



Магнит объявляет о росте выручки на 11,4% во 2 квартале 2019 года

Краснодар, 25 июля 2019 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания»; MOEX и LSE: MGNT), объявляет о росте выручки на 11,4% во 2 квартале 2019 г.

Ключевые операционные и финансовые показатели за 2 квартал 2019 года:

- Общая выручка¹ выросла на 11,4% с 307,8 млрд руб. за 2 квартал 2018 г. до 342,9 млрд руб. за 2 квартал 2019 г.
- Чистая розничная выручка выросла на 10,8% и составила 333,3 млрд руб.
- Оптовые продажи выросли на 26,7% до 7,4 млрд руб. преимущественно в связи с консолидацией продаж СИА Групп.
- Рост сопоставимых продаж (LFL)² ускорился до 1,7% по сравнению с 0,6% в 1 квартале 2019 года на фоне роста среднего чека на 4,1% и сокращения трафика на 2,3%.
- Компания открыла (net) 661 магазин³ (322 магазина у дома, 340 магазинов дрогери и закрыла один супермаркет) по сравнению с 335 магазинами (220 магазинов у дома, 5 супермаркетов и 110 магазинов дрогери), открытыми во 2 квартале 2018 г. Общее количество магазинов сети составило 19 884 магазина по состоянию на 30 июня 2019 г.
- Торговая площадь Компании за 2 квартал 2019 г. увеличилась на 218 тыс. кв. м (что означает рост в размере 16,7% год к году) по сравнению с увеличением на 115 тыс. кв. м во 2 квартале 2018 г.
- В течение отчетного квартала Компания выполнила редизайн 509 магазинов у дома и 256 магазинов дрогери (в сравнении со 264 магазинами у дома и 30 магазинами дрогери во 2 квартале 2018 г.). Таким образом, по состоянию на 30 июня 2019 г. доля магазинов, работающих в новой концепции, выросла до 63% и 40% соответственно.
- Валовая прибыль⁴ во 2 квартале 2019 г. составила 82,2 млрд руб., валовая маржа - 24,0%. Влияние пожара, произошедшего на распределительном центре в Воронеже, на валовую рентабельность составило 29 б.п. Несмотря на рост логистических затрат и потерь, скорректированный на разовый фактор показатель валовой маржи во 2 квартале 2019 г. остался на уровне 2 квартала 2018 г. благодаря улучшению коммерческих условий.
- Во 2 квартале 2019 г. показатель EBITDA составил 24,2 млрд руб., маржа EBITDA - 7,1%. Сокращение этого показателя на 87 б.п. год к году обусловлено динамикой валовой маржи,

¹ Начиная с 2019 года Компания пересмотрела структуру выручки и переклассифицировала доходы от рекламных услуг и аренды из соответствующих центров учета затрат в выручку. Изменения отражены ретроспективно и повлияли на все показатели, рассчитанные как процент от выручки.

² База расчета LFL-показателей включает магазины спустя 12 месяцев с даты открытия. Рост LFL-продаж и среднего чека рассчитаны по выручке с НДС.

³ Не включает аптеки.

⁴ 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.), штрафы, связанные с товаром, а также себестоимость товаров по промо кампаниям. Компания применила изменения ретроспективно и пересчитала сопоставимые показатели 2018 года



начислением резервов по долгосрочной программе мотивации и ростом операционных расходов.

- Чистая прибыль во 2 квартале 2019 г. сократилась на 39,5% год к году и составила 6,3 млрд руб. Рентабельность чистой прибыли сократилась на 154 б.п. и составила 1,8%.

Ключевые события 2 квартала и после отчетного периода:

- Годовым общим собранием акционеров избран новый Совет директоров, состоящий из 9 членов, в том числе 5 независимых неисполнительных директоров. Председателем Совета директоров избран Чарльз Райан.
- Магнит выплатил дивиденды по результатам 2018 г. в размере около 17 млрд. руб.
- Ян Дюннинг, Президент ПАО «Магнит», назначен на должность генерального директора.
- Руслан Исмаилов назначен Директором по управлению розничной сетью, Антон Завалковский - Директором по управлению недвижимостью и некоммерческим закупкам.
- В распределительном центре в Воронеже произошел пожар. Сумма ущерба составила 1,2 млрд руб.
- На Московской Бирже размещены 10 000 000 биржевых облигаций ПАО «Магнит» на общую сумму 10 млрд руб. с процентной ставкой 7,85% годовых. Рейтинговое Агентство «Эксперт РА» присвоило кредитный рейтинг этому выпуску на уровне ruAA-.
- В рамках программы долгосрочного премирования (LTI) по результатам 2018 г. Компания передала менеджменту в совокупности 105 258 акций, что составляет 0,1% от уставного капитала.
- Более 1,4 млн карт выдано покупателям в магазинах Ярославской и Челябинской областей, где стартовал пилот кросс-форматной программы лояльности. Продажи с использованием карты лояльности превысили 59% от оборота пилотных регионов за первые два месяца.
- В Москве и Краснодаре открылись два пилотных магазина в ультрамалом формате «Магнит Сити».

