



Магнит объявляет о росте выручки на 10,5% в 3 квартале 2019 года

Краснодар, 29 октября 2019 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания»; MOEX и LSE: MGNT), объявляет операционные и неаудированные финансовые результаты деятельности за 3 квартал 2019 г.

Ключевые операционные и финансовые показатели за 3 квартал 2019 года:

- Общая выручка выросла на 10,5% до 342,6 млрд руб.
- Чистая розничная выручка увеличилась на 9,1% и составила 333,0 млрд руб.
- Оптовые продажи выросли на 97,8% до 9,6 млрд руб. преимущественно за счет дистрибуции фармацевтических товаров.
- Сопоставимые продажи (LFL)¹ сократились на 0,7% на фоне роста среднего чека на 2,8% и снижения трафика на 3,4%.
- Компания открыла (net) 613 магазинов² (276 магазинов у дома, 1 супермаркет и 336 магазинов дрогери). Общее количество магазинов сети составило 20 497 по состоянию на 30 сентября 2019 г.
- Торговая площадь Компании увеличилась на 207 тыс. кв. м (что означает рост в размере 17,2% год-к-году).
- Компания выполнила редизайн 424 магазинов у дома и 214 магазинов дрогери. Таким образом, по состоянию на 30 сентября 2019 г. доля новых магазинов и магазинов, прошедших редизайн, выросла до 67% и 48% соответственно.
- Валовая прибыль³ составила 76,6 млрд руб., валовая маржа - 22,4%. Влияние распродаж товарных запасов, проводимой в июле-августе, на валовую рентабельность составило 144 б.п. Скорректированный на разовый фактор распродаж, показатель валовой маржи составил 23,8%, что на 31 б.п. выше году-к-году благодаря улучшению коммерческих условий.
- Показатель EBITDA составил 19,8 млрд руб. Маржа EBITDA сократилась на 124 б.п. год-к-году до 5,8% в связи с распродажей ассортимента пассивной матрицы, начислением резервов по долгосрочной программе мотивации и ростом операционных расходов. Влияние этих факторов было частично компенсировано улучшением коммерческих условий.
- Чистая прибыль сократилась на 57,3% год-к-году и составила 3,3 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли снизилась на 151 б.п. до 0,9%.

¹ База расчета LFL-показателей включает магазины спустя 12 месяцев с даты открытия. Рост LFL-продаж и среднего чека рассчитаны по выручке с НДС.

² Не включает аптеки.

³ В течение 2018 г. и 1 полугодия 2019 г. Компания расширила список расходов, включаемых в себестоимость, в том числе на расходы по обработке товара в распределительном центре (оплата труда, коммунальные расходы, и т.д.). Компания применила изменения ретроспективно и пересчитала сопоставимые показатели 2018 года



Генеральный директор сети «Магнит» Ян Дюннинг прокомментировал:

«Мы видим четкие признаки улучшений в бизнесе. Форматы магазинов у дома и дрогери продолжают показывать позитивную динамику LFL продаж. Трафик покупателей пока остается в отрицательной зоне, но показывает повышательный тренд, а средний чек продолжает улучшаться. В 3 квартале мы приняли стратегически важное решение распродать более половины запасов пассивной матрицы, что разово негативно отразилось на рентабельности по EBITDA и LFL продажах, но открыло путь на полки новому ассортименту – ключевому элементу нашего CVP. В отчетном периоде мы проделали огромную работу по улучшению ассортимента, развитию функции категорийного менеджмента и улучшению доступности товаров на полках. Все это еще не нашло отражения в динамике LFL продаж, но сейчас я чувствую больше уверенности в хороших результатах будущих периодов».

