



Стратегический отчет

- 32 Обзор рынка
- 42 Стратегия
- 44 Цифровые решения и инновации
- 52 Информационная безопасность и защита персональных данных



Обзор рынка

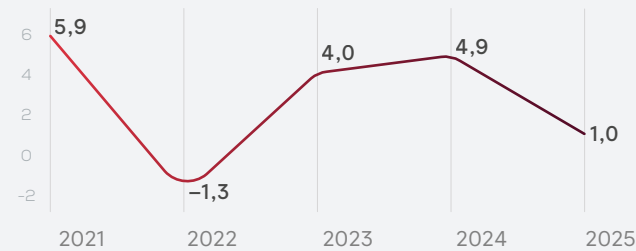
Макроэкономическая среда

В 2025 г. экономика России вышла на траекторию возвращения к состоянию сбалансированного роста. Объем валового внутреннего продукта составил 213,5 трлн руб., его рост составил 1%. К концу года уровень безработицы достиг рекордно низкого значения в 2,2%, реальная инфляция опустилась ниже прогнозируемых значений.

Снижение темпа инфляции является результатом сдерживающей кредитно-денежной политики Банка России последних лет. Тем не менее, за 2025 г. регулятор последовательно снижал ключевую ставку с 21% до 16% к концу года. При этом Банк России сохранил нейтральный сигнал и сузил диапазон прогнозируемой инфляции до верхней половины от ранее предполагаемого.

Бюджетная политика остается стимулирующей: государство поддерживает ключевые отрасли, реализует инфраструктурные проекты и расширяет социальные выплаты. В условиях санкций и ограниченного доступа к западным технологиям ускорились процессы импортозамещения.

Динамика реального ВВП России, %



Источники: Росстат, Министерство экономического развития Российской Федерации, анализ Компании.

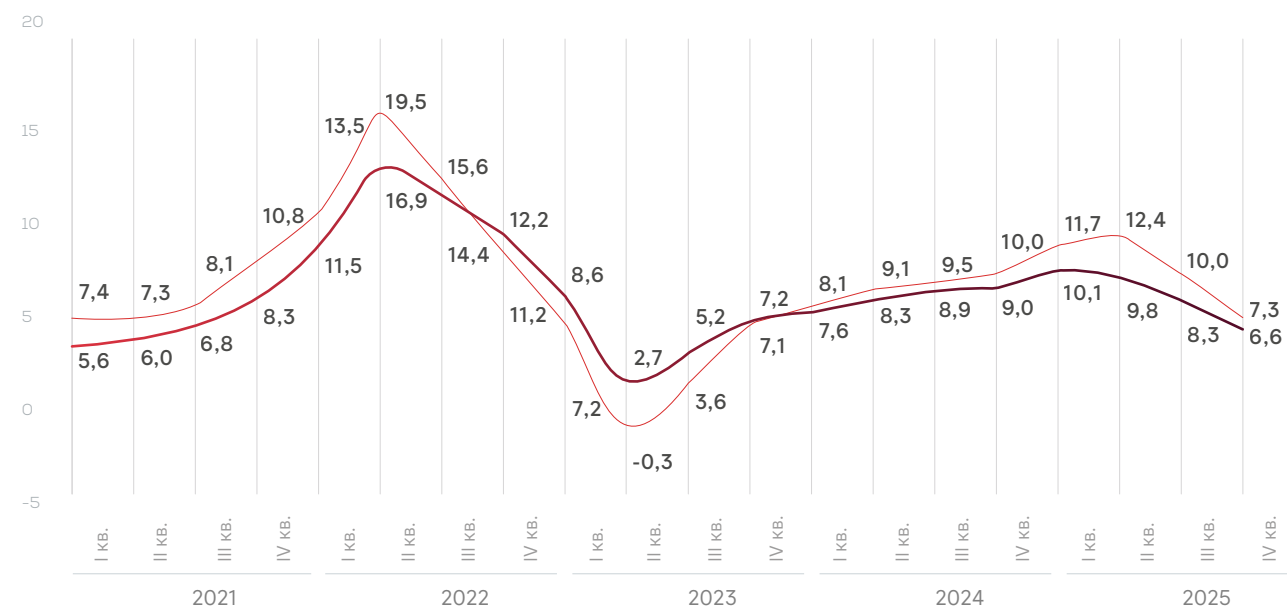
Внутренний спрос и государственные инвестиции становятся главными драйверами восстановления инвестиционного климата.

Индекс потребительских цен в конце 2025 г. стабилизировался на уровне 5,6% на фоне замедления темпов инфляции. Значение инфляции цен на продукты питания сократилось до 5,2%.

В 2025 г. рынок труда продемонстрировал признаки постепенной стабилизации, что выразилось в снижении кадрового дефицита и более сдержанных планах компаний по найму, хотя спрос на работников сохранился. При сохраняющейся конкуренции в привлечении персонала предприятия продолжали наращивать расходы на оплату труда, однако темпы этого роста в течение года замедлялись. По данным Росстата, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в 2025 г. превысила 100 тыс. руб., а медианная зарплата по всем отраслям экономики достигла 71 тыс. руб. В годовом выражении рост реальной заработной платы составил 4,4%. Опережающий рост реальных располагаемых доходов населения – 7,4% – стал одним из ключевых факторов, поддерживающих потребительскую активность в отчетном периоде.



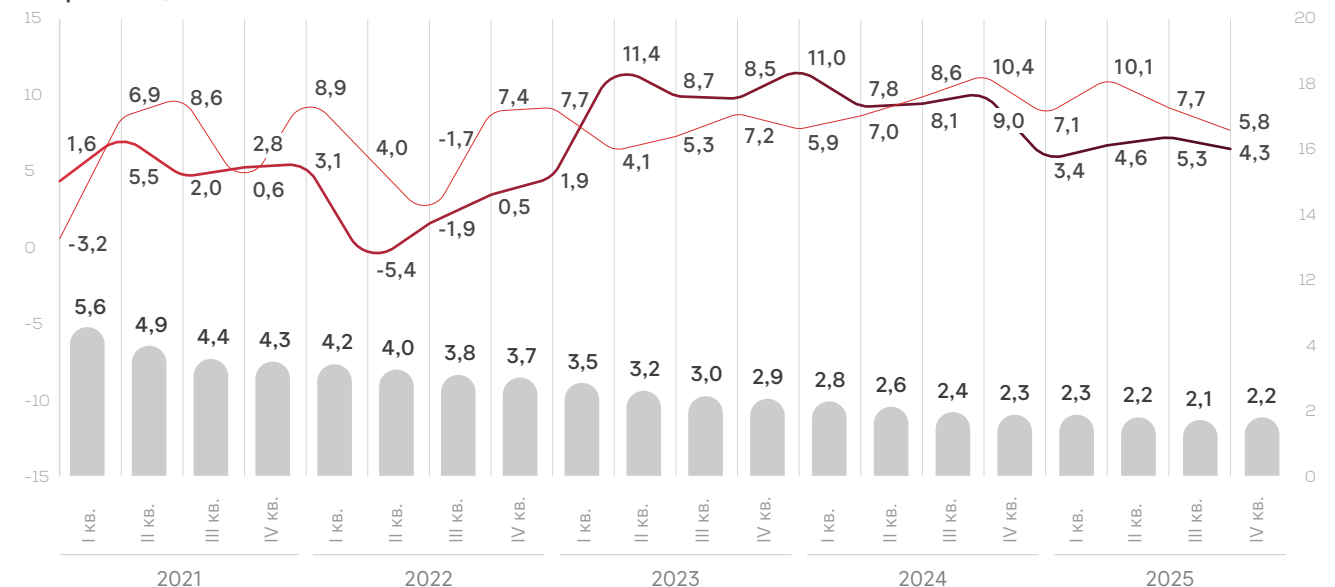
Квартальные индексы потребительской и продовольственной инфляции, %



— Инфляция год к году
 — Инфляция на продукты питания, год к году

Источники: Росстат, Министерство экономического развития Российской Федерации, анализ Компании.

Изменение реальной заработной платы, реальных располагаемых доходов населения и уровня безработицы, %



— Рост реальной заработной платы, % год к году
 — Рост реальных располагаемых доходов населения, % год к году
 ● Безработица, %

Источники: Росстат, Министерство экономического развития Российской Федерации, анализ Компании.

Российский рынок розничной торговли

По данным Росстата, в 2025 г. совокупный оборот розничной торговли в России вырос на 9,9% (2,6% в реальном выражении) и составил 61,3 трлн руб., что, в свою очередь, соответствует приблизительно 28% ВВП. Оборот розничной торговли продовольственными товарами вырос чуть больше – на 12,1%, составив 29,6 трлн руб., что соответствует 48,3% совокупного оборота розничной торговли, или около 13% ВВП.

