 909;
- **Торговая площадь Компании увеличилась на 151 тыс. кв. м.** Общая торговая площадь составила 9 623 тыс. кв. м. (рост 4,2% год к году);
- **Компания выполнила редизайн 303 магазинов** (224 магазинов у дома «Магнит» и 78 магазинов у дома «Дикси» и одного супермаркета);

### 22,4%

ВАЛОВАЯ  
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

- **Валовая прибыль увеличилась на 5,5% год к году** до 133,8 млрд руб. **Валовая рентабельность снизилась на 73 б. п. год к году до 22,4%** в результате увеличения интенсивности промо и роста потерь, частично компенсированных сокращением транспортных расходов;
- **Показатель EBITDA составил 35,2 млрд руб. Рентабельность по EBITDA составила 5,9%<sup>2</sup>** на фоне динамики валовой рентабельности и коммерческих, общехозяйственных и административных расходов. Рентабельность по EBITDA снизилась на 97 б. п. год к году;
- **Чистая прибыль увеличилась на 41,3% год к году** до 15,4 млрд руб. **Рентабельность чистой прибыли составила 2,6%.**

<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» включены в базу LFL спустя 12 полных месяцев с момента консолидации

<sup>2</sup> В соответствии с МСБУ 17.

## Ключевые события 1 квартала 2023 г. и после отчетного периода

# 50

Магазинов

«Магнит у дома  
плюс»

ПЛАНИРУЕТСЯ ОТКРЫТЬ В  
2023 ГОДУ

- «Магнит» запустил формат «жесткого» дискаунтера под брендом B1<sup>3</sup> и открыл первые пилотные магазины в Московской области;
- Гюванч Донмез присоединился к команде «Магнита» в качестве директора по электронной коммерции;
- Ассортимент «Магнит Аптек» добавлен в мобильное приложение «Магнит Доставка»;
- Компания объявила о своих планах о расширении контура тестирования нового формата магазинов «Магнит у дома плюс» и открытии до 50 таких торговых точек в 2023 году;
- «Магнит» стал первым в России ритейлером с собственным органическим производством;
- Принято решение об изменении в структуре управления ПАО «Магнит», в соответствии с которым 30.06.2023 г. член Правления Мелешина Анна Юрьевна, занимающая должность директора департамента по корпоративным отношениям и устойчивому развитию, займет должность управляющего директора ПАО «Магнит», а Ян Дюннинг перейдет на должность исполнительного директора.

## Операционные результаты за 1 квартал 2023 года

Результаты LFL<sup>4</sup>

1Кв 2023			
	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого (Магнит и Дикси)	4,4%	1,6%	6,1%
Магнит	4,5%	2,3%	6,9%
Магазины у дома	5,0%	2,9%	8,0%
Супермаркеты	2,8%	4,2%	7,1%
Дрогерии	3,2%	-4,3%	-1,2%
Магазины у дома Дикси	4,1%	-3,3%	0,6%

<sup>3</sup> Обозначает «Первый выбор»

<sup>4</sup> Включая «Дикси»