Ключевые события 3 квартала и после отчетного периода:

- В 3 квартале Компания распродала более половины ассортимента пассивной матрицы (на сумму около 16,7 млрд руб.). Влияние на результат рентабельности по EBITDA составило 144 б.п., на LFL Продажи – 117 б.п. Скорректированные на эффект распродаж показатель рентабельности по EBITDA⁴ и рост LFL Продаж составили 7,4% и 0,49% соответственно.
- Анна Боброва назначена на должность директора по персоналу; Андрей Бодров – директором по инвестициям.
- Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство присвоило кредитный рейтинг AA (RU) ПАО «Магнит» и его ценным бумагам. Прогноз по рейтингу – Стабильный.
- Компания приступила к развертыванию своей уникальной кроссформатной программы лояльности по всей территории присутствия после успешной реализации пилота в трех регионах во 2 квартале 2019 г. К настоящему моменту программа охватывает более 6 миллионов активных пользователей карт. В пилотных регионах доля чеков с использованием карты лояльности составляет 46%, а доля в продажах достигает 64%.
- В Индустриальном Парке «Краснодар» Компания открыла крупнейшее на юге России предприятие по выпуску кондитерских изделий - «Кондитер Кубани».
- Компания приступила к пилотированию нового формата - «Магнит Вечерний». Главной особенностью магазина является большое разнообразие алкогольной и слабоалкогольной продукции, а также собственных торговых марок по привлекательным ценам.
- В сентябре был открыт «Магнит Опт» с обновленной моделью ценообразования и новыми сервисами для покупателей.
- Компания запустила собственную торговую марку в категории овощи и фрукты «Магнит Свежесть». Большая часть продукции производится в тепличных комплексах «Магнита», расположенных на Юге России.
- 5 ноября на Московской Бирже будут размещены биржевые облигации ПАО «Магнит» на общую сумму 10 млрд руб. с процентной ставкой 6,9% годовых и сроком обращения 2,5 года.

⁴ Показатель EBITDA, скорректированный на распродажу товара и расходы по LTI.



Обновленный прогноз результатов на 2019 год:

	Первоначальный	Новый
Количество открытий магазинов, net		
Магазины у дома	1 500	~ 1 200
Дрогери	1 200	~ 1 200
Аптеки	2 000	~ 1 200
Количество обновленных магазинов	2 000	~ 2 300
Рентабельность по EBITDA	на уровне 2018 г.	6,5%
Капитальные затраты, млрд руб.	70-75	70-75

Операционные показатели за 3 квартал 2019 г.:

	3 квартал 2018	3 квартал 2019	Изменение	Изменение, %
Чистая розничная выручка, млн руб.	305 249	332 965	27 716	9,1%
Магазины у дома	229 682	254 239	24 556	10,7%
Супермаркеты	52 142	49 263	-2 880	-5,5%
Дрогери	23 276	28 719	5 442	23,4%
Прочие форматы	148	745	596	401,7%
Общее количество магазинов	17 392	20 497	3 105	17,9%
Магазины у дома	12 813	14 507	1 694	13,2%
Супермаркеты	457	467	10	2,2%
Дрогери	4 122	5 523	1 401	34,0%
Количество открытых магазинов (NET)	482	613	131	27,2%
Магазины у дома	310	276	-34	-11,0%
Супермаркеты	0	1	1	n/a
Дрогери	172	336	164	95,3%
Торговая площадь, тыс. кв. м	6 092	7 143	1 051	17,2%
Магазины у дома	4 205	4 900	695	16,5%
Супермаркеты	931	941	10	1,0%
Дрогери	954	1 280	325	34,1%
Прирост торговой площади, тыс. кв. м	148	207	59	40,2%
Магазины у дома	112	123	10	9,2%
Супермаркеты	-2	2	3	-179,5%
Дрогери	37	72	35	93,6%
Количество чеков, млн	1 137	1 217	80	7,0%
Магазины у дома	960	1 028	68	7,1%
Супермаркеты	102	96	-6	-6,0%
Дрогери	73	90	16	22,0%
Средний чек⁵, руб.	269	274	5	1,9%
Магазины у дома	239	247	8	3,4%
Супермаркеты	509	512	3	0,5%
Дрогери	317	321	4	1,1%

