



Ритейл со смыслом

ОТЧЕТ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПАО «МАГНИТ»
ЗА 2019 ГОД



Добро пожаловать в «Магнит»



Наша главная цель – делать жизнь миллионов людей лучше, обеспечивая их полезными, питательными и доступными продуктами. Мы стремимся к совершенству в работе и поддерживаем исключительно высокое качество обслуживания наших покупателей. «Магнит» придерживается долгосрочного подхода к инвестициям и стремится к увеличению акционерной стоимости путем принятия обоснованных и ответственных коммерческих и бизнес-решений, которые обеспечивают устойчивый рост прибыли и дивидендов.

СОДЕРЖАНИЕ

2	Обращение Председателя Совета директоров	46	Ответственная цепочка поставок
4	Обращение Генерального директора и Президента	48	Ответственное производство и сельское хозяйство
8	Глава 1. О Компании	52	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды
10	Коротко о «Магните»	54	Обучение и развитие персонала
12	Что делает нас особенными	58	Система мотивации и социальной поддержки
20	Ключевые сегменты бизнеса и масштаб Компании	62	Охрана труда и производственная безопасность
22	Наш подход к устойчивому развитию	64	Глава 5. Вклад в качество жизни сообществ
24	Стратегия устойчивого развития	64	Вклад в развитие местных сообществ
28	Управление вопросами устойчивого развития	66	Сбалансированное питание и здоровый образ жизни сотрудников и покупателей
29	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	68	Ответственный маркетинг
32	Соблюдение деловой этики и прав человека	70	Глава 6. Об отчете
33	Корпоративное управление	76	Приложения
34	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду	76	Приложение 1. Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards
36	Парниковые газы	87	Приложение 2. Рабочая группа по вопросам раскрытия финансовой информации, связанной с изменением климата
38	Отходы	88	Приложение 3. Документы в области устойчивого развития и корпоративного управления
40	Использование ресурсов	89	Контактная информация
43	Зеленый офис		
44	Глава 3. Ответственные источники продукции		
44	Качество и безопасность продукции		

Обращение Председателя Совета директоров

Уважаемый читатель!

Наше общество сталкивается со многими экономическими, социальными и экологическими проблемами. Наилучший способ их решить – работать ответственно и руководствоваться принципами устойчивого развития. Это не только поможет улучшить результаты нашей хозяйственной деятельности, но и будет выгодно всем заинтересованным сторонам.

Общество хочет, чтобы компании приносили пользу, сотрудники хотят работать в компании, в которую они верят, покупатели хотят доверять компаниям, чьи продукты они потребляют, а инвесторы считают, что ответственные компании обеспечивают более высокую доходность. Мы согласны с тем, что высокая корпоративная социальная ответственность важна для общества и всех заинтересованных сторон, – я и другие члены совета директоров считаем, что она является важнейшей составляющей построения успешного бизнеса.

Мы всегда старались работать как ответственная компания, вести свою деятельность в соответствии с принципами устойчивого развития. Чтобы оптимизировать и систематизировать свой подход к достижению показателей, ожидаемых от компании такого размера и влияния в обществе, в 2019 году мы приступили к разработке комплексной стратегии устойчивого развития, которая позволит нам добиться улучшений в этой области и более эффективно развивать бизнес в соответствии с лучшими отраслевыми стандартами.

В основе нашей новой стратегии лежат 10 принципов Глобального договора ООН и 17 Целей устойчивого развития. При ее создании мы также учитывали ожидания заинтересованных сторон, которые подробно изучили в 2019 году.

Мы определили 5 ключевых задач, которые будут определять нашу работу, цели и обязательства:

1. Мы хотим быть отраслевым лидером в области снижения воздействия на окружающую среду;
2. Мы хотим менять к лучшему качество жизни всех россиян;
3. Мы хотим быть работодателем номер 1 в отрасли;
4. Мы стремимся к ответственной на 100% цепочке поставок;
5. Мы хотим быть отраслевым лидером в области корпоративного управления.