## Розничная выручка

	1Кв 2023	1Кв 2022	Изменение	Изменение, %
<b>Общая чистая розничная выручка, млн руб.</b>	<b>583 212</b>	<b>534 824</b>	<b>48 387</b>	<b>9,0%</b>
<b>Магнит</b>	<b>516 568</b>	<b>460 746</b>	<b>55 822</b>	<b>12,1%</b>
Магазины у дома <sup>5</sup>	406 429	358 232	48 197	13,5%
Супермаркеты <sup>6</sup>	59 932	53 751	6 180	11,5%
Дрогери <sup>7</sup>	46 971	45 927	1 044	2,3%
Прочие форматы <sup>8</sup>	3 236	2 836	401	14,1%
<b>ДИКСИ</b>	<b>66 643</b>	<b>74 078</b>	<b>-7 435</b>	<b>-10,0%</b>
Магазины у дома	66 643	70 525	-3 881	-5,5%
<b>Количество чеков, млн</b>	<b>1 425</b>	<b>1 357</b>	<b>68</b>	<b>5,0%</b>
<b>Магнит</b>	<b>1 268</b>	<b>1 179</b>	<b>89</b>	<b>7,6%</b>
Магазины у дома	1 075	991	83	8,4%
Супермаркеты	83	76	7	8,8%
Дрогери	104	105	-1	-1,0%
Прочие форматы	7	6	0	3,6%
<b>ДИКСИ</b>	<b>157</b>	<b>178</b>	<b>-21</b>	<b>-12,0%</b>
Магазины у дома	157	173	-16	-9,4%
<b>Средний чек<sup>9</sup>, руб.</b>	<b>409</b>	<b>394</b>	<b>15</b>	<b>3,9%</b>
<b>Магнит</b>	<b>407</b>	<b>391</b>	<b>17</b>	<b>4,2%</b>
Магазины у дома	378	361	17	4,7%
Супермаркеты	724	707	17	2,5%
Дрогери	451	436	14	3,3%
Прочие форматы	463	428	35	8,2%
<b>ДИКСИ</b>	<b>426</b>	<b>416</b>	<b>9</b>	<b>2,2%</b>
Магазины у дома	426	408	18	4,3%

<sup>5</sup> Магазины у дома включают магазины у дома и небольшие пилотные форматы, такие как «Магнит Сити» и мягкие дискаунтеры «Моя цена»

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

<sup>7</sup> Магазины дрогери включают 18 магазинов косметики, расположенных в Узбекистане

<sup>8</sup> Прочие форматы включают Магнит Косметик Онлайн, аптеки и магазины, расположенные в отделениях «Почты России»

<sup>9</sup> Без НДС

## Магазины и торговая площадь

	1Кв 2023	1Кв 2022	Изменение	Изменение, %
<b>Количество магазинов (на конец периода)</b>	<b>27 909</b>	<b>26 605</b>	<b>1 304</b>	<b>4,9%</b>
<b>Магнит</b>	<b>25 702</b>	<b>24 234</b>	<b>1 468</b>	<b>6,1%</b>
Магазины у дома	17 787	16 620	1 167	7,0%
Супермаркеты	492	468	24	5,1%
Дрогерии	7 423	7 146	277	3,9%
<b>ДИКСИ</b>	<b>2 207</b>	<b>2 371</b>	<b>-164</b>	<b>-6,9%</b>
Магазины у дома	2 207	2 333	-126	-5,4%
<b>Количество открытых магазинов (Net)</b>	<b>504</b>	<b>528</b>	<b>-24</b>	<b>-4,5%</b>
<b>Магнит</b>	<b>505</b>	<b>608</b>	<b>-103</b>	<b>-16,9%</b>
Магазины у дома	371	430	-59	-13,7%
Супермаркеты	-1	-2	1	-50,0%
Дрогерии	135	180	-45	-25,0%
<b>ДИКСИ</b>	<b>-1</b>	<b>-80</b>	<b>79</b>	<b>-98,8%</b>
Магазины у дома	-1	-79	78	-98,7%
<b>Общая торговая площадь (на конец периода), тыс. кв. м</b>	<b>9 623</b>	<b>9 235</b>	<b>388</b>	<b>4,2%</b>
<b>Магнит</b>	<b>8 901</b>	<b>8 405</b>	<b>497</b>	<b>5,9%</b>
Магазины у дома	6 184	5 797	388	6,7%
Супермаркеты	982	935	47	5,0%
Дрогерии	1 707	1 645	62	3,8%
Прочие форматы	28	28	0	0,3%
<b>ДИКСИ</b>	<b>721</b>	<b>830</b>	<b>-109</b>	<b>-13,1%</b>
Магазины у дома	721	757	-35	-4,7%
<b>Прирост торговой площади (Net), тыс. кв. м</b>	<b>151</b>	<b>238</b>	<b>-87</b>	<b>n/a</b>
<b>Магнит</b>	<b>149</b>	<b>200</b>	<b>-51</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	123	161	-39	n/a
Супермаркеты	-2	-2	0	n/a
Дрогерии	28	41	-13	n/a
Прочие форматы	0	0	0	n/a
<b>ДИКСИ</b>	<b>2</b>	<b>37</b>	<b>-35</b>	<b>n/a</b>
Магазины у дома	2	39	-37	n/a