⁵ Без НДС



Операционные показатели за 9 месяцев 2019 г.:

	9М 2018	9М 2019	Изменение	Изменение, %
Чистая розничная выручка, млн руб.	889 994	975 976	85 982	9,7%
Магазины у дома	673 330	750 016	76 686	11,4%
Супермаркеты	151 209	146 262	-4 947	-3,3%
Дрогери	65 049	78 477	13 428	20,6%
Прочие форматы	407	1 222	815	200,3%
Общее количество магазинов	17 392	20 497	3 105	17,9%
Магазины у дома	12 813	14 507	1 694	13,2%
Супермаркеты	457	467	10	2,2%
Дрогери	4 122	5 523	1 401	34,0%
Количество открытых магазинов (NET)	1 094	2 149	1 055	96,4%
Магазины у дома	688	1 080	392	57,0%
Супермаркеты	6	0	-6	-100,0%
Дрогери	400	1 069	669	167,3%
Торговая площадь, тыс. кв. м	6 092	7 143	1 051	17,2%
Магазины у дома	4 205	4 900	695	16,5%
Супермаркеты	931	941	10	1,0%
Дрогери	954	1 280	325	34,1%
Прирост торговой площади, тыс. кв. м	337	718	381	113,0%
Магазины у дома	247	456	209	84,8%
Супермаркеты	1	-1	-2	-305,2%
Дрогери	90	244	154	171,2%
Количество чеков, млн	3 257	3 472	215	6,6%
Магазины у дома	2 755	2 940	185	6,7%
Супермаркеты	295	284	-11	-3,6%
Дрогери	206	243	37	17,9%
Средний чек⁶, руб.	273	281	8	2,9%
Магазины у дома	244	255	11	4,4%
Супермаркеты	513	515	2	0,4%
Дрогери	315	323	7	2,3%

⁶ Без НДС



Результаты LFL

3 квартал 2019 г.

LFL структура, %	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого	2,8%	-3,4%	-0,7%
Магазины у дома	3,6%	-3,4%	0,1%
Супермаркеты	1,6%	-7,4%	-6,0%
Дрогери	2,1%	1,6%	3,7%

9 месяцев 2019 г.

LFL структура, %	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого	3,7%	-3,0%	0,5%
Магазины у дома	4,4%	-3,0%	1,3%
Супермаркеты	1,6%	-5,8%	-4,3%
Дрогери	3,2%	0,4%	3,6%

В 3 квартале 2019 г. чистая розничная выручка составила 333,0 млрд руб. Рост по сравнению с аналогичным показателем прошлого года составил 9,1% (10,1% с учетом НДС) на фоне увеличения торговой площади на 17,2% и сокращения LFL продаж на 0,7%.

Рост LFL продаж сократился с 1,7% во 2 квартале 2019 г. до -0,7% в 3 квартале 2019 г. на фоне (1) аномально холодной погоды, (2) замедления инфляции, (3) распродажи запасов из пассивной матрицы и (4) высокой базы 3 квартала 2018 г.

Рост среднего чека замедлился до 2,8% в 3 квартале 2019 г. в связи с проведением распродаж, что вызвало снижение цены товара на полке. Это было компенсировано увеличением количества товарных позиций в чеке (впервые за последние два года), а также ростом потребления более дорогих товаров благодаря продолжающейся работе с ассортиментом и улучшению промо. Средний чек без НДС продолжает расти во всех форматах, в том числе на 3,4% в магазинах у дома, 0,5% в супермаркетах и 1,1% в дрогери.

На динамику LFL трафика негативное влияние оказало сокращение количества посещений магазинов покупателями в связи с холодной погодой. Снижение LFL трафика в 3 квартале 2019 г. составило 3,4%. Сентябрь стал самым сильным месяцем квартала на фоне существенных улучшений динамики LFL трафика.