Мы разработали и сейчас готовим к внедрению новые политики и инструкции, которые определяют наш подход к устойчивому развитию и регулируют процедуры взаимодействия «Магнита» с заинтересованными сторонами в рамках различных предметных областей. Новые документы включают политику по предотвращению изменения климата и политики в области обращения с отходами упаковки, использования упаковки собственного производства, обеспечения качества и продовольственной безопасности, а также создания ответственной цепочки поставок. Сотрудники являются важнейшей группой заинтересованных сторон.



Ввиду этого мы разработали развернутую политику в области прав человека, охватывающую целый ряд важных вопросов: многообразие, дискриминация, принудительный или детский труд, домогательство, профсоюзы, рабочее время, заработная плата, охрана труда и безопасность. В целях развития отношений с покупателями и местными сообществами мы разработали новые политики в области благотворительности, спонсорства, волонтерства, а также охраны здоровья и благополучия.

Задачи, которые мы поставили перед собой исходя из этих принципов и политик, крайне амбициозны, но мы вместе с нашими партнерами и заинтересованными сторонами приложим максимум усилий, чтобы добиться их выполнения. Мы будем ежегодно отчитываться о достигнутом нами прогрессе посредством нашего отчета об устойчивом развитии, с первым из которых вы сейчас и можете ознакомиться. Я надеюсь, что вы найдете его информативным и полезным.

Чарльз Райан

Председатель Совета директоров

Обращение Генерального директора и Президента

Уважаемый читатель!

Это наш первый отчет об устойчивом развитии, и мы публикуем его в дополнение к нашему традиционному годовому отчету. Этот и последующие отчеты об устойчивом развитии призваны донести все важные нефинансовые результаты прошедшего года, рассказать о выполнении целевых показателей и дальнейших мерах, которые мы намереваемся принять для выполнения обязательств, заявленных нами в нашей стратегии устойчивого развития.

Мы поставили перед собой амбициозную цель внедрить принципы устойчивого развития в каждую сферу нашего бизнеса и каждый бизнес-процесс, чтобы они мотивировали наших сотрудников и вдохновляли наших покупателей, помогали нам повышать качество жизни населения в регионах, где мы работаем, и стать примером для всей отрасли.

По итогам развернутого сравнительного анализа, а также оценки на предмет определения сфер, в которых наш вклад может оказаться наиболее значимым, мы определили пять приоритетных областей нашей работы, каждая из которых включает несколько направлений и обязательств, которые мы возьмем на себя для достижения к 2025 году. Вот эти пять областей.

Окружающая среда: сокращение выбросов CO₂, отходов упаковки, пищевых отходов, а также потребления электроэнергии и воды. Довольно активная работа по сокращению выбросов CO₂ и потребления электроэнергии и воды, которая ведется нами уже несколько лет, будет продолжена в полном объеме, но теперь дополнительное внимание будет уделяться инициативам в области обращения с отходами упаковки и пищевыми отходами.

Ответственные закупки: продукты и сырье от ответственных поставщиков, лидерство в закупках у местных поставщиков, продовольственная и непродовольственная безопасность, ответственное собственное производство и сельское хозяйство, а также ответственно произведенная сторонними поставщиками продукция под нашей торговой маркой.

Сотрудники: основными задачами в этой области являются создание справедливых, безопасных и выгодных условий для каждого из 308 432 сотрудников, а также активное развитие и управление нашим персоналом.



Я хочу, чтобы принципы устойчивого развития стали частью ДНК нашего бизнеса, чтобы они мотивировали и вдохновляли каждого нашего сотрудника. Сейчас для этого есть прекрасная возможность, поскольку мы трансформируем наш бизнес в современный ритейл, с уверенностью смотрящий в будущее», – отмечает Ян Дюннинг, Генеральный директор и Президент компании «Магнит».

Обращение Генерального директора и Президента

(продолжение)

Население: основное внимание в ближайшей перспективе будет уделяться корпоративному волонтерству и помощи в чрезвычайных ситуациях. Другие направления включают повышение качества жизни местного населения и благотворительность.

