

КАК СТАТЬ ПОСТАВЩИКОМ «МАГНИТ»





Наши конкурентные преимущества

- ✓ Мультиформатная модель
- ✓ Широкое присутствие в регионах и лучшее предложение ассортимента от местных производителей
- ✓ Собственное производство и частная марка
- ✓ Устойчивое развитие



Ритейлер № 1 в России

по количеству магазинов с уникальной инфраструктурой



26 731

Магазинов
всего



9 258

Торговая площадь
тыс. кв. м



45

РЦ



5 412

Грузовиков



Стабильный рост выручки

существенная доля на рынке,
сильная рентабельность по EBITDA*
и низкая долговая нагрузка

38,7%

Рост выручки
за 2 кв. 2022 года,
год к году

11,5%

Доля на
продовольственном
розничном рынке
России за 2021 год

6,9%

EBITDA маржа
за 1 кв. 2022 года

1,6

Чистый долг /
EBITDA,
По состоянию на
31.03.2022 г.



Магазины «у дома»

Небольшие торговые точки вблизи жилых домов или в самих ЖК для повседневных покупок, основной ассортимент — продукты питания

Площадь: 200-500 кв.м.

Ассортимент, SKU: ~5300



Большие форматы («Семейный», «Опт»)

Магазины для ежедневных и более крупных покупок, расположенные в спальных и деловых районах, торговых центрах

Площадь: 700-2350 кв.м.

Ассортимент, SKU: ~14700



Косметик

Товары для здоровья и красоты в шаговой доступности

Площадь: 130-350 кв.м.

Ассортимент, SKU: ~7400



Аптека

Лекарства и товары для здоровья по доступным ценам в удобном месте

Площадь: 20-90 кв.м.

Ассортимент, SKU: ~5000



Магнит Сити

Небольшие магазины с ассортиментом готовой продукции, базовых продовольственных и непродовольственных товаров в местах с высоким трафиком. Есть зона кафе с зарядкой для телефона и Wi-Fi

Площадь и расположение

100–160 кв. м

Расположены в местах с высоким трафиком – рядом с офисами, университетами и зданиями различных предприятий

Ассортимент, SKU*

3 200

Отличительные особенности

- Выпечка (приготовленная в магазине)
- Готовая к употреблению продукция (сэндвичи, кофе, напитки и т.д.)
- Мытые и готовые к употреблению фрукты
- Молочные продукты
- Мороженое
- Вино



Дискаунтеры

Самый востребованный у покупателей ассортимент с фокусом на собственные торговые марки и низкие цены

150-250 кв. м

Расположены преимущественно в спальных районах

~2 000

- Всегда низкие цены для покупателей
- Самые востребованные товары преимущественно первого ценового сегмента
- Фокус на собственные торговые марки



Magnit GO

Киоск, предлагающий еду и другие товары навынос в локациях высоким трафиком

15–50 кв. м

Расположены в местах с высоким трафиком – офисы, транспортные узлы, пешеходные улицы, парки, спортивные объекты, учебные заведения

300

- Готовые к употреблению блюда
- Снеки
- Напитки
- Мороженое
- Кондитерские изделия

9 регионов присутствия
7 распределительных центров



Ханты-Мансийский автономный округ

>400 торговых точек

Первый магазин
в г. Сургуте



2010 г.

Количество
сотрудников



6481

Распределительный центр
в Сургуте



В Уральском округе категорийный менеджмент организован в 4 группы

1

Свежие продовольственные товары

- Яичные товары
- Детское питание
- Молочная продукция
- Сыры
- Майонез

2

Ультрасвежие продовольственные товары

- Мясная гастрономия
- Замороженная продукция
- Хлеб и хлебобулочные изделия
- Кулинария
- Мясо
- Птица
- Рыба и рыбная гастрономия

3

Фрукты и овощи

- Бананы, косточковые плоды
- Цитрусовые, семечковые плоды
- Корнеплоды, зелень
- Тепличные овощи
- Экзотические овощи и фрукты