Сегмент магазинов у дома составляет 76,4% в розничных продажах Компании. В 3 квартале 2019 г. было открыто (net) 276 магазинов этого формата, прирост торговой площади составил 123 тыс. кв. м. На фоне роста торговой площади на 16,5% и LFL продаж на 0,1% в 3 квартале 2019 г., выручка формата магазинов у дома увеличилась на 10,7%. Сокращение LFL трафика составило 3,4%, при этом рост среднего чека остался сильным и составил 3,6% в 3 квартале 2019 г.

Супермаркеты генерируют 14,8% розничных продаж Компании. В 3 квартале 2019 г. был открыт один супермаркет – модернизированный «Магнит Опт» в Липецке с обновленной моделью ценообразования и новыми сервисами для покупателей. В одном из магазинов Москвы пилотируется обновленное ценностное предложение для супермаркетов, в Краснодаре скоро откроется новый суперстор. Выручка супермаркетов уменьшилась на 5,5%, что обусловлено ростом торговой площади на 1,0% год к году и сокращением LFL продаж на 6,0%.



Рост продаж в сегменте дрoгeри (на который приходится 8,6% розничного оборота Компании) ускорился с 20,2% во 2 квартале 2019 г. до 23,4% в 3 квартале 2019 г. за счет расширения торговой площади на 34,1% и роста LFL продаж на 3,7%. В 3 квартале 2019 г. было открыто 336 магазинов косметики, торговая площадь приросла на 72 тыс. кв. м. LFL трафик вырос с -0,7% во 2 квартале 2019 г. до 1,6% в 3 квартале 2019 г. на фоне проведения промо кампании, ориентированной на привлечение покупателей. При этом, рост LFL среднего чека замедлился с 4,5% во 2 квартале 2019 г. до 2,1% в 3 квартале 2019 г. преимущественно на фоне распродажи товаров из пассивной матрицы.

«Магнит» продолжает программу реноваций: в третьем квартале обновление прошли 424 магазина у дома и 214 магазинов дрoгeри. В результате доля новых магазинов и магазинов, прошедших редизайн, достигла 67% и 48% соответственно.

Операционные показатели за 3 квартал 2019 г. по месяцам:

	Июль	Изменение год к году, %	Август	Изменение год к году, %	Сентябрь	Изменение год к году, %
Чистая розничная выручка, млн руб.	114 735	9,4%	112 247	7,4%	105 983	10,5%
Магазины у дома	88 065	11,0%	85 266	8,8%	80 907	12,4%
Супермаркеты	16 818	-5,8%	16 884	-6,0%	15 561	-4,7%
Дрoгeри	9 687	26,9%	9 853	21,7%	9 179	21,6%
Прочие форматы	165	259,0%	245	373,8%	335	559,0%
Общее количество магазинов	20 112	п/а	20 310	п/а	20 497	п/а
Магазины у дома	14 333	п/а	14 418	п/а	14 507	п/а
Супермаркеты	465	п/а	467	п/а	467	п/а
Дрoгeри	5 314	п/а	5 425	п/а	5 523	п/а
Количество открытых магазинов (NET)	228	п/а	198	п/а	187	п/а
Магазины у дома	102	п/а	85	п/а	89	п/а
Супермаркеты	-1	п/а	2	п/а	0	п/а
Дрoгeри	127	п/а	111	п/а	98	п/а
Торговая площадь, тыс. кв. м	7 007	17,3%	7 075	17,7%	7 143	17,2%
Магазины у дома	4 820	17,3%	4 855	17,3%	4 900	16,5%
Супермаркеты	937	-0,1%	942	0,9%	941	1,0%
Дрoгeри	1 236	33,8%	1 260	35,0%	1 280	34,1%
Прирост торговой площади, тыс. кв. м	71	п/а	68	п/а	68	п/а
Магазины у дома	43	п/а	35	п/а	45	п/а
Супермаркеты	-2	п/а	5	п/а	-1	п/а
Дрoгeри	28	п/а	24	п/а	20	п/а
Количество покупателей, млн	409	5,0%	412	6,2%	396	10,1%
Магазины у дома	346	4,8%	347	6,2%	335	10,4%
Супермаркеты	33	-6,2%	33	-6,3%	31	-5,5%
Дрoгeри	30	21,4%	31	21,2%	29	23,5%
Средний чек⁷, руб.	281	4,2%	273	1,1%	267	0,4%
Магазины у дома	255	5,9%	246	2,5%	241	1,8%
Супермаркеты	513	0,4%	514	0,3%	509	0,9%
Дрoгeри	328	4,5%	321	0,4%	313	-1,5%