Президент и генеральный директор сети «Магнит» Ян Дюннинг прокомментировал:

«Мы продолжаем работу по трансформации Компании. Несмотря на сложные макроэкономические условия, мы видим положительную динамику роста выручки, LFL продаж и рентабельности EBITDA по мере того, как изменения набирают обороты. В этом году нам еще предстоит решить ряд непростых задач. Но я уверен, что усиленный фокус на ключевых вопросах и командная работа позволят нам добиться дальнейших улучшений операционных результатов».



Операционные показатели за 2 квартал 2019 г.:

	2 квартал 2018	2 квартал 2019	Изменение	Изменение, %
Чистая розничная выручка, млн руб.	300 862	333 279	32 417	10,8%
Магазины у дома	228 348	258 302	29 955	13,1%
Супермаркеты	50 515	49 247	-1 268	-2,5%
Дрогерии	20 829	25 029	4 199	20,2%
Прочие форматы	1 170	701	-469	-40,1%
Общее количество магазинов	16 910	19 884	2 974	17,6%
Магазины у дома	12 503	14 231	1 728	13,8%
Супермаркеты	457	466	9	2,0%
Дрогерии	3 950	5 187	1 237	31,3%
Количество открытых магазинов (NET)	335	661	326	97,3%
Магазины у дома	220	322	102	46,4%
Супермаркеты	5	-1	-6	-120,0%
Дрогерии	110	340	230	209,1%
Торговая площадь, тыс. кв. м	5 945	6 936	991	16,7%
Магазины у дома	4 092	4 777	685	16,7%
Супермаркеты	933	939	6	0,7%
Дрогерии	917	1 208	291	31,7%
Прирост торговой площади, тыс. кв. м	115	218	103	89,6%
Магазины у дома	81	134	53	65,6%
Супермаркеты	9	-1	-10	-113,3%
Дрогерии	25	78	53	214,6%
Количество чеков, млн	1 116	1 199	83	7,4%
Магазины у дома	947	1 021	74	7,8%
Супермаркеты	100	97	-3	-2,9%
Дрогерии	68	79	11	16,3%
Средний чек⁵, руб.	270	278	8	3,1%
Магазины у дома	241	253	12	4,9%
Супермаркеты	505	507	2	0,4%
Дрогерии	306	317	10	3,3%

⁵ Без НДС



Операционные показатели за 1 полугодие 2019 г.:

	1 полугодие 2018	1 полугодие 2019	Изменение	Изменение, %
Чистая розничная выручка, млн руб.	586 195	643 877	57 682	9,8%
Магазины у дома	443 648	495 777	52 129	11,8%
Супермаркеты	99 066	96 999	-2 068	-2,1%
Дрогерии	41 773	49 759	7 986	19,1%
Прочие форматы	1 708	1 342	-365	-21,4%
Общее количество магазинов	16 910	19 884	2 974	17,6%
Магазины у дома	12 503	14 231	1 728	13,8%
Супермаркеты	457	466	9	2,0%
Дрогерии	3 950	5 187	1 237	31,3%
Количество открытых магазинов (NET)	612	1 536	924	151,0%
Магазины у дома	378	804	426	112,7%
Супермаркеты	6	-1	-7	-116,7%
Дрогерии	228	733	505	221,5%
Торговая площадь, тыс. кв. м	5 945	6 936	991	16,7%
Магазины у дома	4 092	4 777	685	16,7%
Супермаркеты	933	939	6	0,7%
Дрогерии	917	1 208	291	31,7%
Прирост торговой площади, тыс. кв. м	190	511	322	169,6%
Магазины у дома	134	333	199	148,2%
Супермаркеты	3	-3	-5	-208,2%
Дрогерии	53	172	119	225,6%
Количество чеков, млн	2 121	2 255	135	6,4%
Магазины у дома	1 795	1 912	118	6,6%
Супермаркеты	192	188	-5	-2,4%
Дрогерии	133	154	21	15,6%
Средний чек⁶, руб.	276	286	9	3,3%
Магазины у дома	247	259	12	4,9%
Супермаркеты	515	517	1	0,3%
Дрогерии	314	324	10	3,0%

⁶ Без НДС



Результаты LFL

2 квартал 2019 г.