## Операционные показатели

В 1 квартале 2023 г. общая выручка выросла на 9,0% год к году и составила 596,8 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 9,0% год к году на фоне роста LFL продаж на 6,1% и увеличения торговой площади на 4,2%.

# 8,3%

РОСТ ПЛОТНОСТИ  
ПРОДАЖ ГОД К ГОДУ  
(LTM)<sup>10</sup>

Рост чистой розничной выручки продолжал опережать рост торговой площади благодаря дальнейшему повышению плотности продаж. Выручка с кв. м. по всей сети в 1 квартале 2023 г. увеличилась на 0,7% квартал к кварталу и 8,3% год к году, при этом выручка с кв. м. в супермаркетах выросла на 1,7% квартал к кварталу и 10,3% год к году.

Рост чистой розничной выручки демонстрировал высокие показатели в первые два месяца квартала - +14,1% в январе и +14,4% в феврале. В марте рост чистой розничной выручки резко замедлился до 0,8% в связи с эффектом высокой базы марта 2022 года, когда выручка «Магнита» выросла на 49,2% на фоне ускорения инфляции и закупок впрок.

# 4,2%

РОСТ ТОРГОВОЙ  
ПЛОЩАДИ ГОД К ГОДУ

Торговая площадь увеличилась на 4,2% год к году благодаря органическому росту. В отчетном квартале Компания открыла (gross) 543 магазина или 504 магазина (net). Прирост торговой площади (net) в 1 квартале 2023 г. составил 151 тыс. кв. м. Общее количество магазинов сети по состоянию на 31 марта 2023 г. составило 27 909 (+1 304 за последние 12 месяцев).

Рост LFL продаж на 6,1% в 1 квартале 2023 г. был обусловлен ростом среднего чека и трафика. 634 магазина (net) вошли в базу LFL в 1 квартале (включая 640 открытых магазинов «Магнит» и 6 закрытых магазинов «Дикси»). На данный момент только 10% торговой площади Компании находится в стадии выхода на целевые показатели, в то время как 90% уже достигли зрелого уровня продаж. Таким образом, рост LFL продаж был обусловлен высокими показателями зрелых магазинов, а не темпами увеличения торговой площади. Основной причиной замедления роста LFL продаж было снижение инфляции, а также включение в базу LFL зрелых магазинов «Дикси» без эффекта выхода на целевые показатели.

Рост LFL продаж в отчетном квартале был обусловлен ростом LFL среднего чека на 4,4% и ростом LFL трафика на 1,6% благодаря повышению промо активности. Промо активность усилилась как квартал к кварталу, так и год к году. LFL трафик вырос благодаря ценовой политике и маркетинговым кампаниям, при этом рост LFL среднего чека замедлился в связи с замедлением инфляции на полке.

Сибирский и Южный регионы показали наиболее сильный рост LFL продаж – более 9%. Наиболее сильный рост LFL трафика – около 7% - продемонстрировал Южный регион, где он стал основным драйвером роста LFL продаж.

В продовольственных форматах молочная продукция, овощи и фрукты были самыми быстрорастущими категориями в отчетном квартале, при этом в формате drogery самые сильные результаты продемонстрировала категория «уход и гигиена».