4

Бакалея и напитки

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| ▪ Безалкогольные напитки | ▪ Снэки |
| ▪ Слабоалкогольные напитки | ▪ Макароны изделия |
| ▪ Вино | ▪ Растительные масла |
| ▪ Крепкий алкоголь | ▪ Консервированные продукты |
| ▪ Табак | ▪ Корма для животных |
| ▪ Крупы | ▪ Специальное питание |
| ▪ Бобовые | ▪ Кондитерские изделия |
| ▪ Какао | ▪ Чай |
| ▪ Соусы | ▪ Кофе |
| | ▪ Пряности |

Головная компания

Косметика и бытовая химия

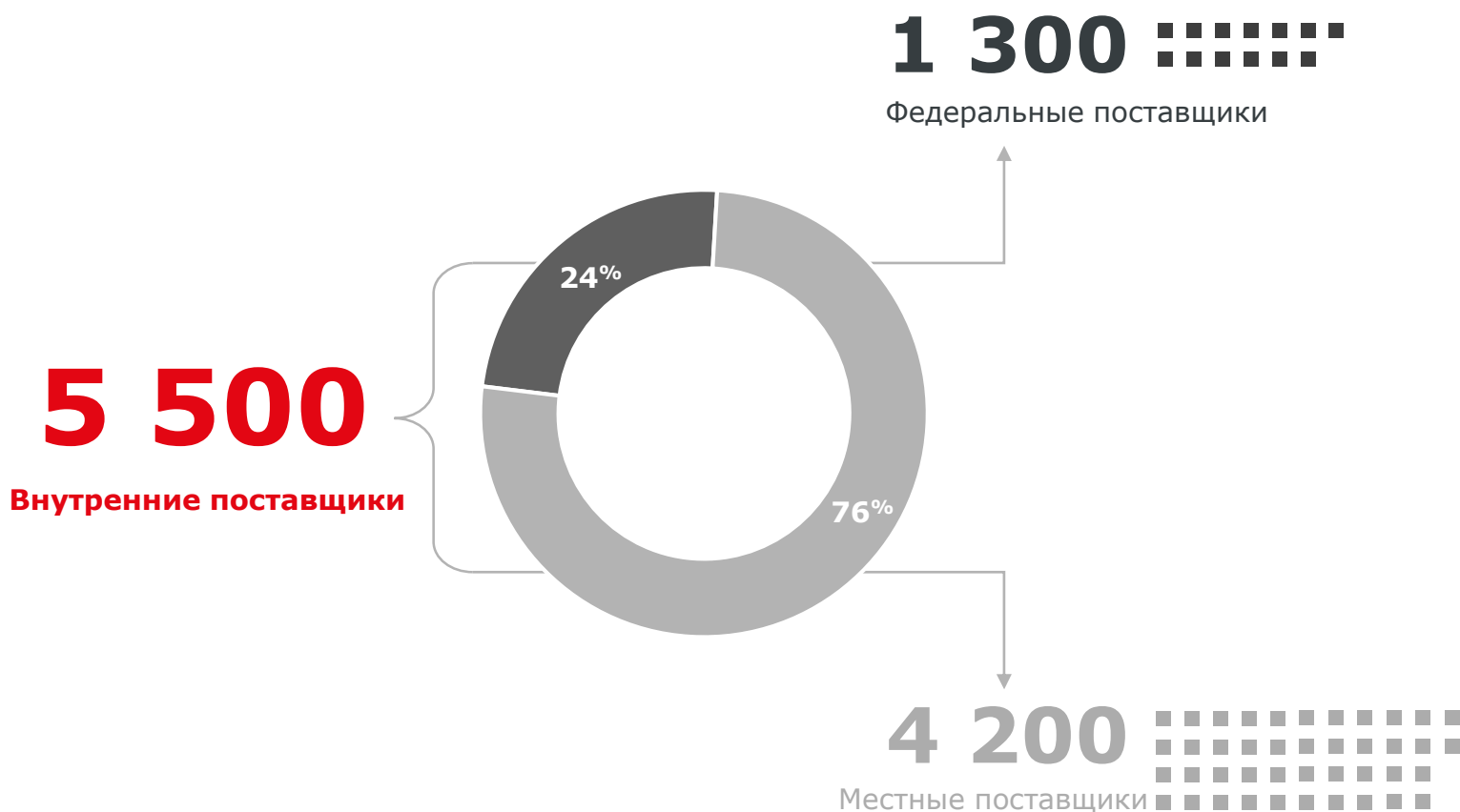
- Бытовая химия
- Изделия медицинского назначения
- Парфюмерия и декоративная косметика
- Специальное питание
- Уход и гигиена