LFL структура, %	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого	4,1%	-2,3%	1,7%
Магазины у дома	4,9%	-2,1%	2,7%
Супермаркеты	1,9%	-5,3%	-3,5%
Дрогери	4,5%	-0,7%	3,8%

1 полугодие 2019 г.

LFL структура, %	Средний чек	Трафик	Продажи
Итого	4,1%	-2,9%	1,1%
Магазины у дома	4,9%	-2,8%	1,9%
Супермаркеты	1,6%	-4,9%	-3,4%
Дрогери	3,9%	-0,3%	3,6%



Во 2 квартале 2019 г. чистая розничная выручка составила 333,3 млрд руб. Рост по сравнению с аналогичным показателем прошлого года составил 10,8% (12,0% с учетом НДС) на фоне роста торговой площади на 16,7% и роста LFL-продаж на 1,7%.

Во 2 квартале 2019 г. сохранилась сильная динамика среднего чека (4,1% LFL рост) на фоне продолжающейся работы с ассортиментом и улучшением промо. Средний чек без НДС продолжает расти во всех форматах, в том числе на 4,9% в магазинах у дома, 0,4% в супермаркетах и 3,3% в дрогери.

Динамика LFL трафика улучшилась с -3,5% в 1 квартале 2019 г. до -2,3% во 2 квартале 2019 г. на фоне продолжающейся программы реноваций и внедрения нового ценностного предложения покупателю (CVP).

В результате рост LFL продаж во 2 квартале 2019 г. ускорился до 1,7% по сравнению с 0,6% в 1 квартале 2019 г.

Сегмент магазина у дома составляет 77,5% в розничных продажах Компании. Во 2 квартале 2019 г. было открыто (net) 322 магазина этого формата, прирост торговой площади составил 134 тыс. кв. м. На фоне роста торговой площади на 16,7% и ускорения роста LFL продаж с 1,1% в 1 квартале 2019 г. до 2,7% во 2 квартале 2019 г., выручка формата магазин у дома увеличилась на 13,1%. Динамика LFL трафика улучшилась с -3,6% в 1 квартале 2019 г. до -2,1% во 2 квартале 2019 г. При этом рост среднего чека остался сильным и составил 4,9%.

Супермаркеты генерируют 14,8% розничных продаж Компании. Во 2 квартале 2019 г. - этапе пилотирования нового ценностного предложения в этом формате - был закрыт один супермаркет, новые магазины не открывались. По завершению тестирования CVP и его одобрения Советом директоров, Магнит продолжит развивать этот формат. Выручка супермаркетов уменьшилась на 2,5%, что обусловлено ростом торговой площади на 0,7% год к году и сокращением LFL продаж на 3,5%.

Рост продаж в сегменте дрогери (на который приходится 7,5% розничного оборота Компании) составил 20,2% за счет расширения торговой площади на 31,7% и роста LFL продаж на 3,8%. Во 2 квартале 2019 г. было открыто 340 магазинов косметики, торговая площадь приросла на 78 тыс. кв. м. Сокращение LFL трафика на 0,7% было компенсировано ускорившимся ростом LFL среднего чека на 4,5% в связи с изменением механики проведения промо акций.

«Магнит» продолжает программу реноваций: во втором квартале обновление прошли 509 магазинов у дома и 256 магазинов дрогери. В результате доля магазинов в новой концепции достигла 63% и 40% соответственно.