# 70 млн

ДЕРЖАТЕЛЕЙ КАРТ  
ЛОЯЛЬНОСТИ

В 1 квартале количество держателей карт лояльности достигло 70,3 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила 55% в чеках и 69% в продажах. В пиковые дни квартала она достигала 59% и 73% соответственно. Программа лояльности продолжает давать положительные кросс-форматные результаты – более 40% покупателей «Магнита» посещают 2 и более формата магазинов. Средний чек активного пользователя карты лояльности в 1,9 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

<sup>10</sup> Отношение чистой розничной выручки за последние 4 квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов

## Развитие сети магазинов и результаты форматов

**8,0%**

РОСТ LFL ПРОДАЖ В  
МАГАЗИНАХ У ДОМА  
«МАГНИТ» В 1 КВАРТАЛЕ  
2023 Г.

Магазины у дома под брендом «Магнит» составили 69,7% в розничных продажах Компании в 1 квартале 2023 г. В отчетном квартале Компания открыла (gross) 388 магазинов у дома и закрыла 17 магазинов в рамках продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате Компания открыла (net) 371 магазин у дома в 1 квартале 2023 г. 71% магазинов, открытых Компанией в отчетном квартале, составляют магазины у дома «Магнит» (включая дискаунтеры). Чистая розничная выручка выросла на 13,5% благодаря росту LFL продаж на 8,0% и приросту торговой площади на 6,7%. Рост LFL продаж был обусловлен ростом LFL среднего чека на 5,0% и сильной динамикой роста LFL трафика на 2,9% в отчетном квартале.

**10,3%**

УВЕЛИЧЕНИЕ ПЛОТНОСТИ  
ПРОДАЖ СУПЕРМАРКЕТОВ  
ГОД К ГОДУ В 1 КВАРТАЛЕ  
2023 Г.

Супермаркеты «Магнит» генерируют 10,3% розничных продаж Компании в отчетном квартале. В 1 квартале 2023 г. Компания не открывала новые супермаркеты, но закрыла один магазин, сфокусировавшись на увеличении плотности продаж действующей сети магазинов. Торговая площадь данного формата составила 982 тыс. кв. м (рост на 5,0% год к году). Рост LFL продаж магазинов больших форматов составил 7,1%. Результат обусловлен ростом среднего чека на 2,8% и сильным ростом трафика на 4,2% - самый высокий показатель среди всех форматов магазинов. В результате рост чистых розничных продаж супермаркетов составил 11,5% в отчетном квартале.

**7 423**

МАГАЗИНА КОСМЕТИКИ НА  
31 МАРТА 2023 Г.

Доля формата drogery в розничных продажах Компании составила 8,1%. В 1 квартале 2023 г. были открыты (gross) 139 магазинов и закрыты 4 магазина drogery. В результате на 31 марта 2023 г. общее количество магазинов косметики составило 7 423. Прирост торговой площади составил 62 тыс. кв. м или 3,8% год к году. Рост LFL продаж магазинов drogery был отрицательным и составил -1,2% на фоне эффекта высокой базы марта 2022 года в связи с покупкой впрок непродовольственных товаров первой необходимости (рост LFL продаж на 19,7% в 1 квартале 2022 г.) и замедлением инфляции на полке год к году.

В 1 квартале 2023 г. «Магнит» продолжил программу реновации. Обновление прошли 303 магазина (224 магазина у дома «Магнит» и 78 магазинов у дома «Дикси», а также один супермаркет).

**11,4%**

ДОЛЯ МАГАЗИНОВ  
«ДИКСИ» В РОЗНИЧНЫХ  
ПРОДАЖАХ В 1 КВАРТАЛЕ  
2023 Г.

Доля магазинов «Дикси» в розничных продажах Компании сократилась до 11,4% в отчетном квартале в связи с переформатированием части магазинов у дома «Дикси» и всех супермаркетов «Мегамарт» в магазины «Магнит». В 1 квартале были открыты 16 магазинов у дома и закрыты 17 магазинов. В результате на 31 марта 2023 г. количество магазинов составило 2 207, а торговая площадь – 721 тыс. кв. м. Рост LFL продаж магазинов у дома «Дикси» составил 0,6% благодаря росту LFL среднего чека на 4,1% и снижению LFL трафика на 3,3%.