Непродовольственные товары

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| ▪ Товары для дома | ▪ Элементы питания |
| ▪ Посуда | ▪ Товары для пикника |
| ▪ Игрушки | ▪ Автотовары |
| ▪ Пакеты | ▪ Бытовая техника |
| ▪ Канцелярия | ▪ Книги |
| ▪ Периодика | ▪ Электрика |
| ▪ Домашний текстиль | ▪ Товары для новорожденных |
| ▪ Товары для животных | |

Взаимодействие с поставщиками





Ханты-Мансийский автономный округ

Доля в общем ассортименте

80,7% Хлеб и хлебобулочные изделия

14,3% Картофель

Продукция локальных производителей и фермеров в сети «Магнит» не первый год **выделяется специальными знаками и надписями**

В 2021 году число партнеров-фермеров сети выросло в 2,5 раза.



1

Для фермеров в компании действует **упрощенный стандартный договор** с максимально коротким — до 5 дней — сроком оплаты поставки товара

2

Для фермеров действуют **сниженные требования по уровню исполнения обязательств** по договору и предусмотрены другие **послабления**

3

Критерии для фермеров – партнеров «Магнита»: доход — не более 200 млн руб. в год, производство и переработка конкретных видов сельскохозяйственной продукции: молока, мяса, яиц, рыбы; список категорий расширяется

Фермерский дворик

- ❑ Ввод продукции в регулярный ассортимент сети с ее специальным визуальным выделением, продажа через кассу сети
- ❑ Привлечение дополнительного трафика
- ❑ Ассортимент **32-64 SKU** в зависимости от кластера магазина (Йогурты, кефир, ряженка, сметана, творог, масло, молоко (в т.ч. топленое и козье), сливки, мягкие сыры, рассольные сыры, твердые сыры, яйцо)
- ❑ Размещение – **торец** либо вертикальный блок в горке.

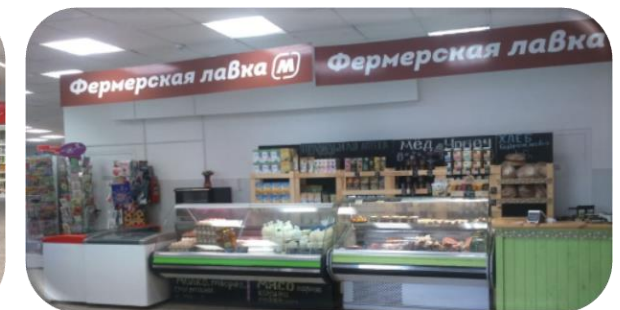


Фермерская лавка

- ❑ Лавка **площадью 12-17 кв. м** размещается за пределами торгового зала
- ❑ Привлечение дополнительного трафика, получение консультационной поддержки

Условия работы:

- ❑ Предоставление торгового места для размещения на условиях аренды
- ❑ Своя касса, оборудование, персонал, логистика
- ❑ Ассортимент должен быть согласован с сетью
- ❑ Самостоятельный контроль качества, выкладки продукции



srm.tander.ru



СИСТЕМА
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
С ПАРТНЁРАМИ

8 (800) 200-90-02

help_srm@magnit.ru

[Вход в личный кабинет](#)