Операционные показатели за 2 квартал 2019 г. по месяцам:

	Апрель	Изменение год к году, %	Май	Изменение год к году, %	Июнь	Изменение год к году, %
Чистая розничная выручка, млн руб.	108 812	12,9%	112 855	11,4%	111 612	8,2%
Магазины у дома	84 532	15,6%	87 788	13,7%	85 983	10,2%
Супермаркеты	16 235	-1,3%	16 451	-1,1%	16 561	-5,0%
Дрогери	7 758	19,4%	8 446	20,1%	8 825	20,9%
Прочие форматы	287	-6,4%	170	-62,3%	244	-40,9%
Общее количество магазинов	19 426	n/a	19 602	n/a	19 884	n/a
Магазины у дома	14 007	n/a	14 075	n/a	14 231	n/a
Супермаркеты	467	n/a	467	n/a	466	n/a
Дрогери	4 952	n/a	5 060	n/a	5 187	n/a
Количество открытых магазинов (NET)	203	n/a	176	n/a	282	n/a
Магазины у дома	98	n/a	68	n/a	156	n/a
Супермаркеты	0	n/a	0	n/a	-1	n/a
Дрогери	105	n/a	108	n/a	127	n/a
Торговая площадь, тыс. кв. м	6 786	15,7%	6 842	16,1%	6 936	16,7%
Магазины у дома	4 686	16,1%	4 716	16,3%	4 777	16,7%
Супермаркеты	941	1,4%	941	1,1%	939	0,7%
Дрогери	1 154	28,0%	1 179	30,2%	1 208	31,7%
Прирост торговой площади, тыс. кв. м	68	n/a	56	n/a	94	n/a
Магазины у дома	43	n/a	30	n/a	61	n/a
Супермаркеты	0	n/a	0	n/a	-1	n/a
Дрогери	24	n/a	25	n/a	29	n/a
Количество покупателей, млн	388	9,1%	406	6,1%	405	7,2%
Магазины у дома	330	9,7%	347	6,3%	344	7,5%
Супермаркеты	32	-2,2%	33	-3,1%	33	-3,4%
Дрогери	25	16,4%	27	15,4%	27	17,0%
Средний чек, руб.	281	3,5%	278	5,0%	276	0,9%
Магазины у дома	256	5,3%	253	7,0%	250	2,5%
Супермаркеты	513	1,0%	506	2,0%	502	-1,6%
Дрогери	307	2,5%	319	4,1%	324	3,3%



Ключевые финансовые показатели за 2 квартал 2019 г.:

млн руб.	IAS 17			IFRS 16		
	2Q 2019	2Q 2018 ⁷	Изменение	2Q 2019	2Q 2018	Изменение
Чистая выручка	342 879	307 822	11,4%	342 879	307 822	11,4%
Розничная выручка	333 279	300 862	10,8%	333 279	300 862	10,8%
Оптовая выручка	7 396	5 839	26,7%	7 396	5 839	26,7%
Прочее	2 204	1 121	96,5%	2 204	1 121	96,5%
Валовая прибыль	82 216	74 645	10,1%	82 216	74 645	10,1%
Валовая маржа, %	24,0%	24,2%	-27 б.п.	24,0%	24,2%	-27 б.п.
EBITDA скоррект. ⁸	25 735	24 386	5,5%	41 937	38 696	8,4%
EBITDA маржа скоррект.	7,5%	7,9%	-42 б.п.	12,2%	12,6%	-34 б.п.
EBITDA до LTI ⁹	24 733	24 386	1,4%	40 936	38 696	5,8%
EBITDA маржа до LTI, %	7,2%	7,9%	-71 б.п.	11,9%	12,6%	-63 б.п.
EBITDA	24 176	24 386	-0,9%	40 379	38 696	4,3%
EBITDA маржа, %	7,1%	7,9%	-87 б.п.	11,8%	12,6%	-79 б.п.
EBIT	12 434	15 706	-20,8%	15 679	21 673	-27,7%
EBIT маржа, %	3,6%	5,1%	-148 б.п.	4,6%	7,0%	-247 б.п.
Прибыль до налогообложения	8 685	13 068	-33,5%	3 962	11 703	-66,1%
Налоги	-2 416	-2 712	-10,9%	-1 421	-2 439	-41,7%
Чистая прибыль	6 269	10 356	-39,5%	2 541	9 263	-72,6%
Чистая маржа, %	1,8%	3,4%	-154 б.п.	0,7%	3,0%	-227 б.п.

Общая выручка за 2 квартал 2019 г. выросла на 11,4% и составила 342,9 млрд руб. за счет роста торговой площади на 16,7% (открыт 661 новый магазин) и роста LFL продаж на 1,7%.