В глобальном масштабе российский рынок продовольственной розницы демонстрирует уверенную динамику и занимает устойчивые позиции по темпам роста. Согласно прогнозу IGD¹, среднегодовой темп роста (CAGR) российского рынка до 2030 г. составит 5,9%, что превышает среднее глобальное значение в 4,3%. При сохранении этой тенденции объем рынка может достичь 412 млрд долл. США, что выведет Россию на 5-е место в мире по данному показателю.

Место России на глобальном рынке продуктовой розницы, прогноз до 2030 года

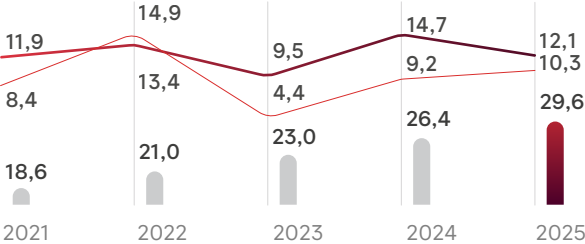
Страна	Размер рынка в 2030 г. (млрд долл. США)	Среднегодовой темп роста (CAGR), 2025–2030 гг.
1 США	2 223	3,5%
2 Китай	1 634	2,2%
3 Индия	1 264	9,9%
4 Бразилия	435	5,4%
5 Россия	412	5,9%
6 Германия	389	2,5%
7 Великобритания	383	3,0%
8 Япония	371	2,7%
9 Франция	349	2,3%
10 Мексика	276	4,8%
Глобальный рынок продовольственной розницы	12 600	4,3%

Источник: IGD Research.

Российский рынок розничной торговли продуктами питания в 2025 г. оставался благоприятным для всех игроков современного ритейла, включая «Магнит». В частности, сетевым ритейлерам удалось увеличить свою долю рынка на 1,2% – до 73,8% – за счет открытия новых магазинов и географической экспансии. Доля топ-10 игроков по итогам 2025 г. выросла на 1,9% – до 46,5%.

¹ Источник: Plan for 2030: new global & regional forecasts.

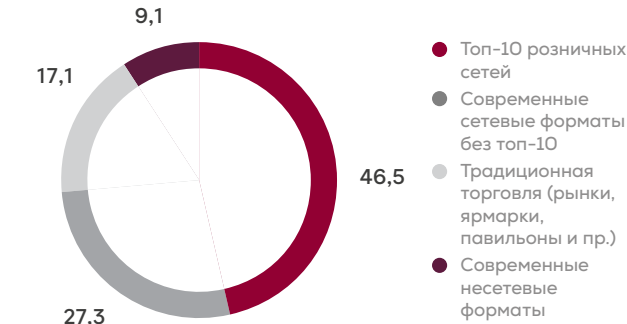
Оборот продуктового ритейла в России



● Оборот продуктового ритейла, трлн руб.
— Рост оборота продуктового ритейла год к году, %
— Среднегодовая продовольственная инфляция год к году, %

Источники: Росстат, Министерство экономического развития Российской Федерации, анализ Компании.

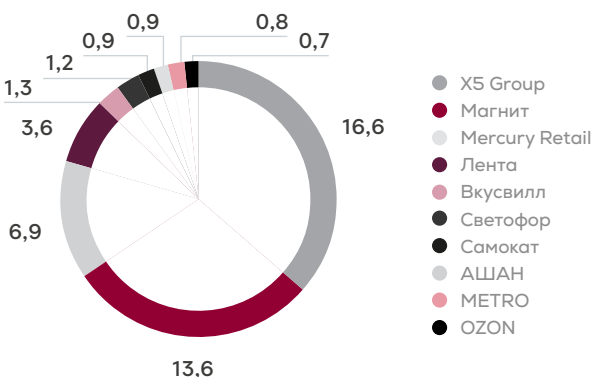
Структура продовольственной розничной торговли в России в 2025 году, %



Источник: INFOLine, анализ Компании.

Рост товарооборота «Магнита» ускорился до 15%, и таким образом превзошел рост рынка. В итоге доля «Магнита» составила 13,6% от совокупного оборота торговли продуктами питания в стране.

Доля рынка крупнейших торговых сетей по объему выручки в России в 2025 году, %



Источник: INFOLine, анализ Компании.

Совокупный прирост торговых площадей продовольственных розничных сетей составил 1,6 млн кв. м. По состоянию на конец года большинство торговых площадей по-прежнему занимают магазины формата «у дома». В то же время рост площадей крупных форматов замедляется, что обусловлено устойчивым потребительским запросом на удобство расположения – покупатели все чаще отдают предпочтение магазинам в шаговой доступности. Более того, в ответ на этот тренд растет популярность ультрамалых форматов ultra-convenience – компактных магазинов, ориентированных на готовую еду, кофе, снеки и скорость покупки. В 2025 г. «Магнит» открыл первый магазин такого формата под новым брендом «Заряд от Магнита».

- 18,1% к 2015 г.

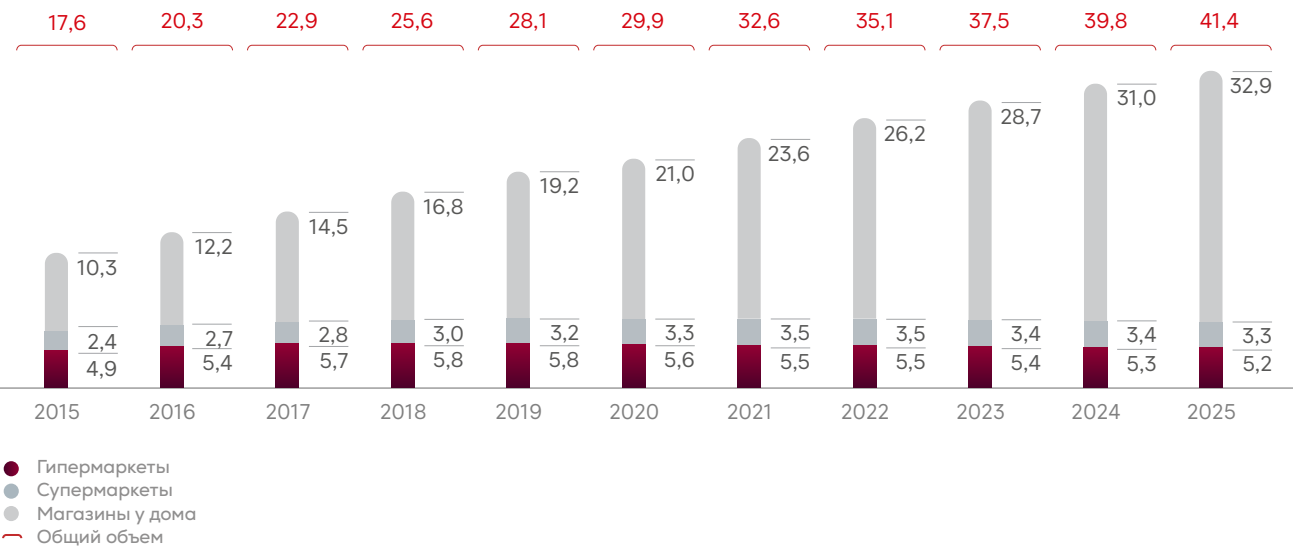
310

кв. м

сокращение средней площади торговой точки²



Общий объем торговых площадей современного ритейла в России, млн кв. м



Источник: INFOLine, анализ Компании.

² Источник: Исследование INFOLine на основе TOP-200 сетей FMCG России.



Ключевые тенденции российского рынка розничной торговли



Собственное производство и развитие СТМ

Ведущие игроки ритейла продолжают инвестировать в развитие собственного производства и расширение портфелей СТМ, охватывающих как доступный, так и премиальный сегменты. СТМ стали стратегическим направлением для большинства сетей, демонстрируя более высокие темпы роста по сравнению с товарами категории FMCG под сторонними брендами. По данным информационного агентства INFOline, совокупные продажи СТМ в категории продуктов питания превысили 3,6 трлн руб., что составляет 12,2% в структуре товарооборота продуктов питания. При этом прогнозируется дальнейший рост категории СТМ в структуре выручки и доле на полке розничных сетей.



Рост популярности формата дискаунтеров

В условиях тренда на рационализацию потребления ценовой фактор становится одним из определяющих для потребителя. Формат жестких дискаунтеров становится все более популярным каналом для совершения покупок. За 2025 г. в России было открыто более 1,1 тыс. магазинов этого формата общей площадью более 400 тыс. кв. м. Совокупный оборот сегмента вырос на 23% (почти в два раза больше темпа роста рынка в целом) и достиг 1,8 трлн руб., что составило 6% рынка продовольственного ритейла.