Здоровье и благополучие: продвижение здорового образа жизни (питание и спорт) является основной задачей в рамках данной области деятельности и включает предоставление продуктов и услуг, положительно влияющих на здоровье.

ПАРТНЕРСТВА

Устойчивое развитие, особенно с учетом тех амбициозных целей, которые мы перед собой поставили, – это многогранная задача, которую ни одна компания и ни один человек не смогут решить в одиночку. Поэтому мы заинтересованы в создании обширной сети партнеров из всех групп заинтересованных сторон. Поскольку предстоит еще много сделать в части законодательства и инфраструктуры, необходимых для продвижения принципов устойчивого развития в России, мы хотим наладить тесное взаимодействие в этой сфере с различными федеральными, региональными и муниципальными органами власти. Мы уже запустили с нашими крупнейшими поставщиками несколько партнерских проектов в области сбора пластиковых отходов и батареек и хотели бы распространить работу в рамках этих и других

партнерств на сферу обращения с пищевыми отходами и здорового питания.

Мы начали активно сотрудничать с различными международными отраслевыми ассоциациями и организациями из разных стран в рамках различных глобальных инициатив в области устойчивого развития, таких как форум участников рынка потребительских товаров и Глобальный договор ООН.

УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ В «МАГНИТЕ»

Надзор за деятельностью в области устойчивого развития осуществляет совет директоров, отчеты о ней регулярно предоставляются комитету по стратегии и рынкам капитала.

В целях общей координации работы в области устойчивого развития в Компании мы создали комитет по устойчивому развитию, который возглавляю лично я и в котором представлены все ключевые направления нашего бизнеса. Этот комитет будет координировать всю деятельность «Магнита» в области устойчивого развития, включая взаимодействие с заинтересованными сторонами, а также давать стратегические рекомендации по повышению долгосрочной устойчивости бизнеса в ответ на социальные, экологические, ресурсные и энергетические вызовы. Комитет отчетывается непосредственно перед советом директоров.

Мы также создали управление по устойчивому развитию, которое отвечает за текущую деятельность в этой сфере.

Под руководством комитета, генерального директора и экспертной поддержке управления по устойчивому развитию функционирует 18 рабочих групп, которые занимаются повышением устойчивости нашей бизнес-модели во всех сферах деятельности, в том числе в сфере розничной торговли, производства, снабжения и логистики, а также координацией нашей работы по всем направлениям в рамках пяти основных областей.

В прошлом году, когда мы решили разработать новую стратегию устойчивого развития, наша цель заключалась не в том, чтобы просто поставить галочку напротив очередного проекта, а в том, чтобы интегрировать философию и принципы устойчивого развития в бизнес-процессы Компании и сознание наших сотрудников. Перед нами длинный и сложный путь, и я очень рад, что мои коллеги с таким энтузиазмом приняли за реализацию принципов устойчивого развития на всех уровнях организации. Теперь я уверен в том, что мы выбрали правильный путь и что нам удастся достичь поставленных целей и выполнить взятые обязательства.

В момент, когда пишется это обращение, мы находимся в эпицентре беспрецедентного кризиса, вызванного пандемией COVID – 19. Этот кризис не только влияет на ситуацию в сфере здравоохранения, но и наверняка будет иметь финансовые и социальные последствия в долгосрочной перспективе. Мы встретили этот вызов как одна команда и пытаемся делать все возможное, чтобы наши цепочки поставок функционировали без сбоев, чтобы полки наших магазинов регулярно заполнялись товарами и, самое главное, чтобы наши клиенты и сотрудники чувствовали себя в безопасности. Мы также приступили к реализации ряда проектов для решения острых социальных проблем, информацию об этом вы можете найти на нашем сайте.

Ян Дюннинг
Генеральный директор
и Президент компании «Магнит»

О Компании

«Магнит» – уникальная компания на российском рынке розничной торговли. Мы работаем в рамках мультиформатной модели, включающей магазины у дома, супермаркеты, форматы «Магнит Косметик» и «Магнит Аптека». Будучи единственным ритейлером с вертикальной интеграцией, «Магнит» управляет 15 промышленными и сельскохозяйственными комплексами в различных регионах России. Такие производственные мощности дают нам возможность поставлять высококачественную продукцию для наших собственных торговых марок, а также предлагать экологически чистую продукцию местного производства. Наши теплицы, в том числе комплекс по выращиванию грибов, – одни из крупнейших в Восточной Европе.