⁷ Без НДС



Ключевые финансовые показатели за 3 квартал и 9 месяцев 2019 г. (IAS 17):

млн руб.	3Кв 2019	3Кв 2018 ⁸	Изменение	9М 2019	9М 2018	Изменение
Чистая выручка	342 583	310 112	10,5%	1 000 499	905 374	10,5%
Розничная выручка	332 965	305 249	9,1%	975 976	889 994	9,7%
Оптовая выручка	9 618	4 863	97,8%	24 523	15 380	59,4%
Валовая прибыль	76 609	72 860	5,1%	232 208	217 802	6,6%
Валовая маржа, %	22,4%	23,5%	-113 б.п.	23,2%	24,1%	-85 б.п.
EBITDA скоррект. ⁹	25 290	21 742	16,3%	71 626	66 608	7,5%
EBITDA маржа скоррект.	7,4%	7,0%	37 б.п.	7,2%	7,4%	-20 б.п.
EBITDA до LTI ¹⁰	20 351	21 742	-6,4%	64 645	66 608	-2,9%
EBITDA маржа до LTI, %	5,9%	7,0%	-107 б.п.	6,5%	7,4%	-90 б.п.
EBITDA	19 780	21 742	-9,0%	63 099	66 608	-5,3%
EBITDA маржа, %	5,8%	7,0%	-124 б.п.	6,3%	7,4%	-105 б.п.
EBIT	8 625	12 127	-28,9%	28 674	39 556	-27,5%
EBIT маржа, %	2,5%	3,9%	-139 б.п.	2,9%	4,4%	-150 б.п.
Прибыль до налогообложения	4 767	9 690	-50,8%	18 015	32 151	-44,0%
Налоги	-1 514	-2 072	-26,9%	-4 957	-6 769	-26,8%
Чистая прибыль	3 253	7 618	-57,3%	13 058	25 383	-48,6%
Чистая маржа, %	0,9%	2,5%	-151 б.п.	1,3%	2,8%	-150 б.п.

Общая выручка за 3 квартал 2019 г. выросла на 10,5% и составила 342,6 млрд руб. за счет роста торговой площади на 17,2% (открыто 613 новых магазинов) и сокращения LFL продаж на 0,7%.

Валовая прибыль в 3 квартале 2019 г. составила 76,6 млрд руб., валовая маржа - 22,4%. Влияние распродажи товаров, проводимой в июле-августе, на валовую рентабельность составило 144 б.п. Скорректированный на разовый фактор распродажи показатель валовой маржи в 3 квартале 2019 г. составил 23,8%, что на 31 б.п. выше год-к-году благодаря улучшению коммерческих условий. Компания продолжила ряд инициатив, направленных на оптимизацию потерь. Благодаря улучшению в прогнозировании, повышению доступности товара на полке и качества фруктов и овощей, в 3 квартале происходило постепенное сокращение потерь. Сокращение логистических затрат было обусловлено оптимизацией транспортных расходов и ростом производительности в распределительных центрах.

В 3 квартале 2019 г. показатель EBITDA составил 19,8 млрд руб., маржа EBITDA - 5,8%. Сокращение этого показателя на 124 б.п. год-к-году обусловлено распродажей товаров пассивной матрицы, начислением резервов по долгосрочной программе мотивации и ростом операционных расходов. Влияние этих факторов было частично компенсировано улучшением коммерческих условий. Рост операционных расходов связан с увеличением затрат на аренду, коммунальные услуги, обслуживание и ремонт, частично нивелированным оптимизацией расходов на персонал, маркетинг, материалы и упаковку.