Электронная коммерция и омниканальность

Ведущие игроки продовольственного ритейла активно развивают омниканальные стратегии, интегрируя онлайн- и офлайн-каналы для повышения удобства покупателей и лояльности. Так, по данным INFOline, объем e-grocery в России приблизился к 1,4 трлн руб. в 2025 г., что составляет 4,6% от общего товарооборота ритейла, с ростом на 36% год к году, в три раза опережая темпы рынка. Прогнозируется дальнейшее ускорение цифровизации с фокусом на экспресс-доставку, а также усиленную персонализацию клиентского предложения.



Гиперперсонализация предложения

Развитие искусственного интеллекта значительно ускорило процессы обработки больших данных, что позволяет ритейлерам активнее использовать информацию о поведении, предпочтениях и покупательской истории клиентов для формирования точечных индивидуальных рекомендаций, персональных скидок и целевых коммуникаций. Гиперперсонализация становится не просто инструментом удержания клиентов, а ключевым элементом конкурентной стратегии, позволяющим повысить частоту покупок, средний чек и общую удовлетворенность клиентов.



Автоматизация процессов и роботизация

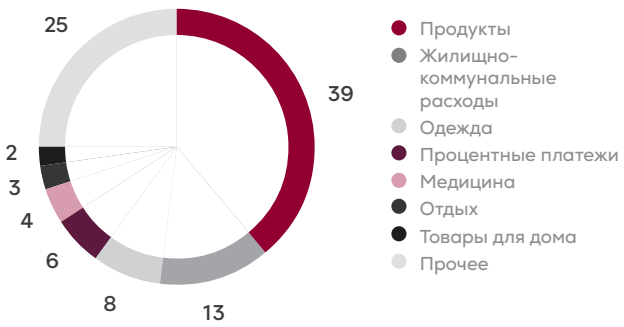
Автоматизация и роботизация становятся неотъемлемой частью операционной деятельности российских продуктовых ритейлеров. Стремясь повысить эффективность, снизить издержки и улучшить клиентский опыт, компании активно внедряют решения на всех этапах цепочки создания стоимости – от управления запасами и прогнозирования спроса до обработки заказов и обслуживания в магазине. Автоматизация и роботизация в том числе активно применяются для митигации риска дефицита кадров в логистике – там роботы используются в складских операциях и автономной грузоперевозке.



Ключевые тенденции поведения и предпочтений потребителей в 2025 году

Несмотря на стабилизацию основных экономических показателей, в поведении потребителей сохраняется склонность к сбережению. Это отразилось в изменениях в структуре расходов населения. Из анализа оперативных данных СберИндекса следует, что многие россияне предпочли отложить большие траты. При этом доля расходов на образование заметно увеличилась, что говорит о более осмысленном подходе домохозяйств к формированию бюджета и расходов. Также важно отметить, что уровень расходов на медицину и здоровье практически не изменился, что говорит о важности для населения данных затрат. Расходы россиян на продукты питания продолжают оставаться ключевой статьёй бюджета. Согласно отчету от SberCIB¹, доля расходов на продукты питания в IV квартале 2025 г. выросла до 39%.

Структура потребительских расходов населения, %



Источник: SberCIB, «Потребительский индекс Иванова от 5 февраля 2026 г.»



Сохранение тренда на склонность к сбережению и отказ от спонтанных покупок

Сохраняется устойчивая тенденция к осторожному потребительскому поведению: россияне продолжают отдавать приоритет сбережениям и более осознанно подходят к расходам. Спонтанные покупки, особенно в категории необязательных товаров, значительно сократились: потребители заранее планируют свои траты, а цена все чаще становится ключевым фактором при принятии решения о покупке.



Рост популярности товаров среднего и нижнего ценового сегментов

Массовый потребитель отказывается от премиальных брендов в пользу более доступных аналогов, особенно в категориях повседневного спроса. При этом важную роль играет не только низкая цена, но и воспринимаемая ценность продукта: покупатели внимательно оценивают состав, объем упаковки и отзывы. В ответ на этот запрос ритейлеры активно развивают соответствующие ценовые сегменты СТМ, чтобы сохранить лояльность аудитории без ущерба для качества предложения.



Рост онлайн-канала и доставка

Спрос на онлайн-покупки продуктов питания и доставку продолжает уверенно расти, в том числе в регионах, где цифровые каналы становятся более доступными и удобными за счет развития инфраструктуры. Электронная коммерция сохраняет статус одного из самых динамичных каналов продаж, поскольку сочетает в себе не только удобство и скорость, но и возможность сравнивать цены, что особенно важно в условиях повышенной финансовой осмотрительности российских потребителей.



Готовая еда – одна из самых быстрорастущих категорий

Продолжает расти интерес российских потребителей к готовой еде. Популярностью пользуются как горячие блюда в формате «еда на вынос», так и охлажденные полуфабрикаты с возможностью быстрого приготовления. Интерес к готовой еде особенно заметно усиливается в крупных городах, где рост числа одиночных домохозяйств, интенсивный ритм жизни и развитая инфраструктура создают благоприятные условия для развития этого сегмента. Особенно востребованы предложения с прозрачным составом и акцентом на свежесть ингредиентов. Ритейлеры активно увеличивают зоны готовой еды на полках, расширяют ассортимент и внедряют цифровые решения онлайн-доставки и персонализированные рекомендации, чтобы удовлетворить потребительский спрос.

¹ SberCIB Investment Research. «Потребительский индекс Иванова «Рост доходов побуждает к сбережениям» от 15 августа 2025 г.



Интерес к здоровым продуктам и ответственному потреблению

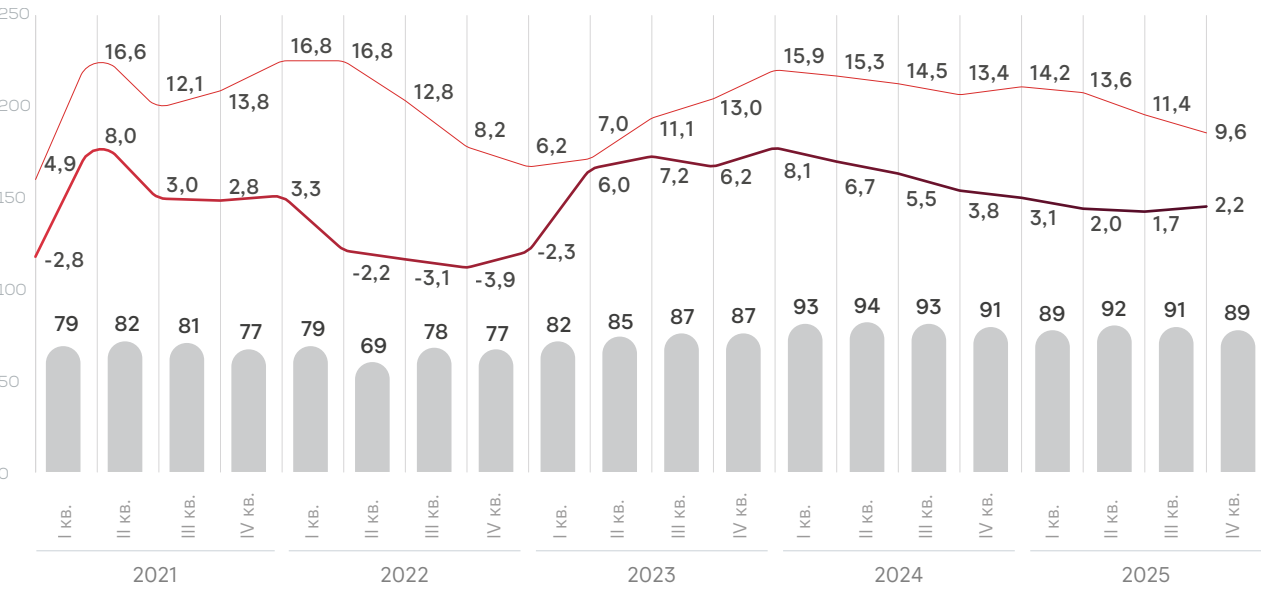
Российские потребители более осознанно подходят к выбору продуктов, демонстрируя интерес к здоровому питанию и принципам ответственного потребления. Растет спрос на продукты с прозрачным составом, локальным происхождением и экологичной упаковкой. Особенно заметен этот тренд среди горожан среднего возраста и молодежи, для которых забота о здоровье, качестве жизни и окружающей среде становится значимым фактором принятия покупательского решения.