Логин

Пароль

[Восстановление пароля](#)

[Регистрация](#)

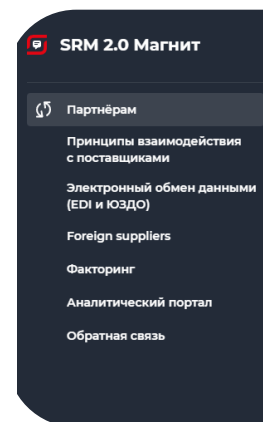


В фундаменте отношений со всеми партнерами — Кодекс добросовестных практик («Кодекс»), который включает принципы взаимного уважения и добросовестного поведения участников рынка.

Коммерческое предложение ОБЯЗАТЕЛЬНО должно включать

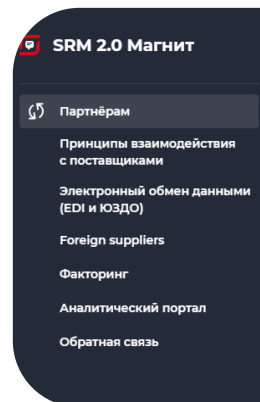
- ❑ Официальное письмо в адрес «Магнита»
- ❑ Документы, подтверждающие качество продукции
- ❑ Информацию о представленности продукции на рынке
- ❑ Рейтинги продаж продукции
- ❑ Возможную географию поставок
- ❑ Прайс-листы продукции
- ❑ Наглядные материалы, демонстрирующие внешний вид продукта, в том числе упаковку

Вся необходимая информация есть на портале для поставщиков



Инструкции и регламенты

1. Подавать коммерческие предложения, а также принимать участие в сборе коммерческих предложений возможно посредством Системы взаимодействия с внешними партнерами.
2. Добавление адресов партнеров в «белый список»
3. Требования к документации, подтверждающей качество и безопасность товарных позиций
4. Типовые формы договора поставки и договора на производство продукции под товарным знаком заказчика
5. Уведомление о переходе на применение Универсального передаточного документа (УПД)



4.6 Типовой договор на поставку товара с EDI. Фермеры

Типовой договор на поставку товара с EDI. Фермеры *

Приложение 1. К Типовому договору на поставку товара с EDI. Фермеры. Протокол согласования ассортимента и цены товара

Приложение 2. К Типовому договору на поставку товара с EDI. Фермеры. Организация электронного обмена документами

Приложение 3. К Типовому договору на поставку товара с EDI. Фермеры. Уведомление об изменении цены

Приложение 4. К Типовому договору на поставку товара с EDI. Фермеры. Особые требования покупателя

Приложение 5. К Типовому договору на поставку товара с EDI. Фермеры. Санкции

Приложение 6. К Типовому договору на поставку товара с EDI. Фермеры. Карточка поставщика (Excel)

Этапы заключения договора



1 Размещение коммерческого предложения на портале SRM
<https://srm.tander.ru/>



- официальное письмо
- представленность по регионам
- доля поставщика на рынке
- рейтинги продаж продукции

- география поставок
- прайс-листы
- наглядные материалы

2 Изучение КП сотрудниками Магнит до 45 рабочих дней



Преимущества:

- собственное производство и склад
- постоянный товарный запас
- EDI
- транспортно-логистическая инфраструктура
- практики устойчивого развития

Возможные причины отказа:

- наполненность ассортиментной матрицы Магнит
- несоответствие КП условиям отбора
- недостоверная информация

3 Предоставление образцов (по запросу)

4 Анализ образцов и КП в целом по соотношению «цена-качество» до 3 месяцев



КП отвечает требованиям «Магнит»

