

Операционный обзор

В 2022 г. общая выручка выросла на 26,7% год к году и составила 2 352,0 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 27,2% год к году на фоне роста LFL-продаж на 12,1% и увеличения торговой площади на 5,3%.

В 2022 г. рост чистой розничной выручки опережал рост торговой площади благодаря дальнейшему повышению плотности продаж. В 2022 г. выручка с квадратного метра по всей сети увеличилась на 11,4% год к году, при этом выручка с квадратного метра в формате «дрогери» выросла на 15,7% год к году.

Торговая площадь увеличилась на 5,3% год к году благодаря органическому росту. В 2022 г. Компания открыла 1 736 магазинов (gross), или 1 328 магазинов (net). Прирост торговой площади (net) в 2022 г. составил 475 тыс. кв. м. Общее количество магазинов сети по состоянию на 31 декабря 2022 г. составило 27 405.

Рост LFL-продаж на 12,1% в 2022 г. был обусловлен ростом LFL-среднего чека на 10,3% и ростом LFL-трафика на 1,6%. 4 362 магазина (net) вошли в базу LFL (включая 2 047 магазинов «Магнит»

и 2 315 магазинов «ДИКСИ»). По итогам года 13% торговой площади Компании находится в стадии выхода на целевые показатели, в то время как 87% уже достигли зрелого уровня продаж. Таким образом, рост LFL-продаж был обусловлен высокими показателями зрелых магазинов, а не темпами увеличения торговой площади.

Динамика LFL-продаж в 2022 г. была обусловлена сильным ростом LFL – среднего чека на 10,3% главным образом благодаря ускорению инфляции год к году. LFL-трафик стал положительным и составил 1,6% благодаря ценовой политике и повышению промоактивности.

Все регионы показали значительный рост LFL-продаж, при этом магазины Северо-Западного и Сибирского регионов продемонстрировали самые сильные результаты. Южный, Московский и Северо-Западный регионы показали наибольший рост LFL-трафика.

По итогам года количество держателей карт лояльности превысило 68 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила к концу года 56% в чеках и 70% в продажах, а пиковые значения достигали 60 и 74% соответственно. Программа лояльности продолжает давать положительные кросс-форматные результаты – 44% покупателей «Магнита» к концу отчетного периода посещают два и более формата магазинов. Средний чек активного пользователя карты лояльности в 1,8 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

Результаты LFL¹, %

Формат магазинов	2022		
	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого («Магнит» и «ДИКСИ»)	10,3	1,6	12,1
«Магнит»	10,6	1,6	12,4
Магазины у дома	10,2	1,8	12,3
Супермаркеты	10,5	-0,5	9,9
Дрогери	15,4	1,7	17,4
Магазины у дома «ДИКСИ»	6,3	1,4	7,8

26,7%

рост общей выручки

12,1%

рост LFL-продаж

1 736

органических открытий магазинов (gross)

5,3%

рост торговой площади год к году

Развитие сети магазинов и результаты форматов

Магазины у дома под брендом «Магнит» составили 68,3% в розничных продажах Компании в 2022 г. В отчетном году Компания открыла (gross) 1 313 магазинов у дома и закрыла 87 магазинов в результате продолжающейся кампании по повышению операционной эффективности. В результате Компания открыла (net) 1 226 магазинов у дома. 76% магазинов, открытых Группой в отчетном году, составляют магазины у дома «Магнит» (включая дискаунтеры). Чистая розничная выручка выросла на 19,9% благодаря росту LFL-продаж на 12,3% и приросту торговой площади на 7,6%. Рост LFL-продаж был обусловлен ростом LFL – среднего чека на 10,2% и сильной динамикой роста LFL-трафика до 1,8%.