Рост доли российских и локальных производителей

Продолжается устойчивый рост доли российских производителей на рынке продуктов питания, в том числе локальных поставщиков и фермерских хозяйств. Этот тренд обусловлен как внешними факторами (уход с российского рынка международных брендов, логистические ограничения), так и внутренними: потребители проявляют лояльность к отечественным брендам, воспринимая их как более доступные и надежные.

Индекс потребительской уверенности и рост объемов продаж в продуктовом ритейле, %



— Реальный рост оборота продуктового ритейла год к году
— Номинальный рост оборота продуктового ритейла год к году
● Индекс потребительской уверенности



Развитие маркетплейсов

Потребители все чаще совершают покупки на маркетплейсах благодаря их доступности – удобству оформления заказа и значительным скидкам, которые предлагают платформы. Тем не менее, несмотря на активную экспансию маркетплейсов, покупатели продолжают отдавать предпочтение традиционным ритейлерам по ряду категорий товаров, таких как, например, свежие продукты. При этом крупные ритейлеры используют маркетплейсы как внешнюю дополнительную витрину для расширения каналов продаж.



Доступность и удобство магазинов

Сохраняется потребительский запрос на доступность и удобство локации магазина. Потребители отдают предпочтение точкам вблизи дома, ценят удобство режима работы магазина и сфокусированный ассортимент, включающий категории готовой еды и повседневных товаров. Этот запрос стимулирует рост доли магазинов формата «у дома» и развитие относительно нового для рынка формата ultra-convenience.

Источники: Росстат, Министерство экономического развития Российской Федерации, анализ Компании.

Основные изменения в нормативно-правовой базе в 2025 году

Изменение	Правовой документ	Вступил в силу
Продление повышенных ставок таможенных пошлин на отдельные виды товаров, импортируемых из недружественных стран, до 31 декабря 2025 г.	Постановление Правительства Российской Федерации № 1757	11 декабря 2024 г.
Продление сроков действия лицензий и других видов разрешительных документов до конца 2025 г.	Постановление Правительства Российской Федерации № 1931	27 декабря 2024 г.
Увеличение ставки акциза на сахаросодержащие напитки до 10 руб. за литр; расширение перечня подакцизных товаров (квас с этиловым спиртом до 1,2%, напитки с углеводами более 2 г на 100 мл и в транспортной упаковке)	Федеральный закон Российской Федерации № 362-ФЗ	1 января 2025 г.
Повышение минимальных розничных цен (МРЦ) на крепкий алкоголь	Приказ Министерства финансов Российской Федерации № 191н	1 января 2025 г.
Установление ежегодной индексации акцизов на алкогольную продукцию на 4% до 2027 г.	Федеральный закон Российской Федерации № 176-ФЗ	1 января 2025 г.
Установление минимальных цен на никотинсодержащую продукцию (не сигареты и папиросы) на 2025 г.	Письмо Минсельхоза России № МА-21-26/29348	1 января 2025 г.
Повышение единой минимальной цены пачки сигарет до 135 руб.	Письмо Минсельхоза России № МА-21-26/29349	1 января 2025 г.
Расширение списка табачных изделий, на которые устанавливаются минимальные цены	Федеральный закон Российской Федерации № 123-ФЗ	23 мая 2025 г.
Введение запрета на продажу бестабачной смеси с долей никотина более 3,5%	Федеральный закон Российской Федерации № 542-ФЗ	1 марта 2025 г.
Ужесточение ответственности за продажу табачной и никотинсодержащей продукции несовершеннолетним	Федеральный закон Российской Федерации № 1-ФЗ	3 февраля 2025 г.
Расширение перечня социально значимых товаров (включены яйца и сливочное масло); освобождение производителей от вознаграждения ритейлерам	Постановление Правительства Российской Федерации № 76	1 февраля 2025 г.
Утверждение правил обязательной маркировки бакалеи (соусы, специи, уксусы, снеки)	Постановление Правительства Российской Федерации № 1682	30 ноября 2024 г.
Внесение бакалейной продукции в перечень товаров для обязательной маркировки	Распоряжение Правительства Российской Федерации № 249-р	7 февраля 2025 г.
Регулирование маркировки органической продукции; установление срока проверки до 1 сентября 2030 г.	Федеральный закон Российской Федерации № 349-ФЗ	31 июля 2025 г.
Сокращение срока оплаты поставщику за скоропортящиеся продовольственные товары с восьми до четырех рабочих дней	Федеральный закон Российской Федерации № 301-ФЗ	1 марта 2025 г.
Вступление в силу запрета на изменения торговыми сетями ранее установленных условий договора поставки и взимание штрафов с поставщиков за неисполнение заказа о поставке сверх нормы, предусмотренной договором. Розничные сети обязаны запрашивать подтверждение поставщика при каждой отгрузке товара	Федеральный закон Российской Федерации № 120-ФЗ	1 сентября 2025 г.
Продление срока упрощенного ввоза иностранных товаров, подлежащих сертификации, до 1 сентября 2026 г.	Постановление Правительства Российской Федерации № 1277	26 августа 2025 г.
Полный перенос маркировки импортного алкоголя на территорию РФ	Федеральный закон Российской Федерации № 92-ФЗ	21 апреля 2025 г.

Изменение	Правовой документ	Вступил в силу
Контроль за ввозом в Российскую Федерацию продукции растительного происхождения, включая аудит иностранных лабораторий и предотгрузочный контроль	Федеральный закон Российской Федерации № 376-ФЗ	9 мая 2025 г.
Повышение таможенных пошлин на импорт пива из недружественных стран (до 1,5 евро/л), сидра (до 30%)	Постановление Правительства Российской Федерации № 1396	19 сентября 2025 г.
Вступление в силу нового перечня базовых ставок экологического сбора для производителей и импортеров утилизируемых товаров, которые не обеспечивают самостоятельную утилизацию отходов от использования этих товаров	Постановление Правительства Российской Федерации № 1041	1 января 2025 г.
Введение запрета на продажу несовершеннолетним безалкогольных тонизирующих напитков, в том числе энергетических, на всей территории Российской Федерации. Также не допускается розничная торговля такими напитками в потребительской таре объемом более 500 мл	Федеральный закон Российской Федерации № 304-ФЗ	1 марта 2025 г.
Вступление в силу запрета на продажу маркированных товаров, не прошедших проверку в системе мониторинга в режиме офлайн	Постановление Правительства Российской Федерации № 1944	1 марта 2025 г.
Блокирование крупными торговыми сетями (от 50 объектов) на кассе продажи маркированных товаров, не прошедших офлайн-проверку в системе «Честный Знак»	Постановление Правительства Российской Федерации № 97	1 мая 2025 г.
Изменение в правилах применения контрольно-кассовой техники, сокращение срока регистрации и снятия с учета контрольно-кассовой техники с 10 до пяти рабочих дней	Федеральный закон Российской Федерации № 274-ФЗ	1 марта 2025 г.
Запрет на транзитные автоперевозки грузов по территории Российской Федерации расширен на Молдову. Также из перечня товаров, разрешенных к перевозке, исключены какао, какао-продукты, уксус, алкоголь и табачные изделия	Постановление Правительства Российской Федерации № 362	28 марта 2025 г.
Введение новых правил для рекламы энергетических напитков. Ограничена реклама, направленная на детей и подростков, запрещено упоминание витаминов и биодобавок в рекламе, обязательно включение в каждое рекламное сообщение предостережения о рисках чрезмерного употребления	Федеральный закон Российской Федерации № 393-ФЗ	1 марта 2026 г.
Продление моратория на выдачу лицензий на производство, хранение и поставки этилового спирта до 1 апреля 2027 г. Уточнение правил приостановления и аннулирования лицензий на розничную продажу алкоголя	Федеральный закон Российской Федерации № 274-ФЗ	31 июля 2025 г.
Внесение изменений в Налоговый кодекс Российской Федерации, касающихся размера госпошлины за выдачу алкогольной лицензии и ее пролонгацию	Федеральный закон Российской Федерации № 275-ФЗ	31 июля 2025 г.

Прогноз развития рынка продовольственной розницы

Согласно прогнозу Минэкономразвития России, динамика оборота розничной торговли в России¹ будет положительной: в 2026 г. рост составит 1,1% с последующим ускорением до 3,6–3,9% в 2027–2028 гг.