КП отклонено

↓
Требуется доработка КП

5 Заключение договора



На этапе переговоров

- ❑ Продукция проверяется на соответствие качеству требованиям сети и нормативно-правовым актам РФ
- ❑ Осуществляется проверка качества упаковки и наличие на ней всей необходимой информации
- ❑ Проводится проверка наличия документов, разрешающих производство и/или продажу, дистрибуцию товара

При заключении договора и поставках в сеть

- ❑ Аудит производственных площадок
- ❑ Регулярно проверяется качество товара (срок годности, характеристики, товарный вид) непосредственно в магазинах

Доп. инструменты контроля качества

- ❑ Дегустационная экспертиза
- ❑ Лабораторные исследования товаров
- ❑ Анализ обратной связи покупателей, поступающей на горячую линию
- ❑ Оценка качественных характеристик товара на этапе входа продукции на РЦ



Маркетинг и рекламные возможности

- ❑ Indoor / Outdoor
- ❑ Акции лояльности
- ❑ Медиа
- ❑ Социальные сети
- ❑ Digital — возможности



Аналитический портал для поставщиков

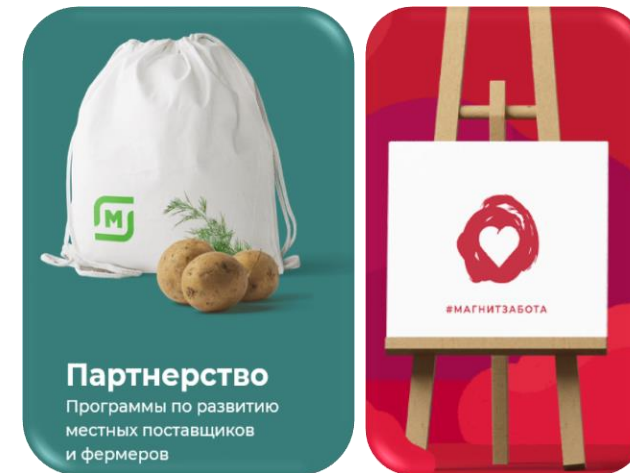
RetailService.Magnit

Единое информационно-аналитическое пространство для совместного и прозрачного взаимодействия Поставщика и сети



Устойчивое развитие

- ❑ Совместные проекты по производству эко-товаров и использования эко-упаковки (в том числе по товарам STM)
- ❑ Реализация совместных социальных и благотворительных проектов



Этапы

1. Поставщик обращается с запросом об участии в СТМ к ДКМ Округа
2. Выявление потребности поставщика, передача контакта в Департамент СТМ
3. Менеджер Департамента СТМ определяет возможности партнера, готовность к работе на условиях сети и сообщает дальнейшие шаги



Коммерческие требования

- ❑ Закупка и хранение упаковочных материалов и уникальных ингредиентов для обеспечения 3-х месячного запаса продаж
- ❑ Возможность увеличить отгрузки в 2 и более раз (должны быть свободные производственные мощности под увеличение спроса)
- ❑ Готовность поставщика к работе с отсрочкой платежа
- ❑ Готовность осуществлять доставку готовой продукции до РЦ сети
- ❑ Отсутствие минимальной партии при доставке

Директор департамента по категорийному менеджменту Уральского округа

Аветян Кристина
mobile: +7 926 138 13 23
e-mail: avetyan_ka@magnit.ru

Руководитель категории «Ультрасвежие товары»

Кадырова Алла
mobile: +7 922 212 58 73
e-mail: kadyrova_a_a@magnit.ru

Руководитель категории «Свежие товары»

Макатерская Елена
mobile: +7 918 430 71 98
e-mail: makaterskaya_ea@magnit.ru

Руководитель категории «Бакалея» и «Напитки»

Коротенко Наталья
mobile: +7 903 072 57 71
e-mail: korotenko_ns@magnit.ru

Руководитель Категории «Фрукты и овощи»

Бородина Екатерина
mobile: +7 913 065 46 42
e-mail: borodina_e_a@magnit.ru

Спасибо за внимание!