Кроме того, «Магнит» является одним из ведущих логистических операторов в стране. Логистическая инфраструктура Компании включает 38 собственных распределительных центров по всей России и 5 656 единиц грузового транспорта, что делает наш автопарк одним из крупнейших в Европе.

Компания «Магнит» была основана на юге России, в Краснодаре, в 1994 г. За 25 лет мы прошли путь от небольшой региональной частной компании до одного из крупнейших продуктовых ритейлеров в России, обслуживающего около 13 млн покупателей ежедневно. В 2006 г. «Магнит» провел первичное размещение акций. В настоящее время акции Компании котируются на Московской и Лондонской биржах (MGNT). По данным аудированной МСФО отчетности за 2019 г. чистая выручка «Магнита» составила 1 368,7 млрд руб., а показатель EBITDA (МСБУ 17) составил 83,1 млрд руб.

Агентство Standard & Poor's присвоило «Магниту» кредитный рейтинг уровня «BB», прогноз стабильный.

«Магнит» – ведущая розничная сеть России. Компании принадлежит 20 725 магазинов в 3 742 населенных пунктах по всей стране. Численность сотрудников составляет более 300 тыс. человек. Благодаря масштабу нашей деятельности мы стали крупнейшей розничной сетью в России.



Магазин номер один для каждой российской семьи



1.

С заботой о покупателе

Мы выстраиваем долгосрочные отношения с покупателями. Наши сотрудники понимают покупателей, так как сами совершают покупки в магазинах «Магнит»

2.

Вместе сильнее

Мы достигаем целей совместными усилиями, учитывая мнение наших сотрудников

3.

Достигаем намеченных целей

Мы всегда стремимся достичь целей максимально эффективным способом

4.

Берем на себя ответственность

Мы понимаем наши ценности и несем ответственность за свои решения

НАША МИССИЯ И ЦЕННОСТИ

Наши ценности – основа нашей миссии: мы стремимся стать магазином номером один для каждой российской семьи.

Коротко о «Магните»

Ведущий продуктовый ритейлер

в России по числу магазинов и географическому охвату

Крупнейший импортер продовольственных товаров

в России

Мультиформатная сеть розничных магазинов

с уникальной кросс-форматной программой лояльности

Единственный ритейлер с вертикальной интеграцией,

управляющий 15 сельскохозяйственными и продовольственными объектами по всей России

Группа компаний «Магнит»³ (далее также – «Магнит», «Компания») является одной из крупнейших розничных сетей в стране. Амбиция Компании – стать лидером устойчивого развития в российском секторе розничной торговли.

Надежный и стабильный партнер

для местных производителей и зарубежных компаний

Развитая логистическая сеть

Один из крупнейших логистических операторов в стране

Крупнейший частный работодатель

в России

Магазин номер один

для миллионов покупателей

Основные показатели

	2017	2018	2019
Количество магазинов	16 350	18 399	20 725
Количество населенных пунктов с магазинами «Магнит»	2 709	2 976	3 742
Количество чеков, млн	4 041	4 370	4 690
Численность сотрудников	276 290	295 882	308 432
Количество поставщиков	5 900	5 900	6 021
Выручка, млрд руб.	1 143	1 237	1 369
Рост выручки, %	6,4	8,2	10,6
Валовая прибыль, %	25,3	23,9	22,8
Скорректированная рентабельность по EBITDA (МСБУ 17) ¹ , %	8,0	7,2	6,8
Рентабельность чистой прибыли (МСБУ 17), %	3,1	2,7	1,3
Капитальные затраты (CAPEX) (МСБУ 17), млрд руб.	75	54	59
Чистый долг / EBITDA (МСБУ 17)	1,2	1,5	2,1
Общая сумма объявленных дивидендов, млрд руб.	24,7	31,0	15,0 ²

Основные подразделения Компании

В Группу компаний «Магнит» входят в общей сложности 43 компании. В том числе ПАО «Магнит» и его дочерние предприятия:

- ООО «Алкотрейдинг»
- АО «Тандер»
- ООО «Тандем»
- ООО «Ритейл импорт».