Доля рынка по форматам



- Магазины у дома

● Традиционная торговля

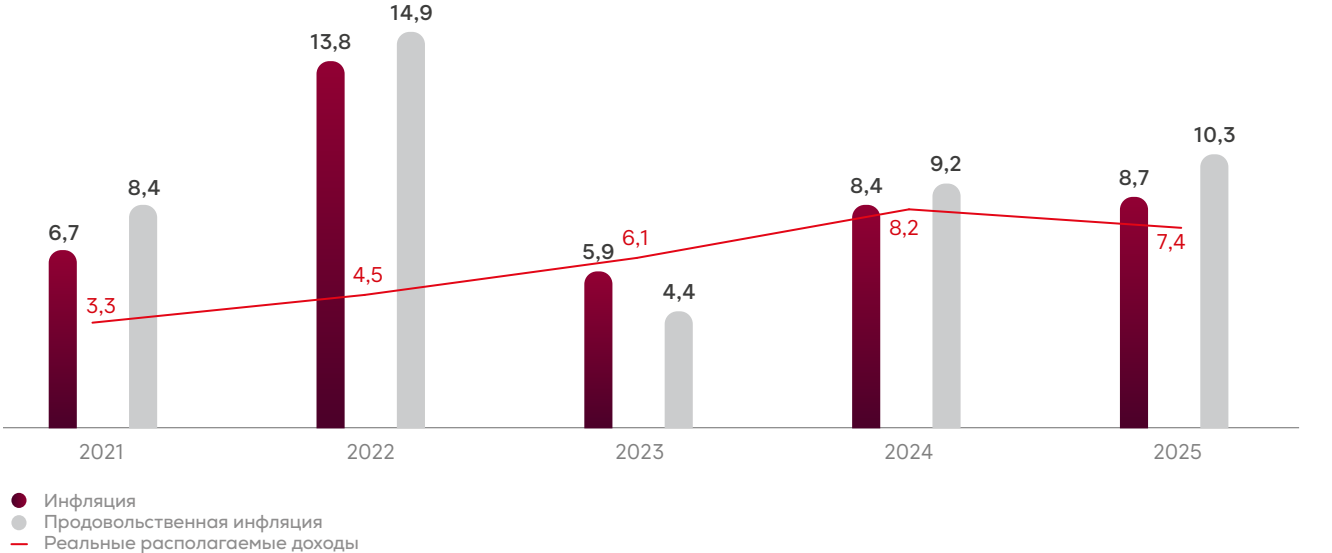
● Супермаркеты
- Жесткие дискаунтеры

● Гипермаркеты

● Online-продажи

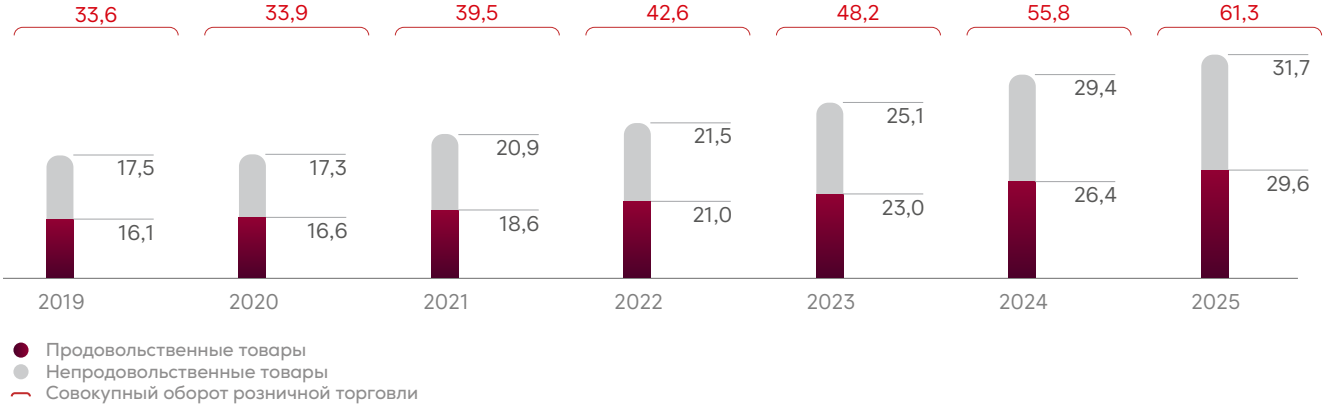
Источник: INFOLine.

Среднегодовой рост инфляции и реальных располагаемых доходов, год к году, %



Источник: Прогноз АО «Альфа-Банк», Росстат, Минэкономразвития России, анализ Компании.

Совокупный оборот розничной торговли, трлн руб.



Источник: Прогноз АО «Альфа-Банк», Росстат, Минэкономразвития России, анализ Компании.

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

¹ Источник: Рост оборота розницы в РФ в 2026-2028 ожидается в диапазоне 1,1-3,6%.

Стратегия

Стратегическая цель «Магнита» – обеспечить лидерство благодаря уникальному мультиформатному предложению с широкой экосистемой технологичных сервисов, связанных общей программой лояльности.

В центре нашего внимания – постоянное развитие ценностного предложения для наших клиентов и повышение эффективности внутренних процессов.

Основные направления

Развитие ценностного предложения для клиентов



Адаптация ассортимента под локальные предпочтения клиентов



Постоянное развитие механик лояльности



Усиление вовлеченности покупателей за счет предложения дополнительных сервисов в магазине (например, выпечка, кофе с собой), развития механик персонализации на базе анализа больших данных (ИИ) в дополнение к привлекательным механикам лояльности



Расширение и дифференциация предложения СТМ



Улучшение позиционирования бренда, включая заботу, безопасность, устойчивое развитие и выгодное ценностное предложение



Добавление технологичных экосистемных сервисов для дальнейшего развития мультимедийного клиентского опыта

Повышение эффективности



Гибкая, надежная и масштабируемая облачная платформа на основе передовых ИТ-решений и аналитики данных



Открытие новых РС



Обновление парка транспортных средств



Кросс-функциональные E2E-инициативы с фокусом на повышение эффективности ключевых бизнес-процессов



Монетизация цифровой и офлайн-инфраструктуры



Инвестиции в автоматизацию и стандартизацию процессов



Выстраивание гибкой организационной структуры с четким разделением ответственности в сочетании с культурой предпринимательства и эффективным кросс-функциональным сотрудничеством

Повестка устойчивого развития является неотъемлемой частью стратегии «Магнита» и напрямую влияет на операционные результаты деятельности Компании. Инициативы в области устойчивого развития встраиваются в долгосрочные цели и способствуют их достижению, обеспечивая устойчивый рост и долгосрочную ценность для всех заинтересованных сторон. Для эффективной работы и отслеживания прогресса в области устойчивого развития в «Магните» разработана Стратегия устойчивого развития.

Подробнее о Стратегии устойчивого развития см. раздел «Устойчивое развитие».



Для адаптации к структурным вызовам особый фокус направлен на развитие ключевого актива Компании – наших сотрудников

- Гибкий и проактивный подход к привлечению персонала
- Увеличение инвестиций в сотрудников для развития ключевых компетенций и обеспечения непрерывности деятельности Компании
- Формирование долгосрочных планов развития и преемственности
- Постоянное улучшение условий труда линейного персонала

Стратегия реализуется за счет существующих ключевых каналов взаимодействия с клиентом



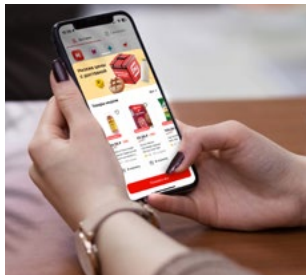
Развиваем магазины формата «у дома» в качестве флагманского формата



Разумно инвестируем в формат «М.Косметик»



Взвешенно подходим к поддержанию и развитию магазинов больших форматов «Магнит Семейный» и «Магнит Экстра»



Развиваем мультиформатное мобильное приложение для клиентов, дополняя его персонализированными решениями для удобства пользования

Компания развивает новые точки роста, способствующие активному расширению продуктового предложения и большему удобству для клиентов



Магазины формата «дискаунтер»



Магазины шаговой доступности (ultra-convenience)



E-com-сервисы, интегрированные в единое суперприложение



Цифровые решения и инновации

Цифровизация является ключевым драйвером изменений в ритейле. «Магнит» внедряет цифровые решения как во внутренние бизнес-процессы, так и в работу сервисов и магазинов, в рамках которых происходит взаимодействие с покупателями. Все это в конечном итоге направлено на улучшение качества клиентского сервиса.

Стратегия развития цифровых технологий

В условиях быстро меняющегося рынка и развития технологичных отраслей экономики в 2025 г. «Магнит» разработал стратегию развития цифровых технологий. Стратегия направлена на повышение конкурентоспособности Компании посредством создания цифровой экосистемы, которая обеспечит комплексное и качественное предложение для клиентов.

В основе реализации стратегии лежат развитие омниканальной модели бизнеса и создание новых бизнес-направлений на стыке ритейла и технологий. При этом определяющими факторами успеха являются скорость запуска новых направлений и их гибкость к меняющимся потребностям клиентов.