Супермаркеты «Магнит» генерируют 10,2% розничных продаж Компании в 2022 г. За отчетный период было открыто 29 супермаркетов, 6 закрыто. Все открытия отчетного периода представлены переформатированными магазинами «Мегамайт». Торговая площадь данного формата составила 984 тыс. кв. м (рост на 5,0% год к году). Рост LFL-продаж магазинов больших форматов составил 9,9%. Результат обусловлен ростом LFL – среднего чека на 10,5% при сокращении LFL-трафика на 0,5%. В результате рост чистых розничных продаж супермаркетов в 2022 г. составил 12,2%.

Доля формата «дрогери» в розничных продажах Компании составила 8,4%. В 2022 г. было открыто (gross) 356 магазинов дрогери и закрыты 34. В результате на 31 декабря 2022 г. общее количество магазинов косметики составило 7 288. Прирост торговой площади составил 75 тыс. кв. м, или 4,6% год к году. На фоне такого роста торговой площади и роста LFL-продаж на 17,4% – самого высокого показателя среди всех форматов – рост выручки достиг 26,5%. Рост LFL-продаж был обусловлен ростом LFL – среднего чека на 15,4% и сильной динамикой роста LFL-трафика до 1,7%.

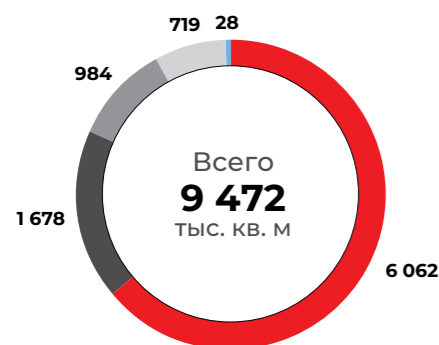
Доля магазинов «ДИКСИ» в розничных продажах Компании выросла по итогам года до 12,7% (в сравнении с 7,0% в 2021 г.). При этом в отчетном периоде был закрыт 281 магазин «ДИКСИ»: 242 магазина у дома и все 39 супермаркетов. В результате на 31 декабря 2022 г. количество магазинов составило 2 208, а торговая площадь – 719 тыс. кв. м. Рост LFL-продаж магазинов у дома «ДИКСИ» составил 7,8% благодаря росту LFL – среднего чека на 6,3% и росту LFL-трафика на 1,4%.

1 313
магазинов
у дома «Магнит»

открыла Компания
в 2022 г. (gross)

Операционный обзор (продолжение)

Торговая площадь по форматам, тыс. кв. м



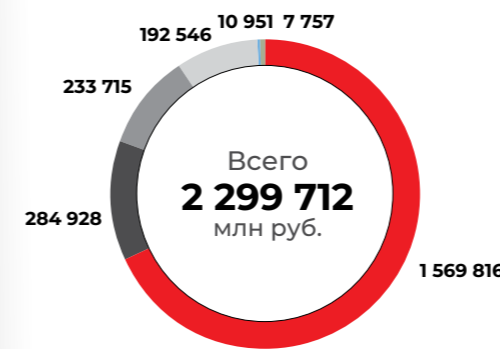
- Магазины у дома «Магнит»
- Дрогери «Магнит Косметик»
- Супермаркеты «Магнит»
- Магазины у дома «ДИКСИ»
- Прочие форматы «Магнит»

Примечание: Обратите внимание, что при расчете общей суммы, промежуточной суммы и/или процентных изменений могут быть небольшие отклонения из-за округления десятичных знаков.