□ □ □ Полный список компаний Группы см. в Приложении 4 Годового отчета.



История

□ □ □ Подробную историю Компании смотрите на magnit.com/ru/about-company/history/

1994

Основана компания по продаже косметики и бытовой химии

1998

Открыт первый продуктовый магазин в Краснодаре

2001

Образован холдинг «Магнит»

2006

Проведено первичное размещение акций на РТС и Московской бирже, в результате которого привлечено около 370 млн долл. США

2008

Проведено вторичное размещение акций на Лондонской бирже, привлечено почти 500 млн долл. США

2010

Открыт первый магазин «Магнит Косметик»

2011

Освоение нового вида деятельности – выращивания овощей

2013

«Магнит» становится крупнейшим ритейлером в России

2018

В связи с изменением структуры акционеров начал работу новый Совет директоров и новый состав Правления

(1) Показатель EBITDA скорректирован на сумму ущерба от пожара на РЦ «Воронеж», расходы по изменению структуры менеджмента, распродажу товаров пассивной матрицы и расходы на оплату консультационных услуг.

(2) Сумма объявленных дивидендов по обыкновенным акциям ПАО «Магнит» по результатам 9 месяцев 2019 г.

(3) Информация в настоящем Отчете приводится с учетом периметра раскрытия информации, определенного в разделе «Границы отчета» ниже.

Что делает нас особенными

ОДИН БРЕНД – МНОЖЕСТВО ФОРМАТОВ

«Магнит» разрабатывает мультиформатную бизнес-модель, которая позволит удовлетворить основные потребности клиентов и сделать «Магнит» самой популярной розничной сетью для российских покупателей.

Все форматы работают под единым брендом, применяют единые стандарты качества и обслуживания, имеют общую программу лояльности. Такой интегрированный подход получил название «Один бренд – множество форматов». Мультиформатность позволяет нам использовать преимущества синергии и различных вариантов предложения, а также повышать уровень лояльности покупателей во всей сети магазинов «Магнит». В то же время наличие общего бренда обеспечивает нам узнаваемость среди покупателей и позволяет выделяться на фоне конкурентов. Клиентоориентированный подход лежит в основе кросс-форматных рекламных кампаний, единой программы лояльности и подхода к выбору ассортимента продукции собственных торговых марок, что стало возможно благодаря наличию высокоэффективных производственных мощностей.

МАГАЗИНЫ У ДОМА

«Магнит» у дома

Самый популярный формат: удобные магазины для ежедневных покупок с большим ассортиментом наиболее востребованных продовольственных и непродовольственных товаров по привлекательным ценам. Здесь покупатели могут быстро приобрести свежие молочные продукты, фрукты и овощи, хлеб, гастрономические товары и кондитерские изделия или бытовую химию. Магазины расположены как в крупных городах, так и в отдаленных населенных пунктах, что делает «Магнит» крупнейшей и самой доступной розничной сетью в России по географическому охвату. К магазинам у дома также относятся пилотные проекты магазинов малого формата – «Магнит Сити» и «Магнит Вечерний».

«Магнит Сити»

Компактный магазин с уютным интерьером и кафе, где посетители могут перекусить на месте или взять с собой готовые блюда, совершить другие небольшие покупки, а также зарядить смартфон или подключиться к Wi-Fi.

«Магнит Вечерний»

В магазинах этого формата представлен широкий ассортимент алкогольных и слабоалкогольных напитков, в том числе местных производителей, собственных марок и импортного производства. В магазине также представлены основные продукты питания из категорий «фреш» и «ультрафреш», закуски, кондитерские изделия и самые популярные непродовольственные товары.

14 622

количество
магазинов

4 952

торговая площадь,
тыс. кв. м

1 020,4

выручка,
млрд руб.