Ключевые шаги в реализации стратегии включают в себя:

- продуктовую трансформацию – переход на кросс-функциональный продуктовый подход, который подразумевает объединение сотрудников бизнес-департаментов и ИТ-специалистов в одну команду с общими целями и задачами;
- форматную трансформацию – разделение управления ИТ-продуктами между бизнес-форматами с сохранением возможности использования ИТ-продуктов на уровне Группы;
- инвестиции в развитие ИТ-инфраструктуры и платформенных решений;
- инвестиции в ключевые программы развития бизнеса;
- инвестиции в R&D¹, в том числе в роботизацию и искусственный интеллект;
- повышение операционной эффективности и производительности административного персонала;
- развитие ИТ-бренда работодателя.



Подход к поиску инноваций

Центр развития инноваций «Магнита» отвечает за поиск, тестирование и внедрение новых технологий в деятельность Компании. Главная задача Центра – находить инновационные решения, обладающие коммерческой ценностью и возможностью масштабирования на всю сеть «Магнит».

Центр помогает в организации полного цикла подготовки и проведения тестирования технологических решений, начиная от исследования лучших практик и формирования технического задания и заканчивая подбором подрядчиков, оценкой экономической эффективности, технической и административной поддержкой.

Процесс поиска инноваций строится на системном анализе внутренних и внешних источников. Помимо работы с инициативами сотрудников, Центр развития инноваций «Магнита» проводит активный поиск на рынке: посещает отраслевые мероприятия, проводит мониторинг специализированных витрин технологических компаний и стартапов, изучает аналитические исследования, а также анализирует активности ключевых игроков рынка. В 2025 г. Центр развития инноваций запустил исследовательские сервисы, нацеленные на формирование и проверку гипотез для создания новых сервисов и продуктов. За 2025 г. было подготовлено 15 исследований.

Технологический конкурс «Окно открытых инноваций»

Центр развития инноваций в партнерстве с Московским инновационным кластером запустил открытый конкурс для технологических компаний. Цель конкурса – поиск инновационных решений с наиболее высоким потенциалом для пилотирования внутри Компании под потребности четырех бизнес-форматов сети «Магнит» и сети «ДИКСИ». На конкурс поступило свыше 170 заявок. 15 компаний были отобраны и презентовали свои решения на демо-дне при участии Генерального директора ПАО «Магнит». Четыре компании-победителя получили возможность протестировать свои технологии в розничных форматах сети «Магнит».

Демо-день Индустриального центра компетенций «Торговля»

Центр развития инноваций традиционно выступил организатором питч-сессии на демо-дне Индустриального центра компетенций «Торговля», где отобрали стартапы и создали площадку для диалога между инновационными компаниями и ритейлом. На мероприятии было представлено более 20 решений в сфере импортозамещения, охватывающих логистику, автоматизацию, аналитику, энергоэффективность и маркетинг.



«Твоя идея»

Сотрудники как непосредственные участники операционной деятельности могут видеть узкие места и потенциал для улучшения процессов в повседневной работе. Поэтому важно создавать условия и мотивацию для того, чтобы они предлагали свои идеи.

В «Магните» действует проект «Твоя идея», благодаря которому каждый сотрудник может предложить варианты улучшения бизнес-процессов.

Всего за 2025 г. на платформу поступило свыше 4 тыс. идей от сотрудников, из них до этапа реализации/реализовано дошло 34 инициативы, направленные на автоматизацию процессов, снижение ручного труда, повышение точности операций и улучшение качества обслуживания клиентов. Совокупный финансовый эффект с учетом инициатив, находящихся в реализации, составляет свыше 815 млн руб. в год.

Кроме прямых выгод сотрудники создали значительный нефинансовый эффект:

- сокращение более 50 тыс. часов трудозатрат в год;
- снижение рисков штрафов до 500+ млн руб.;
- повышение качества учета, снижение ошибок и объема пересчетов;
- ускорение внутренних процессов.

В 2025 г. мы внедрили новую систему мотивации: начисление баллов «Магнит Плюс» за реализованные идеи, которые приносят эффект. Таким образом мы стремимся сделать рационализаторство не только полезным, но и вознаграждаемым, а также мотивировать сотрудников не просто предлагать идеи, а доводить их до результата.

¹ R&D (Research and Development) – исследования и разработки.

Программы развития бизнеса

«Магнит» инвестирует в программы развития бизнеса, ориентированные как на совершенствование действующих форматов, так и на создание новых бизнес-направлений.

Ключевой задачей развития текущих бизнес-форматов и функций является повышение их операционной эффективности и увеличение производительности труда сотрудников, в том числе за счет внедрения цифровых инструментов и автоматизации процессов.

Одной из таких инициатив является развитие бэк-офиса – инструмента собственной разработки для обеспечения высокой жизнестойкости функционирования магазинов. Создание единой системы бэк-офиса позволяет существенно снизить нагрузку на персонал торговых точек благодаря комплексной оптимизации и унификации рабочих процессов. Платформа интегрирует все ключевые цифровые инструменты сотрудника магазина, включая систему товарного учета и управления товародвижением, терминалы сбора данных и мобильные принтеры, формируя единую и удобную рабочую среду.

В 2025 г. развитие системы бэк-офиса осуществлялось в соответствии со следующими задачами:

- анализ и оптимизация операционных процессов;
- внедрение решений для автоматизации рутинных операций с целью сокращения трудозатрат;
- разработка интуитивно понятных пользовательских интерфейсов, требующих минимального количества времени для обучения;
- митигация санкционных и ресурсных рисков за счет перехода на новые технологии разработки.

Для сотрудников магазинов и директоров групп, филиалов, округов в 2025 г. «Магнит» запустил приложение «МДрайв» – собственную единую платформу управления магазинами. Платформа консолидирует информацию о работе магазина, а также предоставляет доступ сотрудникам ко всем необходимым операционным инструментам.

Мобильная аналитическая платформа
 Система избавляет директоров магазинов и групп от рутинного сбора информации, предоставляя им готовую аналитику по продажам, товарным запасам, NPS¹ и другим ключевым метрикам в мобильном приложении. Это ускоряет процесс принятия решений и повышает эффективность управления.

Платформа управления приоритетами
 Система консолидирует ключевые задачи в одном инструменте, что кратно повышает скорость их выполнения и операционную дисциплину в целом. К 2026 г. планируется, что система будет самостоятельно назначать наиболее приоритетные задачи сотрудникам, тем самым снижая нагрузку на руководителей и повышая скорость реагирования на выявленные проблемы.

«МДрайв»

Инструмент контроля за соблюдением стандартов работы
 Система является единым инструментом для проведения всех аудитов и проверок по чек-листам, а также консолидирует их результаты в единой базе данных. В результате повышается прозрачность и эффективность анализа выявленных несоответствий, что впоследствии способствует созданию надежной основы для внедрения улучшений.

Рабочий интерфейс для сотрудников операций
 Система предоставляет сотрудникам магазинов, групп и филиалов единый мобильный интерфейс для доступа ко всем необходимым инструментам. Это повышает мобильность сотрудников, избавляет их от привязки к конкретным рабочим местам и делает рабочие процессы непрерывными и более эффективными.

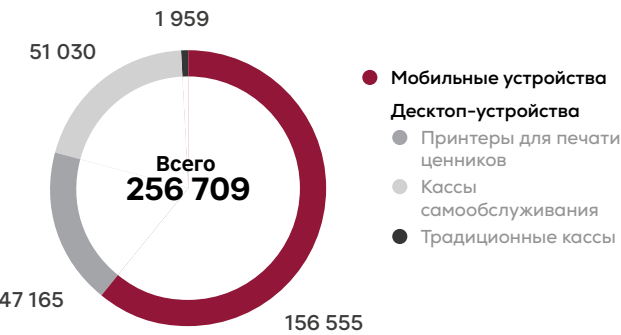
Ключевым достижением отчетного года стала трансформация системы управления корпоративной мобильностью EMM² (Enterprise Mobility Management) в единую платформу управления ключевыми устройствами торговых объектов.

В 2025 г. в единый контур управления, помимо мобильных устройств, были интегрированы кассы самообслуживания (КСО), а также запущен пилотный проект по подключению классических кассовых аппаратов. Кроме этого, была внедрена система мониторинга состояния оборудования в режиме реального времени. Система определяет не только геолокацию оборудования, но и комплексные технические метрики, включая уровень работоспособности, историю перемещений и случаи возникновения сбоев.

Благодаря проведенным мероприятиям удалось существенно сократить простой торгового оборудования и время на проведение инвентаризации. Создан технологический фундамент для дистанционного устранения неисправностей, что в перспективе минимизирует необходимость выездов технических специалистов в магазины.