## Онлайн-коммерция

**8.7**

млрд руб.  
ОБЩИЙ ОБОРОТ ТОВАРОВ  
(GMV) В 1 КВАРТАЛЕ 2023  
ГОДА

«Магнит» приступил к развитию 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 8,7 млрд руб. по сравнению с 9,2 млрд руб. в 1 квартале 2022 г.

В 1 квартале 2023 г. среднее количество заказов в день достигло 69 284.

Средний чек по всем онлайн-сервисам составил 1 392 руб. с НДС, что более чем в 3 раза выше, чем в магазинах у дома (434 руб. с НДС в 1 квартале 2023 г.). В основном это связано с большим количеством товаров в корзине.

Сервисы e-commerce «Магнита» сегодня охватывают около 11 450 офлайн-магазинов в 67 регионах и 515 населенных пунктах. При этом 73% текущей

выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Самым крупным и быстро растущим сегментом является экспресс-доставка, при которой заказы выполняются в течение 60 минут.

	1Кв 2023	1Кв 2022	Изменение	Изменение, %
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	8,7	9,2	-0,5	-5,4%
Количество заказов в день (среднее)	69 284	91 297	-22 013	-24,1%
Средний чек с НДС, руб.	1 392	1 117	275	24,7%
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	11 450	7 303	4 147	56,8%

## Мягкие дискаунтеры

**890**

ДИСКАУНТЕРОВ «МОЯ  
ЦЕНА» НА 31 МАРТА 2023  
ГОДА

«Магнит» начал тестировать формат мягких дискаунтеров в июле 2020 года в качестве ответной меры на быстро меняющуюся экономическую ситуацию. Концепция дискаунтера ориентирована на покупателей, чувствительных к цене, совершающих частые небольшие покупки традиционного ассортимента товаров или приобретающих продукцию впрок.

По состоянию на 31 марта 2023 г. сеть насчитывала 890 дискаунтеров «Моя цена» по сравнению с 274 магазинами годом ранее. В отчетном квартале Компания открыла 164 магазина, включая 121 новый и 43 переформатированных из магазинов у дома.

Средний чек с НДС в дискаунтерах «Моя цена» увеличился на 8,9% год к году и составил 368 руб. Рост LFL продаж превысил 28%.

## Жесткие дискаунтеры

«Магнит» запустил формат жесткого дискаунтера в феврале 2023 г., открыв первые пилотные магазины в Московской области под брендом B1, или «Первый выбор». Новая сеть усилит присутствие Компании в сегменте дискаунтеров и охватит еще больше покупательских миссий. B1 – это магазины с фокусом на ограниченном качественном ассортименте по привлекательным ценам, закрывающем основные потребности покупателя.

По состоянию на 31 марта 2023 г. было открыто четыре магазина B1.

## Текущие операционные результаты

Рост общей выручки и рост LFL продаж в апреле-мае замедлились по сравнению со средним показателем за 1 квартал в связи с замедлением продовольственной инфляции и продолжающимся эффектом перехода покупателей на более дешевые товары, а также сокращением среднего количества товаров в покупательской корзине. Усиление конкуренции наряду с увеличением интенсивности промо в секторе продолжают оказывать давление на рентабельность Компании.

