



Бизнес- модель

В основе бизнес-модели «Магнита» лежит забота о покупателях. Уникальная мультиформатная модель обеспечивает доступность качественных товаров для любого потребительского сегмента. «Магнит» также внедряет принципы устойчивого развития в свою деятельность. Это обеспечивает долгосрочную устойчивость бизнеса и создает дополнительную ценность для заинтересованных сторон.

Ресурсы «Магнита»

Человеческий капитал

394 тыс. сотрудников

Розничная сеть

33 440 торговых точек разных форматов в 4,9 тыс. населенных пунктов

Логистическая инфраструктура

52 распределительных центра
8 955 грузовиков

Собственные производства

13 промышленных предприятий
7 агропредприятий

Сформированная база поставщиков и партнеров

>5,2 тыс. поставщиков продукции

Бренд и лояльность

>30 лет на российском рынке
>19 млн покупателей обслуживается ежедневно

Финансы¹

3 509 млрд руб. выручка
169 млрд руб. EBITDA

Технологический потенциал

Собственный ИТ-холдинг
MAGNIT TECH

1 Собственное производство

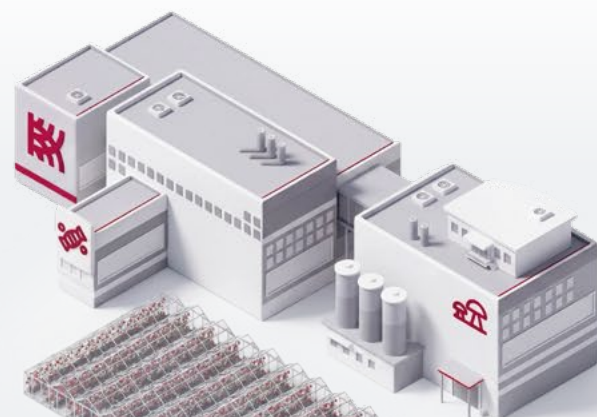
20 производственных предприятий

72% – доля перерабатываемой, компостируемой или многоразовой упаковки для СТМ и СП

>70 собственных торговых марок

334 тыс. тонн произведенной продукции

~4,9 тыс. наименований в портфеле товаров СТМ/Дифференциатора



2 Распределительные центры и логистика

2,1 млн кв. м площадь распределительных центров

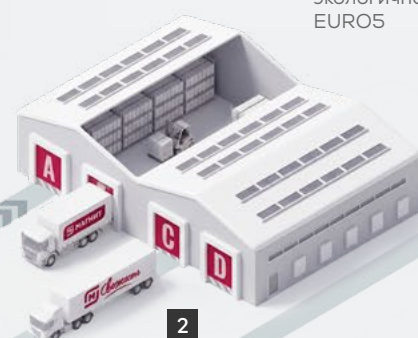
47 тыс. сотрудников

50% уровень цифровизации транспортных средств

92% уровень механизации труда сотрудников склада

3,8 лет средний возраст автопарка

87% транспортных средств имеют класс экологичности EURO5

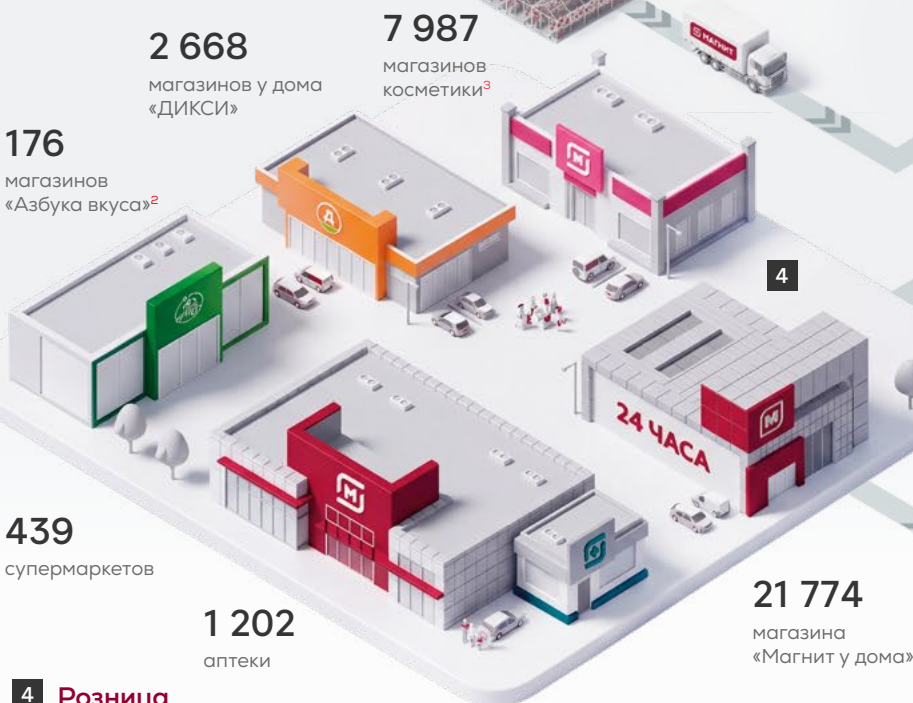
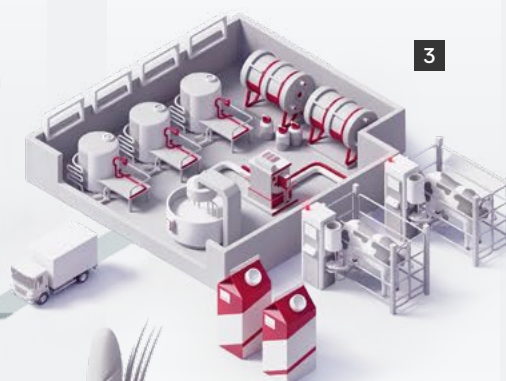


3 Поставщики

60% доля локальных поставщиков

>800 новых российских поставщиков в 2025 г.

2,5 млрд руб. товарооборот фермерской продукции в розничной сети

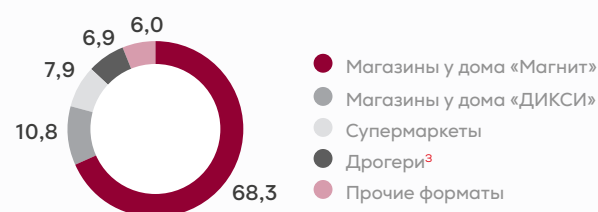


4 Розница

Офлайн-торговля

33 440 магазинов⁴

Структура розничной выручки по форматам, %



Онлайн-торговля

185,3 млрд руб. объем цифровых продаж

30 269 магазинов подключено с учетом аптек

316 093 среднее количество заказов в день

5 Клиенты

~28 млн пользователей мобильного приложения OMNI

92 млн карт лояльности

72 региона



¹ До применения МСФО 16.

² Включая пять дарксторов.

³ В том числе 114 магазинов косметики, расположенных в Узбекистане.

⁴ Без учета аптек.

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