Магазины и торговая площадь

Показатель	2022	2021	Изменение	Изменение, %
Количество магазинов (на конец периода)	27 405	26 077	1 328	5,1
«Магнит»	25 197	23 626	1 571	6,6
Магазины у дома	17 416	16 190	1 226	7,6
Супермаркеты	493	470	23	4,9
Дрогери	7 288	6 966	322	4,6
«ДИКСИ»	2 208	2 451	-243	-9,9
Магазины у дома	2 208	2 412	-204	-8,5
Супермаркеты	0	39	-39	-100,0
Количество открытых магазинов (net)	1 328	2 036	-708	-34,8
«Магнит»	1 571	2 062	-491	-23,8
Магазины у дома	1 226	1 279	-53	-4,1
Супермаркеты	23	0	23	N/a
Дрогери	322	783	-461	-58,9
«ДИКСИ»	-243	-26	-217	N/a
Магазины у дома	-204	-26	-178	N/a
Супермаркеты	-39	0	-39	N/a
Общая торговая площадь (на конец периода), тыс. кв. м	9 472	8 997	475	5,3
«Магнит»	8 752	8 204	548	6,7
Магазины у дома	6 062	5 635	427	7,6
Супермаркеты	984	937	47	5,0
Дрогери	1 678	1 604	75	4,6
Прочие форматы	28	28	0	-0,5
«ДИКСИ»	719	793	-73	-9,2
Магазины у дома	719	718	1	0,2
Супермаркеты	0	75	-75	-100,0
Прирост торговой площади (net), тыс. кв. м	475	701	-226	N/a
«Магнит»	548	708	-160	N/a
Магазины у дома	427	546	-119	N/a
Супермаркеты	47	-4	51	N/a
Дрогери	75	175	-101	N/a
Прочие форматы	0	-10	9	N/a
«ДИКСИ»	-73	-7	-67	N/a
Магазины у дома	1	-7	8	N/a
Супермаркеты	-75	0	-75	N/a

Чистая розничная выручка по форматам, млн руб.



- Магазины у дома «Магнит»
- Магазины у дома «ДИКСИ»
- Супермаркеты «Магнит»
- Дрогери «Магнит Косметик»
- Прочие форматы «Магнит»
- Супермаркеты «Мегамарт»

Розничная выручка

Показатель	2022	2021	Изменение	Изменение, %
Общая чистая розничная выручка, млн руб.	2 299 712	1 807 752	491 960	27,2
«Магнит»	2 007 028	1 680 528	326 500	19,4
Магазины у дома ¹	1 569 816	1 309 682	260 134	19,9
Супермаркеты ²	233 715	208 316	25 398	12,2
Дрогери ³	192 546	152 215	40 331	26,5
Прочие форматы ⁴	10 951	10 314	637	6,2
«ДИКСИ»	292 685	127 224	165 460	130,1
Магазины у дома	284 928	120 552	164 375	136,4
Супермаркеты	7 757	6 672	1 085	16,3
Количество чеков, млн	5 932	5 147	785	15,2
«Магнит»	5 206	4 806	399	8,3
Магазины у дома	4 403	4 044	359	8,9
Супермаркеты	333	328	5	1,6
Дрогери	445	408	37	9,1
Прочие форматы	25	27	-2	-8,4
«ДИКСИ»	726	341	385	113,2
Магазины у дома	715	331	384	116,2
Супермаркеты	11	10	1	12,8
Средний чек⁵, руб.	388	351	36	10,4
«Магнит»	386	350	36	10,3
Магазины у дома	357	324	33	10,1
Супермаркеты	702	636	66	10,4
Дрогери	433	373	59	15,9
Прочие форматы ⁶	429	371	58	15,6
«ДИКСИ»	403	373	30	7,9
Магазины у дома	398	364	34	9,3
Супермаркеты	696	676	21	3,1

¹ Магазины у дома включают магазины у дома и небольшие пилотные форматы, такие как «Магнит Сити» и мягкие дискаунтеры «Моя цена».
² Супермаркеты включают супермаркеты «Магнит Семейный» и суперсторы «Магнит Экстра».
³ Магазины дрогери включают 12 магазинов косметики, открытые в Узбекистане в 2022 г.
⁴ Прочие форматы включают «Магнит Косметик Онлайн», аптеки и магазины, расположенные в отделениях «Почты России».
⁵ Без НДС.
⁶ Рассчитано по формату «Магнит Аптека».