## Финансовые показатели за 1 квартал 2023 г.

млн руб.	МСБУ 17			МСФО 16		
	1Кв 2023	1Кв 2022	Изменение	1Кв 2023	1Кв 2022	Изменение
<b>Общая выручка</b>	<b>596 797</b>	<b>547 708</b>	<b>9,0%</b>	<b>596 797</b>	<b>547 708</b>	<b>9,0%</b>
Розничная выручка	583 212	534 824	9,0%	583 212	534 824	9,0%
Оптовая выручка	13 585	12 883	5,4%	13 585	12 883	5,4%
Валовая прибыль	133 768	126 752	5,5%	134 162	126 764	5,8%
Валовая маржа, %	22,4%	23,1%	-73 б. п.	22,5%	23,1%	-66 б. п.
SG&A, % от продаж	-20,0%	-20,1%	13 б. п.	-18,6%	-18,8%	18 б. п.
Прочие доходы и расходы, % от продаж <sup>11</sup>	1,1%	1,1%	-7 б. п.	1,1%	1,2%	-12 б. п.
EBITDA до LTI <sup>12</sup>	35 375	37 865	-6,6%	60 307	61 400	-1,8%
EBITDA маржа до LTI, %	5,9%	6,9%	-99 б. п.	10,1%	11,2%	-111 б. п.
EBITDA	35 235	37 662	-6,4%	60 167	61 197	-1,7%
EBITDA маржа, %	5,9%	6,9%	-97 б. п.	10,1%	11,2%	-109 б. п.
EBIT	20 620	22 600	-8,8%	29 390	30 299	-3,0%
EBIT маржа, %	3,5%	4,1%	-67 б. п.	4,9%	5,5%	-61 б. п.
Чистые финансовые расходы	-3 812	-3 700	3,0%	-14 634	-13 666	7,1%
Прибыль/ (убыток) по курсовым разницам	2 840	-4 997	-156,8%	2 902	-5 215	-155,6%
Прибыль до налогообложения	19 647	13 902	41,3%	17 658	11 419	54,6%
Налоги	-4 239	-2 997	41,5%	-3 841	-2 498	53,8%
Чистая прибыль	15 408	10 905	41,3%	13 816	8 921	54,9%
Чистая маржа, %	2,6%	2,0%	59 б. п.	2,3%	1,6%	69 б. п.

Общая выручка в 1 квартале 2023 г. выросла на 9,0% на фоне роста чистой розничной выручки на 9,0% и оптовых продаж на 5,4%. Доля оптовых операций не изменилась год к году и составила 2,3% от общей выручки.

Валовая прибыль в 1 квартале 2023 г. увеличилась на 5,5% год к году до 133,8 млрд руб. Валовая маржа снизилась на 73 б. п. год к году до 22,4% в результате увеличения интенсивности промо и роста потерь, частично компенсированных сокращением транспортных расходов.

Транспортные расходы сократились год к году за счет роста эффективности использования собственного автопарка Компании.

Потери как процент от продаж выросли на 22 б. п. год к году главным образом в связи с ростом потерь фруктов и овощей в результате увеличения их доли в продажах и увеличения транспортного плеча.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы снизились на 13 б. п. год к году как процент от продаж и составили 20,0% за счет сокращения расходов на амортизацию и аренду.

Расходы на персонал как процент от продаж практически не изменились.

# 22,4%

ВАЛОВАЯ МАРЖА  
В 1 КВАРТАЛЕ 2023 Г.

<sup>11</sup> Включая доходы от субаренды

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

Расходы на амортизацию как процент от продаж сократились год к году на фоне эффекта высокой базы прошлого года, а также замедления программы открытия магазинов.

Расходы на аренду как процент от продаж сократились на 10 б. п. год к году благодаря увеличению плотности продаж, улучшению условий аренды и закрытию неэффективных магазинов. Это было достигнуто несмотря на увеличение доли арендованных площадей до 82,1% в 1 квартале 2023 г. по сравнению с 80,7% годом ранее.

Расходы на коммунальные услуги как процент от продаж выросли год к году в связи с ростом тарифов на электроэнергию, теплоснабжение и уборку.

Расходы на ремонт и техническое обслуживание, рекламу, упаковку, банковские, налоговые и прочие расходы как процент от продаж в целом не изменились год к году.

Прочие доходы и расходы, включая доходы от субаренды, как процент от продаж снизились на 7 б. п. год к году в связи со снижением доли доходов от реализации вторсырья.

# 5,9%

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПО  
EBITDA В 1 КВАРТАЛЕ  
2023 Г.

В результате показатель EBITDA в 1 квартале 2023 г. уменьшился на 6,4% и составил 35,2 млрд руб. Рентабельность по EBITDA сократилась на 97 б. п. год к году и составила 5,9%.