В следующем году «Магнит» планирует завершить интеграцию всех кассовых устройств на торговых объектах с целью обеспечения полного контроля и высокого уровня обслуживания всего оборудования. Также планируется развивать функционал удаленного конфигурирования и управления приложениями для сокращения объема ручных операций, выполняемых техническими специалистами на торговых объектах, высвобождая их время для решения более сложных задач.

Структура устройств в системе EMM в 2025 году



Еще один пример автоматизации процессов – внедрение собственной F&R-системы прогнозирования спроса и планирования пополнения запасов, ключевая задача которой – повысить эффективность управления товародвижением. Преимуществами собственного F&R-решения являются полное владение исходным кодом, единый интерфейс, возможность гибкой подстройки под новые форматы и изменения бизнес-среды, а также максимальная степень автоматизации бизнес-процессов.

Подробнее о проекте, а также о развитии логистики см. в подразделе **«Развитие цепочки поставок»**.



¹ NPS (Net Promoter Score) – индекс потребительской лояльности.

² EMM (Enterprise Mobility Management) – процесс управления мобильностью ИТ-среды предприятия.



AdTech

Одной из стратегических задач «Магнита» в развитии бизнеса является создание новых бизнес-направлений на стыке ритейла и современных технологий. Это, с одной стороны, укрепляет экосистему Компании и обеспечивает комплексность в предоставлении услуг клиентам, а с другой стороны, формирует дополнительные источники дохода для Компании.

«Магнит AdTech» – новое бизнес-направление Компании, ключевая цель которого – разработка и запуск продуктивно-технической рекламной инфраструктуры и формирование необходимых коммерческих процессов, обеспечивающих основу для долгосрочного роста потенциала рекламной монетизации «Магнита».

В 2025 г. была разработана долгосрочная стратегия «Магнит AdTech». Она основана на реализации рекламного потенциала Компании через построение рекламной платформы Магнит ADS. Рекламная платформа откроет доступ к коммуникации с покупателями «Магнита», а также позволит привлекать новых клиентов-брендов, помогая им расти в Компании через передовые омниканальные решения. Мы развиваем рекламную платформу с фокусом на расширение инвентаря, запуск удобных точек входа и систем управления рекламными кампаниями, а также повышение точности и эффективности рекламных технологий через инфраструктурные инструменты. В долгосрочной перспективе планируется расширять применение омниканальных возможностей, в частности, развивать цифровую рекламу в магазинах, провести интеграцию с программой лояльности.

Инвестиции в исследования и разработки

Инвестиции в R&D «Магнита» охватывают такие направления, как роботизация складской и транспортной логистики, внедрение цифровых технологий в торговых точках, применение искусственного интеллекта.

В распределительных центрах внедряются автономные мобильные роботы AMR (Autonomous Mobile Robots) и LMR (Latent Mobile Robots), которые берут на себя нагрузку по перемещению грузов, Pick-to-Light-тележки² для сокращения времени сборки заказов, автоматизированные конвейеры. Также проводится тестирование дронов/сканеров инвентаризации со скоростью обработки до 2 тыс. паллет/час с автоматической выгрузкой данных. Параллельно разрабатывается система мониторинга складской техники для контроля работы и прогнозирования технического

обслуживания и ремонта. Роботизация РЦ способствует повышению безопасности сотрудников на рабочем месте, меньшей уязвимости процессов к человеческому фактору и росту стабильности логистики.

Подробнее о роботизации в логистике см. в подразделе 🔴 «Развитие цепочки поставок».

«Магнит» развивает концепцию «умный магазин», внедряя в работу торговых точек цифровые технологии, которые позволяют оптимизировать трудозатраты сотрудников за счет автоматизации рутинных процессов. Использование таких решений способствует и улучшению клиентского опыта, делая процесс покупок быстрее и удобнее. В результате магазины «Магнита» становятся более технологичными, современными и привлекательными для посещения.

Проекты «Магнит AdTech» 2025 года



Цифровые шелфбаннеры

Рекламная платформа Magnit ADS первой на российском ритейл-рынке внедрила цифровые шелфбаннеры – вертикальные дисплеи у полки в торговых залах. Они выступают в качестве инструмента таргетированной коммуникации с покупателем в момент принятия решения о покупке.

Благодаря шелфбаннерам рекламодатели смогут увеличивать свои продажи на полке.

- **17%** рост доли продаж рекламируемых брендов на шелфбаннерах
- **40%** опрошенных¹ назвали шелфбаннер наиболее полезным и удобным для получения информации о товарах и акциях



Верификации показов и кликов

Магнит ADS внедрила две ведущие в России адсервинговые системы, которые позволяют проводить независимую верификацию показов и кликов (click-out) для использования партнерами.

Интеграция внешней верификации предоставляет рекламодателям возможность получать независимые и подтвержденные данные по факту показа и клика по объявлениям, а для «Магнита» – расширяет возможности запуска рекламных кампаний для клиентов, ориентированных на click-out.

После внедрения независимой верификации некоторые поставщики изъявили желание сотрудничать с «Магнит AdTech».



Рекламный кабинет

В 2025 г. «Магнит AdTech» запустил рекламный кабинет (CPO-платформу) собственной разработки, предоставляющий брендам производителей возможность контролировать рекламные кампании путем анализа охватов, переходов, кликов и покупок товаров. Интеграция платформы с программой лояльности «Магнита» позволяет отслеживать клиентов, которые взаимодействовали с товаром в приложении и затем купили его в офлайн-магазине. В дальнейшем планируется расширение функционала платформы и возможность гибкого управления бюджетом кампаний.

Цифровые технологии в магазинах «Магнит»



Электронные ценники и медиаполки

Электронные ценники обеспечивают моментальное и централизованное обновление данных о цене товара, а медиаполки, кроме этого, позволяют транслировать рекламу товаров. Технологии способствуют снижению нагрузки на сотрудников магазинов, позволяя уменьшить затраты на расходные материалы, повысить корректность ценников и в целом делают торговые точки более привлекательными.

В 2025 г. имели место точечные оснащения электронными ценниками без медиаполок в форматах «Магнит Аптека», «Заряд от Магнита», «М.Кос» и «Магнит у дома». Внедрение технологии направлено на повышение операционной эффективности и исключение ошибок, связанных с неактуальностью цены.

- **25 магазинов** различных форматов подключены к системе электронных ценников
- **99%** – корректность электронных ценников
- **До 10 секунд** – скорость обновления ценника



Умные весы

Умные весы автоматически распознают товар, размещенный на весовой платформе, что ускоряет процесс самостоятельного взвешивания, повышает удобство обслуживания и снижает операционную нагрузку на сотрудников.

Для оперативного мониторинга состояния весового оборудования в отчетном году был внедрен дашборд, который отражает эту информацию, включая работоспособность технологии распознавания, в режиме реального времени.

- **425 магазинов** оснащены умными весами
- **98%** – точность распознавания товаров
- **В 2 раза** сокращается процесс взвешивания товара

В начале 2026 г. был проведен пилот по внедрению компьютерного зрения по распознаванию весовых товаров (овощи, фрукты, кондитерские изделия) на кассах самообслуживания.

- К концу испытаний точность распознавания достигла 91% при скорости 9,1 секунды на позицию, что позволяет повысить эффективность зоны КСО:
- ускоряет проход через КСО **на 42%** относительно ручного поиска весовых товаров (15,7 сек). Это способствует росту пропускной способности в часы пик, а также высвобождению времени ассистентов;
 - способствует снижению фродовых операций **на 0,2%** за счет того, что система не позволяет подменить товар при взвешивании.

¹ По данным независимого исследования оценки восприятия цифровых рекламных форматов в магазинах «у дома», проведенного «Магнитом» с Formen Consulting в 2025 г.

² Тележки, оснащенные световыми подсказками для комплектовщика.



Кассы самообслуживания

В 2025 г. «Магнит» первым среди ритейлеров внедрил возможность подтверждения возраста на кассах самообслуживания с использованием цифрового ID, интегрированного в мессенджер MAX. На конец года технология была доступна в 16 тыс. магазинах сети – более чем на 55 тыс. КСО. Параллельно «Магнит» совместно с Центром биометрических технологий запустил альтернативный способ идентификации покупателя по биометрическим данным. Данное решение также позволяет подтвердить возраст на КСО без предъявления документов, подтверждающих личность, и установки дополнительных приложений. Внедренные решения позволяют снизить нагрузку на персонал магазинов. В дальнейшем цифровой ID может быть использован и в других областях, например, чтобы идентифицировать клиентов, зарегистрированных в программе лояльности, и предлагать им персонализированные акции и услуги.