Валовая прибыль во 2 квартале 2019 г. составила 82,2 млрд руб., валовая маржа - 24,0%. Влияние пожара, произошедшего на распределительном центре в Воронеже, на валовую рентабельность составило 29 б.п. Несмотря на рост логистических затрат и потерь, скорректированный на разовый фактор показатель валовой маржи во 2 квартале 2019 г. остался на уровне 2 квартала 2018 г. благодаря улучшению коммерческих условий.

Во 2 квартале 2019 г. показатель EBITDA составил 24,2 млрд руб., маржа EBITDA - 7,1%. Сокращение этого показателя на 87 б.п. год к году обусловлено динамикой валовой маржи, начислением резервов по долгосрочной программе мотивации и ростом операционных расходов на 44 б.п. на фоне роста расходов на персонал, аренду, маркетинг и прочих.

Однако, в операционные расходы 2 квартала 2019 г. включены две разовые выплаты в сумме 44 б.п., большая из которых составила 899 млн руб. и была связана с долгосрочными договорами об

⁷ Показатели 2 квартала 2018 годы были пересчитаны для сопоставимости со 2 кварталом 2019 года, в том числе и по новой методике расчета валовой прибыли.

⁸ Показатель EBITDA, скорректированный на сумму ущерба от пожара на РЦ Воронеж и расходы по LTI

⁹ LTI - долгосрочная программа мотивации.



оказании консультационных услуг, отнесенных в расходы 2 квартала 2019 г., когда проекты были завершены.

Амортизация активов во 2 квартале 2019 г. составила 11,7 млрд руб., что на 35,3% выше аналогичного показателя во 2 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 102,4% до 3,9 млрд руб. по сравнению со 2 кварталом 2018 г. (1,9 млрд руб.) на фоне повышения процентных ставок и увеличения среднего объема задолженности по сравнению с прошлым годом. Средневзвешенная стоимость заемного капитала во 2 квартале 2019 г. составила 8,0% (с учетом влияния льготного кредитования).

Размер налога на прибыль во 2 квартале 2019 г. составил 2,4 млрд руб. Эффективная налоговая ставка увеличилась до 27,8% по сравнению с 20,8% во 2 квартале 2018 г. в связи с увеличением доли расходов, не подлежащих вычету.

В результате чистая прибыль Компании за 2 квартал 2019 г. снизилась на 39,5% и составила 6,3 млрд руб. Чистая маржа сократилась год к году на 154 б.п. до 1.8%.

По состоянию на 30 июня 2019 г. чистый долг составил 181,4 млрд руб. по сравнению с 137,8 млрд руб. на конец 2018 года. Рост чистого долга обусловлен преимущественно выплатой дивидендов по результатам 2018 года, ростом количества открытых магазинов и ускорением программы редизайна. Долг полностью представлен в рублях, повторяя структуру выручки Компании. По состоянию на конец 2 квартала 2019 г. доля долгосрочного кредитования составляла 62%. Соотношение Чистый долг / EBITDA во 2 квартале 2019 г. составило 2,1х.

МСФО 16

В соответствии с методикой МСФО 16 расходы по аренде сократились на 15,6 млрд руб., что привело к увеличению показателя EBITDA до 40,4 млрд руб., а рентабельности по EBITDA – до 11,8% - на 473 б.п. выше показателя, рассчитанного по методике IAS 17.

Расходы по амортизации и расходы по выплате процентов увеличились на 13,0 млрд руб. и 8,0 млрд руб. соответственно.

Размер налога на прибыль по сравнению с показателем, рассчитанным по методике IAS 17, уменьшился на 41,2% или на 1 млрд руб., в то время как прибыль до налогообложения сократилась на 54,4% или 4,7 млрд руб. Эффективная налоговая ставка, рассчитанная по новой методике, увеличилась до 35,9% в сравнении с 27,8% во 2 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 2,5 млрд руб. или 0,7% от продаж – ниже на 3,7 млрд руб. и 109 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 июня 2019 г. сеть «Магнит» насчитывала 19 884 магазина: 14 231 магазин у дома, 466 супермаркетов «Магнит Семейный» и 5 187 магазинов дрoгери, расположенных в 3 354 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 июня 2019 г. 38 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 857 автомобилей.

В соответствии с неаудированными данными управленческой отчетности Компании по МСФО, ее выручка за 1 полугодие 2019 год составила 662 млрд. руб., EBITDA – 43 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 открытых 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.