

Результаты 2023 года

8,2%

рост общей выручки

5,5%

рост LFL-продаж

6,1%

рост торговой площади год к году

3,6%

рост плотности продаж год к году (LTM)¹

1 982

органических открытия (gross)

76,4 млн

держателей карт лояльности



В 2023 г. общая выручка ПАО «Магнит» выросла на 8,2% год к году, до 2 544,7 млрд руб. Чистая розничная выручка выросла на 9,1% год к году на фоне увеличения торговой площади на 6,1% и роста LFL-продаж на 5,5%.

В 2023 г. рост чистой розничной выручки опережал рост торговой площади благодаря дальнейшему повышению плотности продаж. В 2023 г. выручка с квадратного метра по всей сети увеличилась на 3,6% год к году, при этом выручка с квадратного метра в основном формате – магазине у дома – выросла на 4,2% год к году.

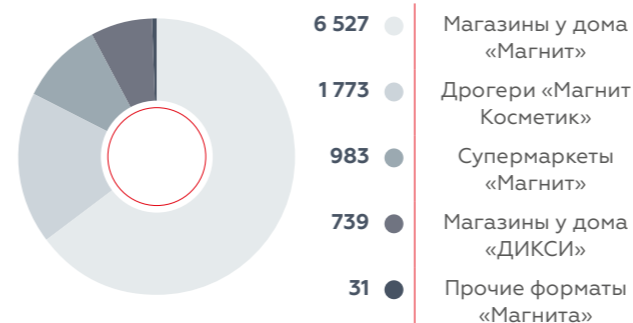
Торговая площадь увеличилась на 6,1% год к году благодаря органическому развитию торговой сети. В 2023 г. Компания открыла 1 982 магазина (gross), или 1 760 магазинов (net). Прирост торговой площади (net) в 2023 г. составил 581 тыс. кв. м. Общее количество магазинов сети по состоянию на 31 декабря 2023 г. составило 29 165.

Рост LFL-продаж на 5,5% в 2023 г. был обусловлен увеличением среднего чека на 4,8% и трафика на 0,6%. 1 469 магазинов (net) вошли в базу LFL (включая открытие 1 574 магазинов «Магнит» и закрытие 105 магазинов «ДИКСИ»). По итогам года 9% торговой площади Компании находится в стадии выхода на целевые показатели, в то время как 91% уже достиг зрелого уровня продаж. Таким образом, рост LFL-продаж был обусловлен высокими показателями зрелых магазинов, а не темпами увеличения торговой площади.

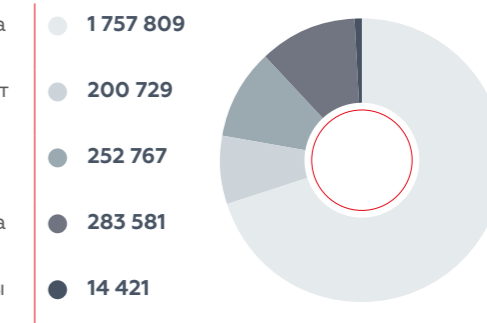
Рост LFL – среднего чека на 4,8% в отчетном году обусловлен ускорением инфляции год к году, повышением промоактивности и увеличением количества товаров в корзине. Рост LFL-трафика в отчетном году составил 0,6% благодаря ценовой политике и повышению промоактивности.

По итогам года количество держателей карт лояльности превысило 76,4 млн. В целом по Компании доля покупок с использованием карт лояльности составила к концу года 50% в чеках и 66% в продажах, а пиковые значения достигали 59 и 73% соответственно. Программа лояльности продолжает давать положительные кросс-форматные результаты – 42% покупателей «Магнита» к концу отчетного периода посещают магазины двух и более форматов. Средний чек активного пользователя карты лояльности в 1,9 раза выше по сравнению с транзакцией без карты.

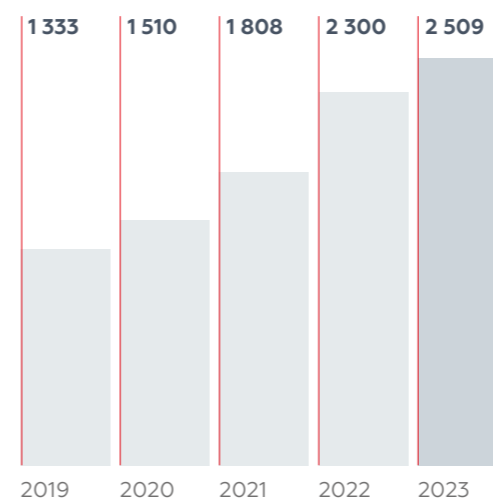
Торговая площадь по форматам, тыс. кв. м



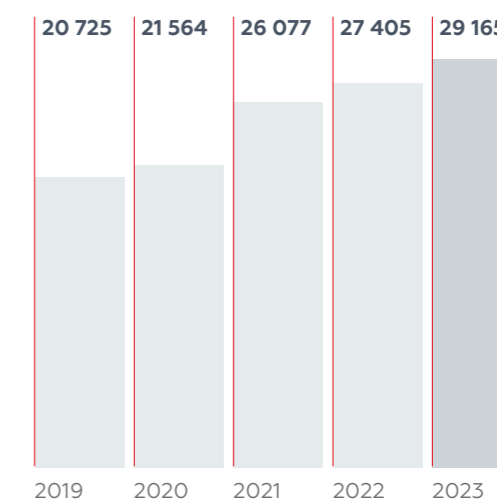
Чистая розничная выручка по форматам, млн руб.



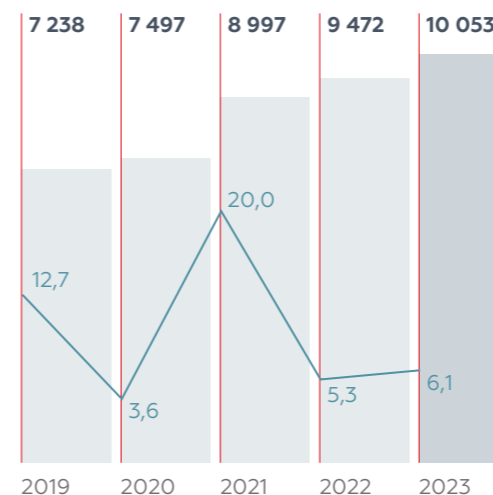
Чистая розничная выручка, млрд руб.



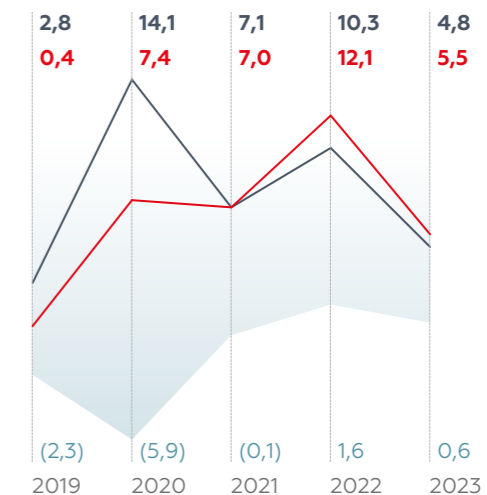
Общее количество магазинов, ед.



Торговая площадь, тыс. кв. м



Результаты LFL, %



¹ Отношение чистой розничной выручки за последние четыре квартала к средней торговой площади на конец последних пяти кварталов.

— Рост торговой площади год к году, %

— Рост LFL-чека
 — Рост LFL-продаж
 ● Рост LFL-трафика