Помимо этого, в отчетном году реализованы базовые механизмы, позволяющие развивать КСО в направлении заказа готовой еды. Функционал является адаптивным и позволяет переключать КСО на разные сценарии (классическая продажа, кухня).

Кассами самообслуживания оснащены:

- **99%** (436 торговых точек) супермаркетов
- **71,3%** (15 404 торговые точки) магазинов «у дома»
- **10,7%** (837 торговых точек) магазинов косметики

Проникновение в трафик:

- **54%** в супермаркетах
- **38%** в магазинах «у дома»
- **26%** в магазинах косметики



Повышение доступности с помощью цифровых ассистентов

Технология отправки сигналов OSA (On-Shelf Availability) – интеллектуальная система мониторинга ассортимента. Алгоритмы выявляют проблемные позиции и автоматически формируют задания персоналу для своевременного устранения проблемы с товаром (выкладка со склада, снятие виртуального остатка, замена ценника и т.д.).

Технология доступна в магазинах «Магнит у дома», супермаркетах, дискаунтерах B1 и магазинах ультрамалого формата.

За 2025 г. суммарный эффект от использования технологии составил 0,3% от товарооборота.

В 2025 г. на магазины «Магнит у дома», супермаркеты и магазины сети «М.Косметик» была масштабирована технология Image Recognition. С помощью мобильного приложения сотрудник может оперативно получить срез по состоянию выкладки и выполнить рекомендации по улучшению ее состояния: выставить недостающий товар или поправить планограммы. Комплексная работа с выкладкой позволит увеличить доступность товаров на полке по 30 тыс. SKU до 95% в среднем. В совокупности с соблюдением качества исполнения планограмм технология позволяет увеличить товарооборот торговых точек до 0,6% в среднем.



Сервис подбора косметики BeautyScan

BeautyScan – мультибрендовый интеллектуальный сервис диагностики кожи при помощи искусственного интеллекта, подбора программы ухода, ароматов, а также виртуальной примерки и подбора декоративной косметики, представленной в магазинах.

Сервис предлагает пользователям три модуля:

- Уходовая косметика – алгоритм на основе искусственного интеллекта определяет тип и состояние кожи непосредственно по изображению, после чего рекомендует персональную программу ухода.
- Декоративная косметика – система виртуальной примерки макияжа позволяет выбрать и примерить косметику исходя из потребности пользователя: по бренду, текстуре, цвету.
- Парфюмерия – модуль содержит три сценария подбора ароматов: ИИ-консультация, по семействам и нотам, цветовой тест.

Технология доступна **более чем в 2,5 тыс. магазинов** сети «М.Косметик».

Клиенты могут воспользоваться технологией при помощи:

- QR-кода, расположенного в торговом зале – масштабирован на 2 430 магазинов сети «М.Косметик»;
- Умного зеркала – панель установлена в 34 магазинах сети «М.Косметик».



Система оплаты Multi QR

Система оплаты Multi QR – современный и удобный способ безналичных расчетов для клиентов. Оплата происходит посредством сканирования QR-кода с терминала при помощи камеры смартфона или банковского приложения и подтверждается в мобильном приложении банка. Чек печатается автоматически после оплаты товара.

В 2025 г. к системе были подключены магазины сети «Магнит Аптека».

- **29 915 магазинов** различных форматов («Магнит у дома», магазины косметики, супермаркеты, дискаунтеры B1, магазины ультрамалого формата) используют систему оплаты Multi QR

Импортозамещение и обеспечение непрерывности бизнеса

«Магнит» проводит последовательную политику импортозамещения технологических решений. Стратегия Компании направлена на создание собственных ИТ-систем, что обеспечивает максимальную совместимость с бизнес-процессами и способствует достижению технологического суверенитета. При этом цель импортозамещения не ограничивается замещением ушедших с рынка зарубежных решений, – «Магнит» создает инновационные и уникальные продукты, часть из которых не имеет прямых аналогов на рынке.

В «Магните» полностью завершено импортозамещение инструментов корпоративной платформы данных и электронного документооборота, в работе также используются российские облачные решения. В 2025 г. был осуществлен переход на отечественные системы видеоконференцсвязи и запущен корпоративный мессенджер собственной разработки.

В 2025 г. «Магнит» инициировал стратегический проект по строительству собственных центров обработки данных (ЦОД). Данная инициатива направлена на обеспечение технологической независимости и повышение надежности хранения

и обработки данных. Создание собственной инфраструктуры ЦОД позволит оптимизировать затраты на ИТ в долгосрочной перспективе, а также обеспечит необходимую масштабируемость и безопасность данных в условиях развития цифровых сервисов Компании.

Сервисы «Магнита» первыми среди ритейлеров включены в «белый список» Минцифры России

Ключевые мобильные приложения и сервисы «Магнита» включены в «белый список» Минцифры России. Данный статус гарантирует их бесперебойную доступность для покупателей даже в периоды ограничений работы мобильного интернета. Это позволяет клиентам в любое время совершать покупки, пользоваться программой лояльности и всеми цифровыми сервисами Компании.





Информационная безопасность и защита персональных данных

Тренд на цифровизацию розничной торговли усиливает актуальность темы информационной безопасности и защиты персональных данных. Обработка персональных данных клиентов и сотрудников является неотъемлемой частью операционной деятельности Группы «Магнит». В связи с этим построение надежной системы информационной безопасности и обеспечение конфиденциальности персональных данных являются приоритетом для Компании. Для обеспечения устойчивости ключевых бизнес-систем, непрерывности работы сервисов Компании и защиты персональных данных пользователей «Магнит» на постоянной основе совершенствует систему информационной безопасности. Так, в отчетном периоде «Магнит» провел внутреннюю оценку зрелости системы управления информационной безопасностью, по результатам

которой были выделены приоритетные направления для развития и сформированы конкретные планы мероприятий на следующий год.

В 2025 г. ввиду растущих внешних киберугроз в Компании была сформирована программа непрерывности бизнеса на среднесрочную перспективу. Она включает в себя ряд ключевых мероприятий, направленных на повышение устойчивости системы информационной безопасности Компании к внешним атакам.

Для обеспечения контроля системы информационной безопасности Компания регулярно осуществляет комплексное сканирование внешнего и внутреннего периметров. Оценка рисков кибербезопасности также проводится на регулярной основе.

Ключевые направления обеспечения информационной безопасности

Развитие систем защиты информации

- Регулярная оценка уровня соответствия систем информационной безопасности внутренним стандартам и законодательству
- Поддержка и развитие физической и облачной ИТ-инфраструктуры, инвестиции в ЦОД

Обучение сотрудников в области кибербезопасности

- Обязательные курсы по работе с персональными данными и информационной безопасности для всех сотрудников
- Профильное обучение сотрудников, ответственных за обеспечение информационной безопасности Компании



Программа для поиска уязвимостей Bug Bounty

В 2025 г. после успешного завершения закрытого этапа «Магнит» сделал публичной программу Bug Bounty с целью усиления защищенности своих цифровых сервисов. Данная инициатива привлекает глобальное сообщество белых хакеров¹ к поиску сложных уязвимостей и логических ошибок, которые могут остаться незамеченными при автоматизированном сканировании ИТ-систем.

В рамках программы тестированию подвергаются ключевые клиентские и сервисные ресурсы розничной сети, включая мобильное приложение, сайт доставки, портал программы лояльности и другие цифровые сервисы.

Для повышения мотивации участников в рамках программы действует дифференцированная система вознаграждений, размер которых зависит от критичности выявленной уязвимости.

Подробнее с условиями программы можно ознакомиться [на сайте](#).

Обработка персональных данных в Компании осуществляется в строгом соответствии с требованиями Федерального закона № 152 «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ и других нормативных актов.

Обеспечение конфиденциальности данных в Группе «Магнит» реализуется по двум ключевым направлениям: соответствие техническим и методологическим требованиям регуляторов и обучение сотрудников в области информационной безопасности и работы с персональными данными.

Для сотрудников «Магнита» действует специализированная служба поддержки по вопросам работы с персональными данными. Любой сотрудник может направить обращение специалистам Департамента информационной безопасности для получения консультации или проведения правовой экспертизы документов и проектов, затрагивающих процессы обработки персональных данных. Кроме того, через данный канал можно сообщить о подозрении или выявленном факте неправомерной передачи либо утечки персональных данных.

В результате эффективной работы системы информационной безопасности в 2025 г. случаев утечки персональных данных клиентов и сотрудников «Магнита» зафиксировано не было.

¹ Белый хакер – специалист по информационной безопасности, который легально исследует ИТ-системы на уязвимости с целью выявить и устранить бреши до того, как их смогут использовать злоумышленники.