⁸ Показатели 3 квартала 2018 года были пересчитаны для сопоставимости с 3 кварталом 2019 года, в том числе и по новой методике расчета валовой прибыли.

⁹ Показатель EBITDA, скорректированный на сумму ущерба от пожара на РЦ Воронеж, расходы по изменению структуры менеджмента, распродажу товара и расходы по LTI.

¹⁰ LTI - долгосрочная программа мотивации.



Амортизация активов в 3 квартале 2019 г. составила 11,2 млрд руб., что на 24,8% выше аналогичного показателя в 3 квартале 2018 г. Компания пересмотрела сроки полезного использования активов, приведя их в соответствие со сроками договоров аренды. В результате срок полезного использования ремонтно-строительных работ был сокращен с 30 лет до 10 лет, а амортизация пересчитана.

Чистые финансовые расходы выросли на 81,5% до 3,8 млрд руб. по сравнению с 3 кварталом 2018 г. (2,1 млрд руб.) на фоне повышения процентных ставок и увеличения среднего объема задолженности по сравнению с прошлым годом. Средневзвешенная стоимость заемного капитала в 3 квартале 2019 г. составила 8,0% (с учетом влияния льготного кредитования).

Налог на прибыль в 3 квартале 2019 г. составил 1,5 млрд руб. Эффективная налоговая ставка увеличилась до 31,8% по сравнению с 21,4% в 3 квартале 2018 г. в связи с увеличением доли расходов, не подлежащих вычету.

В результате чистая прибыль Компании за 3 квартал 2019 г. снизилась на 57,3% и составила 3,3 млрд руб. Чистая маржа сократилась год-к-году на 151 б.п. до 0,9%.

По состоянию на 30 сентября 2019 г. чистый долг составил 168,7 млрд руб. по сравнению с 137,8 млрд руб. на конец 2018 года. Рост чистого долга обусловлен преимущественно увеличением числа открытых магазинов и ускорением программы редизайна. Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. По состоянию на конец 3 квартала 2019 г. доля долгосрочного кредитования составляла 67%. Соотношение Чистый долг / EBITDA в 3 квартале 2019 г. составило 2,0х.

	30 сентября 2019	31 декабря 2018	30 сентября 2018
Чистый долг, млрд руб.	168,7	137,8	115,8
Чистый долг/EBITDA	2,0х	1,5х	1,3х

Распродажа товарных запасов и рабочий капитал

В течение 3 квартала Компания распродала товарные запасы пассивной ассортиментной матрицы на общую сумму 16,7 млрд. руб. Влияние составило 144 б.п. на показатель EBITDA год к году и 115 б.п. на чистую прибыль год-к-году.

Эти усилия позволили снизить долю пассивной матрицы в ассортименте с 40% до 13%, что является приемлемым уровнем для регулярной деятельности Компании. В дальнейшем Компания продолжит постепенную оптимизацию пассивного ассортимента до уровня 8% без существенного влияния на рентабельность.

Менеджмент планирует высвободить порядка 20 млрд руб. из рабочего капитала к концу года по сравнению с концом 2018 года.

В связи с подготовкой к высокому сезону, текущий уровень запасов не отражает улучшений оборачиваемости в днях. Эффект будет выражен к концу года.



Продолжается переговорная кампания с поставщиками об улучшении коммерческих условий и увеличению отсрочки платежа. Ожидается, что оборачиваемость запасов в днях снизится во втором полугодии 2019 г. по сравнению со 2 полугодием 2018 г.