Операционный обзор (продолжение)

Консолидация бизнеса «ДИКСИ» и изменение стандартов отчетности

«Магнит» завершил приобретение розничного бизнеса «ДИКСИ» 22 июля 2021 г. С этой даты показатели «ДИКСИ» консолидированы в результаты Компании. Выручка и операционные результаты магазинов под брендом «ДИКСИ» отражаются отдельно. Спустя 12 полных месяцев

с момента консолидации магазины «ДИКСИ» включены в базу LFL. Розничный бизнес «ДИКСИ» не является отдельным сегментом – «Магнит» продолжит представлять консолидированные финансовые результаты по Группе.

Онлайн-коммерция

«Магнит» приступил к развитию сервисов онлайн-коммерции в III квартале 2020 г. 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 за полный 2022 г. составил 32,6 млрд руб. В 2022 г. среднее количество заказов в день достигло 71 637 и в 2,4 раза превысило значение 2021 г. (29 481 заказ в день).

Средний чек по всем онлайн-сервисам составил 1 246 руб. с НДС, что на 19,3% выше, чем в 2021 г. (1 045 руб. с НДС).

Сервисы e-commerce «Магнита» сегодня охватывают около 10,9 тыс. офлайн-магазинов и 31 даркстор в 67 регионах и 506 населенных пунктах. При этом 71% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Самым крупным и быстрорастущим сегментом является экспресс-доставка, при которой заказы выполняются в течение 60 минут.

Показатель	2022	2021	Изменение	Изменение, %
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	32,6	11,2	21,3	189,9
Количество заказов в день (среднее)	71 637	29 481	42 156	143,0
Средний чек с НДС, руб.	1 246	1 045	201	19,3
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	10 887	4 490	6 397	142,5

Мягкие дискаунтеры

«Магнит» начал тестировать формат мягких дискаунтеров в июле 2020 г. 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 декабря 2022 г. сеть насчитывала 727 дискаунтеров «Моя цена» по сравнению со 190 магазинами годом ранее. В отчетном году Компания открыла (gross) 538 магазинов, включая 338 новых и 200 переформатированных из магазинов у дома.

Средний чек без НДС в мягких дискаунтерах «Моя цена» увеличился на 15,6% год к году и составил 312 руб. Общий рост LFL-продаж в этом формате, включая новые открытия и переформатированные магазины, превысил 50%.

Клиентский сервис

2022 г. прошел для Компании под девизом «Новые вызовы – это возможности для роста». Мы хотим оставаться для миллионов своих покупателей неотъемлемым элементом стабильности и в любых обстоятельствах обеспечивать наличие и доступность качественных продуктов и непродовольственных товаров.

Наш подход к обеспечению высококлассного сервиса в каждом магазине



Открытость и коммуникация с покупателями на всех уровнях

Мы развиваем свои аккаунты в социальных сетях, предлагаем сервисы доставки, совершенствуем ежедневные процессы, предоставляем честные данные об отзывах и жалобах покупателей и качественно отрабатываем обратную связь.



Фокус на условиях труда

Сервис начинается с условий труда, обучения и вовлечения персонала. Чтобы обеспечить удобство покупателей, мы начинаем с удобства своих сотрудников.



Компетентность руководителей в вопросах сервиса

Руководители всех уровней должны быть амбассадорами сервиса, постоянно наращивать свои компетенции в этой области и делиться знаниями с сотрудниками. Улучшение условий обслуживания контролируют региональные менеджеры по клиентскому сервису.

Суперцель «Магнита» – стать проще, быстрее, доступнее и лояльнее к покупателю и каждому сотруднику. Все внутренние и внешние перемены в Компании нацелены на то, чтобы стать лидерами рынка по качеству сервиса.



Качественный сервис – это когда у покупателя нет необходимости обращаться в контакт-центр, кроме как со словами благодарности.