Чистые финансовые расходы в 1 квартале 2023 г. выросли на 3,0% год к году до 3,8 млрд руб. Рост процентных расходов в результате увеличения общей суммы заимствований был частично компенсирован доходом от банковских депозитов.

Средняя стоимость долга не изменилась год к году и составила 8,7%, но увеличилась на 54 б. п. квартал к кварталу. 94% долга Компании представлены долгосрочными заимствованиями и облигациями со средним сроком погашения 21 месяц.

В 1 квартале 2023 г. прибыль Компании по курсовым разницам, полученная в связи с прямыми импортными операциями в результате колебаний валютных курсов, составила 2,8 млрд руб. по сравнению с убытком в размере 5,0 млрд руб. в 1 квартале 2022 г.

# 2,6%

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ЧИСТОЙ  
ПРИБЫЛИ В 1 КВАРТАЛЕ  
2023 Г.

Величина налога на прибыль в 1 квартале 2023 г. составила 4,2 млрд руб. Эффективная налоговая ставка составила 21,6%.

В результате чистая прибыль в 1 квартале 2023 г. увеличилась на 41,3% год к году и составила 15,4 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли выросла на 59 б. п. год к году и составила 2,6%.

## Ключевые показатели баланса (МСФО 16)

млн руб.	31 марта 2023 г.	31 декабря 2022 г.	31 марта 2022 г.
Запасы	223 466	219 436	231 356
Торговая и прочая дебиторская задолженность	19 488	20 197	15 618
Торговая и прочая кредиторская задолженность	246 765	273 972	239 599

Запасы сократились на 3,4% год к году по сравнению с 31 марта 2022 г. и составили 223,5 млрд руб. несмотря на рост общей выручки на 9,0%. Этому способствовал ряд действующих проектов, включая сокращение товаров с низкой оборачиваемостью, гармонизацию ассортимента и ИТ-решения, направленные на

**5,7**  
дней

ОПТИМИЗАЦИЯ  
ОБОРАЧИВАЕМОСТИ  
ЗАПАСОВ ГОД К ГОДУ<sup>13</sup>

повышение доступности товара на полке и прогнозирование промо-акций. Оборачиваемость запасов сократилась на 5,7 дней год к году.

Торговая и прочая кредиторская задолженность увеличилась на 7,2 млрд руб. по сравнению с 31 марта 2022 г. и составила 246,8 млрд руб., в связи с ростом продаж и рядом других положительных эффектов. Дебиторская задолженность увеличилась на 3,9 млрд руб. по сравнению с 31 марта 2022 г. и составила 19,5 млрд руб. в связи с ростом продаж.

## Структура долга и долговая нагрузка (МСФО 16)

	31 марта 2023 г.	31 декабря 2022 г.	31 марта 2022 г.
Чистый долг, млрд руб.	566,0	552,2	682,1
Чистый долг / EBITDA	2,2x	2,1x	3,0x

**2,2x**

ЧИСТЫЙ ДОЛГ/EBITDA  
(МСФО 16)  
НА 31 МАРТА 2023 Г.

На 31 марта 2023 г. чистый долг уменьшился на 17,0% год к году до 566,0 млрд руб.

Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. Соотношение чистый долг / EBITDA составило 2,2x на 31 марта 2023 г. по сравнению с 3,0x на 31 марта 2022 г. В соответствии с МСБУ 17 соотношение чистый долг / EBITDA составило 0,7x на 31 марта 2023 г.

Капитальные затраты в 1 квартале 2023 г. сократились на 4,9% и составили 11,5 млрд руб. Сокращение было обусловлено замедлением программы открытия магазинов, а также замедлением реализации других проектов развития.