МСФО 16

млн руб.	3Кв 2019	3Кв 2018	Изменение	9М 2019	9М 2018	Изменение
Чистая выручка	342 583	310 112	10,5%	1 000 499	905 374	10,5%
Розничная выручка	332 965	305 249	9,1%	975 976	889 994	9,7%
Оптовая выручка	9 618	4 863	97,8%	24 523	15 380	59,4%
Валовая прибыль	76 609	72 860	5,1%	232 208	217 802	6,6%
Валовая маржа, %	22,4%	23,5%	-113 б.п.	23,2%	24,1%	-85 б.п.
ЕВITDA скоррект.	41 361	35 282	17,2%	118 749	107 683	10,3%
ЕВITDA маржа скоррект.	12,1%	11,4%	70 б.п.	11,9%	11,9%	-2 б.п.
ЕВITDA до LTI	36 422	35 282	3,2%	111 769	107 683	3,8%
ЕВITDA маржа до LTI, %	10,6%	11,4%	-75 б.п.	11,2%	11,9%	-72 б.п.
ЕВITDA	35 851	35 282	1,6%	110 222	107 683	2,4%
ЕВITDA маржа, %	10,5%	11,4%	-91 б.п.	11,0%	11,9%	-88 б.п.
ЕВIT	14 024	17 099	-18,0%	42 918	54 625	-21,4%
ЕВIT маржа, %	4,1%	5,5%	-142 б.п.	4,3%	6,0%	-174 б.п.
Прибыль до налогообложения	1 990	7 846	-74,6%	7 973	26 128	-69,5%
Налоги	-959	-1 703	-43,7%	-2 949	-5 564	-47,0%
Чистая прибыль	1 031	6 143	-83,2%	5 024	20 564	-75,6%
Чистая маржа, %	0,3%	2,0%	-168 б.п.	0,5%	2,3%	-177 б.п.

В соответствии с методикой МСФО 16 расходы по аренде сократились на 15,6 млрд руб., что привело к увеличению показателя ЕВITDA до 35,9 млрд руб., а рентабельности по ЕВITDA – до 10,5% - на 469 б.п. выше показателя, рассчитанного по методике IAS 17.

Расходы по амортизации и расходы по выплате процентов увеличились на 10,7 млрд руб. и 8,2 млрд руб. соответственно по сравнению со стандартом IAS17.

Размер налога на прибыль по сравнению с показателем, рассчитанным по методике IAS 17, уменьшился на 36,7% или на 0,6 млрд руб., в то время как прибыль до налогообложения сократилась на 58,3% или 2,8 млрд руб. Эффективная налоговая ставка, рассчитанная по новой методике, увеличилась до 48,2% в сравнении с 31,8% в 3 квартале 2019 г. до перехода на МСФО 16, в связи с увеличением доли расходов, не подлежащих вычету.

В результате, чистая прибыль, рассчитанная по МСФО 16, составила 1,0 млрд руб. или 0,3% от продаж – ниже на 2,2 млрд руб. и 65 б.п. соответственно по сравнению с показателем, рассчитанным по предыдущей методике.



Примечания

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

За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:

Дмитрий Коваленко

Руководитель управления по связям с инвесторами

dmitry_kovalenko@magnit.ru

тел. в Краснодаре: +7 (861) 210-48-80

Дина Чистяк

Руководитель управления по связям с инвесторами

dina_chistyak@magnit.ru

тел. в Краснодаре: +7 (861) 210-9810 доб. 15101

Департамент по связям с общественностью и государственными органами:

press@magnit.ru

Справка о компании:

Публичное акционерное общество «Магнит» (MOEX и LSE: MGNT, S&P – “BB”) является холдинговой компанией группы обществ (Компания), занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит», с местом нахождения в Краснодаре. Сеть магазинов «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России. По состоянию на 30 сентября 2019 г. сеть «Магнит» насчитывала 20 497 магазинов: 14 507 магазинов у дома, 467 супермаркетов «Магнит Семейный» и 5 523 магазина дрогери, расположенных в 3 694 населенных пунктах Российской Федерации.

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

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

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

Заявления прогнозного характера:

Данная информация содержит заявления прогнозного характера, которые не являются гарантией будущих результатов. Например, заявления касательно ожидаемого роста выручки и 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.