Сергей Олейников,
директор Уральского округа

Операционный обзор (продолжение)

В 2022 г. мы проделали большую работу, чтобы сделать покупки в магазинах «Магнит» еще удобнее для покупателей. В обеспечение качества продукции и сервиса было инвестировано 13 млрд руб. Эти средства были направлены на независимый аудит поставщиков и лабораторные исследования товаров, обеспечение температурного режима в магазинах и распределительных центрах, сертификацию собственной продукции и пр.

В 2022 г. мы провели около 11 тыс. исследований товаров поставщиков. В числе наших партнеров – 170 лабораторий, в том числе государственные учреждения, исследовательские институты и федеральные научные центры. Эксперты провели аудит около 600 площадок на производствах наших поставщиков, выпускающих продукты питания. Велся постоянный контроль, в том числе посредством видеонаблюдения, за производством кулинарии в собственных супермаркетах и гипермаркетах «Магнита».

В декабре 2022 г. мы привлекли к исследованию качества клиентского сервиса в магазинах «Магнит» «тайных покупателей». Итоговая оценка составила 97,6% при целевом показателе 95%. Количество жалоб покупателей, касающихся работы торговых точек, снизилось на 8%, в том числе число жалоб на неисправность или отсутствие торгового оборудования сократилось на 29%, на некомпетентность сотрудников – на 14%, на несоответствие и отсутствие ценников – на 5%.

Мы предлагаем покупателям множество возможностей оставить отзыв о работе

Компании – в ходе опросов чат-ботами, через QR-коды, отзывы в геосервисах и др. – и детально анализируем поступившие обращения. Создан рейтинг качества обслуживания в магазинах – это позволяет выявить проблемы в конкретных точках и принять необходимые меры.

Чтобы повысить доступность товаров для покупателей, в 2022 г. мы продолжили развивать сервис «Магнит Доставка», который обеспечивает доставку из магазинов «Магнит» и «Магнит Косметик». Покупателям доступна экспресс-доставка за 60 минут или доставка к удобному времени. В том числе сервис позволяет покупать в гипермаркетах – заказы весом не более 50 кг доставляются в течение трех часов. В 2022 г. сервис был полностью переведен на собственную ИТ-платформу Компании.

В марте 2022 г. «Магнит» запустил в Москве тестирование доставки за 60 минут силами собственных курьеров. В случае успеха мы планируем тиражировать сервис на районы Москвы с наиболее высокой плотностью заказов, в дальнейшем собственная доставка может стать доступна и в Санкт-Петербурге.

Кроме того, продолжалось развитие совместных с партнерами сервисов доставки. С мая 2022 г. «Магнит» и «СберМаркет» запустили доставку из мясных дискаунтеров «Моя цена» в 32 городах России. Ранее наши клиенты могли совершать покупки в дискаунтерах только офлайн.

13 млрд руб.
было направлено в 2022 г. на обеспечение качества продукции и сервиса

В июле «Магнит» и Delivery Club расширили географию гарантированной 30-минутной доставки. Сегодня к сервису подключены около 6 тыс. торговых точек разных форматов и дарксторов в 66 городах России – это половина городов на территории сотрудничества. Среднее время доставки, по данным Delivery Club, составляет 23 минуты. В городах обслуживания сервис пользуется спросом и занимает порядка 83% в сегменте экспресс-доставки.

Сервис «Магнит Аптека», запущенный осенью 2020 г., был масштабирован на аптеки Уральского федерального округа. Он позволяет уже через 30 минут после бронирования получить заказ в ближайшей аптеке. На сегодняшний день сервис охватывает более 800 аптек в 58 регионах. В 45 регионах сделать заказ в «Магнит Аптеке» можно также через приложение Delivery Club.