Примечание:

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

## За дополнительной информацией обращайтесь:

✉ Департамент по связям с инвесторами  
[magnitIR@magnit.ru](mailto:magnitIR@magnit.ru)

✉ Управление по внешним коммуникациям:  
[press@magnit.ru](mailto:press@magnit.ru)

<sup>13</sup> Оборачиваемость запасов в днях = ((запасы на 31.12.2022 + запасы на 31.03.2023)/2/себестоимость за 1 квартал 2023 г.) x 90

## **Справка о компании**

Публичное акционерное общество «Магнит» (МОЕХ: MGNT) 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 31 марта 2023 г. сеть «Магнит» насчитывала 27 909 магазинов, расположенных в 4 114 населенных пунктах Российской Федерации и Республике Узбекистан.

Около двух третей магазинов Компании работает в городах с населением менее 500 000 человек. Большинство магазинов Группы расположено в Южном, Северо-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 31 марта 2023 г. 45 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 414 автомобилей.

В соответствии с результатами Компании по МСБУ 17, ее выручка за 2022 год составила 2 352 млрд руб., EBITDA – 161 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

### Выручка за 1 квартал 2023 г. по месяцам

	Январь	Изменение	Февраль	Изменение	Март	Изменение
<b>Чистая розничная выручка, млн руб.</b>	<b>188 100</b>	<b>14,1%</b>	<b>186 322</b>	<b>14,4%</b>	<b>208 789</b>	<b>0,8%</b>
<b>Магнит</b>	<b>166 560</b>	<b>17,5%</b>	<b>164 988</b>	<b>17,6%</b>	<b>185 020</b>	<b>3,6%</b>
Магазины у дома	131 490	16,8%	129 428	17,6%	145 511	7,3%
Супермаркеты	19 367	19,5%	19 228	17,1%	21 337	1,0%
Дрогери	14 625	20,9%	15 293	17,7%	17 054	-18,2%
Прочие форматы	1 078	20,2%	1 040	22,1%	1 118	2,9%
<b>ДИКСИ</b>	<b>21 540</b>	<b>-7,0%</b>	<b>21 334</b>	<b>-5,3%</b>	<b>23 769</b>	<b>-16,3%</b>
Магазины у дома	21 540	-2,3%	21 334	-0,5%	23 769	-12,1%

### Количество открытых магазинов за 1 квартал 2023 г.

	1Кв 2023	1Кв 2022	Изменение	Изменение, %
<b>Количество открытых магазинов (Gross)</b>	<b>543</b>	<b>657</b>	<b>-114</b>	<b>-17,4%</b>
<b>Магнит</b>	<b>527</b>	<b>649</b>	<b>-122</b>	<b>-18,8%</b>
Магазины у дома	388	459	-71	-15,5%
Супермаркеты	0	0	0	n/a
Дрогери	139	190	-51	-26,8%
<b>ДИКСИ</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100,0%</b>
Магазины у дома	16	8	8	100,0%
<b>Количество закрытых магазинов</b>	<b>39</b>	<b>129</b>	<b>-90</b>	<b>-69,8%</b>
<b>Магнит</b>	<b>22</b>	<b>41</b>	<b>-19</b>	<b>-46,3%</b>
Магазины у дома	17	29	-12	-41,4%
Супермаркеты	1	2	-1	-50,0%
Дрогери	4	10	-6	-60,0%
<b>ДИКСИ</b>	<b>17</b>	<b>88</b>	<b>-71</b>	<b>-80,7%</b>
Магазины у дома	17	87	-70	-80,5%
<b>Количество открытых магазинов (Net)</b>	<b>504</b>	<b>528</b>	<b>-24</b>	<b>-4,5%</b>
<b>Магнит</b>	<b>505</b>	<b>608</b>	<b>-103</b>	<b>-16,9%</b>
Магазины у дома	371	430	-59	-13,7%
Супермаркеты	-1	-2	1	-50,0%
Дрогери	135	180	-45	-25,0%
<b>ДИКСИ</b>	<b>-1</b>	<b>-80</b>	<b>79</b>	<b>-98,8%</b>
Магазины у дома	-1	-79	78	-98,7%