В ноябре 2022 г. «Магнит Косметик» вышел на маркетплейс Ozon, месячная аудитория которого превышает 50 млн человек. Наши товары представлены в формате shop-in shop в категориях «Красота и здоровье», «Детская гигиена» и «Бытовая химия». Сотрудничество с Ozon открывает для наших клиентов возможность получать заказы в примерно 19 тыс. точек

выдачи по всей стране или курьерской доставкой. Кроме того, в декабре «Магнит Косметик» вышел на Wildberries, где на сегодняшний день представлено порядка 6 тыс. наименований товаров сети.

В 2022 г. мы расширили возможности оплаты в магазинах «Магнит». Около тысячи магазинов у дома были оборудованы кассами самообслуживания российского производства. Общее количество терминалов самообслуживания в сети магазинов «Магнит» к 31 декабря 2022 г. составляло порядка 3,5 тыс. Кассы устанавливались в магазинах, где наблюдаются всплески трафика, а доля безналичных платежей превышает 60%. Улучшенный внутренний интерфейс позволяет сотрудникам быстрее закрывать смены – сейчас на это требуется всего 40 секунд, тогда как ранее – около полутора минут.

С мая 2022 г. покупателям была доступна возможность оплаты на кассе через Систему быстрых платежей (СБП) по QR-коду. В магазинах

«ДИКСИ» появилась возможность оплаты через СБП с помощью мобильного приложения «Клуб друзей ДИКСИ». Покупателю требовалось только предъявить на кассе карту лояльности и подтвердить транзакцию в приложении.

Продолжалось также развитие собственных и партнерских бонусных программ «Магнита», прежде всего в сегменте e-commerce. Так, было запущено начисление бонусов за онлайн-покупки в мобильных приложениях Delivery Club и «Яндекс Go».

В 2022 г. «Магнит» запустил и масштабировал сервис подписок для покупателей. Шесть вариантов подписки для разных товарных категорий и форматов магазинов открывают доступ к повышенному начислению бонусов, персональным скидочным купонам и индивидуальным промопредложениям. Купить подписки можно за бонусы – именно так ежедневно приобретаются порядка 10 тыс. подписок. Пилотный запуск проекта показал,

что подписчики ежемесячно увеличивали сумму покупок и средний чек. В дальнейшем мы планируем предлагать пользователям сервиса новые возможности – например, выбор любимой категории с повышенным начислением бонусов, сезонные активности и пр.

Кроме того, мы запустили кешбэк для держателей карт лояльности за покупки в любимых категориях. В мобильном приложении доступны 15 категорий наиболее популярных товаров. Раз в месяц клиент может выбрать новую любимую категорию и получать в виде бонусов 10% от суммы покупки соответствующих товаров.

В дополнение к традиционному начислению бонусов в 2022 г. мы начали предоставлять покупателям прямые скидки. Держатели виртуальных карт лояльности получают скидку 10% на все товары, не участвующие в акциях, за три дня до своего дня рождения, в сам день и три дня после.

Защита персональных данных потребителей

«Магнит» собирает персональные данные клиентов для использования в маркетинговых целях. Мы осознаем, как важно обеспечить конфиденциальность этой информации, и принимаем все необходимые меры.

Все персональные данные, а также согласие на их обработку¹ «Магнит» получает от владельцев данных или их законных представителей. Обработка данных ведется в соответствии с действующим российским законодательством. Мы заботимся о защите прав и свобод субъектов персональных данных, в том числе о защите права на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну.

В ходе внутреннего аудита мы регулярно оцениваем риски, связанные с угрозами безопасности персональных данных, актуализируем модели возможных угроз и разрабатываем решения для их устранения.

«Магнит» сопровождает и контролирует бизнес-процессы, в рамках которых ведется обработка персональных данных, контролирует корректность и правомерность их обработки в информационных системах. Мы проводим соответствующее обучение для персонала ИТ-дирекции и сотрудников, работающих с такими данными, а также консультируем специалистов дочерних компаний.

¹ За исключением случаев, предусмотренных Федеральным законом № 152-ФЗ.