«МАГНИТ КОСМЕТИК»

«Магнит Косметик» относится к магазинам с непродовольственным ассортиментом. Формат запущен в 2010 г. Ассортимент магазина включает самую популярную косметику и товары для красоты и здоровья, в том числе под собственными торговыми марками, парфюмерию, средства гигиены и хозяйственные товары. Магазины расположены в районах жилой и офисной застройки, что очень удобно для ежедневных покупок.

5 630

количество
магазинов

1 302

торговая площадь,
тыс. кв. м

109,7

выручка,
млрд руб.

СУПЕРМАРКЕТЫ

Супермаркеты «Магнит Семейный»

Классические супермаркеты с более широким ассортиментом, чем в магазинах у дома, расположены в шаговой доступности в спальных районах, деловых кварталах и в торговых центрах. Формат предусматривает повышенное внимание к удобству покупателей и создание комфортной атмосферы для покупок, при этом сохраняются привлекательные цены на весь ассортимент.

Суперсторы

Компактные городские гипермаркеты – современные и высокотехнологичные магазины для всей семьи в черте города. Такие магазины имеют более широкий ассортимент, в который входят и собственные торговые марки Компании. Гипермаркеты ориентированы на продажу товаров категорий «фреш» и «ультрафреш», предоставляют различные полезные для покупателей услуги, в них обустроены специальные отделы для детей и здорового образа жизни. Гипермаркеты также оборудованы кафе и отделами кулинарии с блюдами собственного приготовления.

«Магнит Опт»

Мелкооптовый формат ориентирован на частных клиентов и небольшие предприятия, которые заинтересованы в оптовых закупках по низким ценам. Компания запустила данный формат и начала его развитие в 2017 г.

473

количество
магазинов

948

торговая площадь,
тыс. кв. м

200,1

выручка,
млрд руб.

ПРОЧИЕ ФОРМАТЫ

«Магнит Аптека»

Формат современной аптеки запущен в 2017 г. Его основные преимущества – доступные цены, понятное размещение товаров, удобные и открытые витрины. Сотрудники всегда готовы помочь покупателю с выбором необходимых товаров. Кроме фармацевтических препаратов предлагаются лечебная косметика, товары для красоты и личной гигиены, детское питание, изделия медицинского назначения. Предусмотрена привлекательная система сезонных скидок. Аптеки, как правило, расположены внутри или в непосредственной близости от магазинов у дома, супермаркетов или торговых центров, специализирующихся на продаже косметических средств.

К магазинам ультрамалого формата относятся магазины с базовым ассортиментом в отделениях «Почты России», в том числе в отдаленных населенных пунктах, где проживают менее 3 тыс. человек, а также магазины с основными продовольственными и непродовольственными товарами на автозаправочных станциях.

Покупатели являются нашим приоритетом

«Магнит» всегда стремится максимально удовлетворять потребности покупателей. Именно пожелания покупателей составляют основу стратегии Компании. Наша цель – установить новый стандарт в сфере доступного ритейла для удовлетворения повседневных нужд российских семей. Для достижения этой цели мы непрерывно повышаем качество обслуживания, уделяя особое внимание наиболее важным потребностям покупателей. Мы следим за тем, чтобы самые востребованные товары всегда были в наличии, контролируем свежесть и качество продукции, сохраняя при этом ценовое преимущество.

В 2019 г. «Магнит» запустил новую программу лояльности, разработанную с учетом лучших мировых практик по привлечению и удержанию покупателей. Основная особенность программы – мультиформатность: во всех магазинах, независимо от формата, покупатели могут получать и накапливать бонусы. Благодаря кросс-форматной программе лояльности мы можем сделать наше предложение еще более актуальным для покупателей, что дает нам весомое конкурентное преимущество и позволяет лучше понимать потребности покупателей.

В 2019 г. было выпущено 33 млн карт лояльности, 60% из них активировано. Данные карты лояльности обеспечат нам более глубокое понимание целевой аудитории и позволят адаптировать наше предложение в соответствии со спросом.

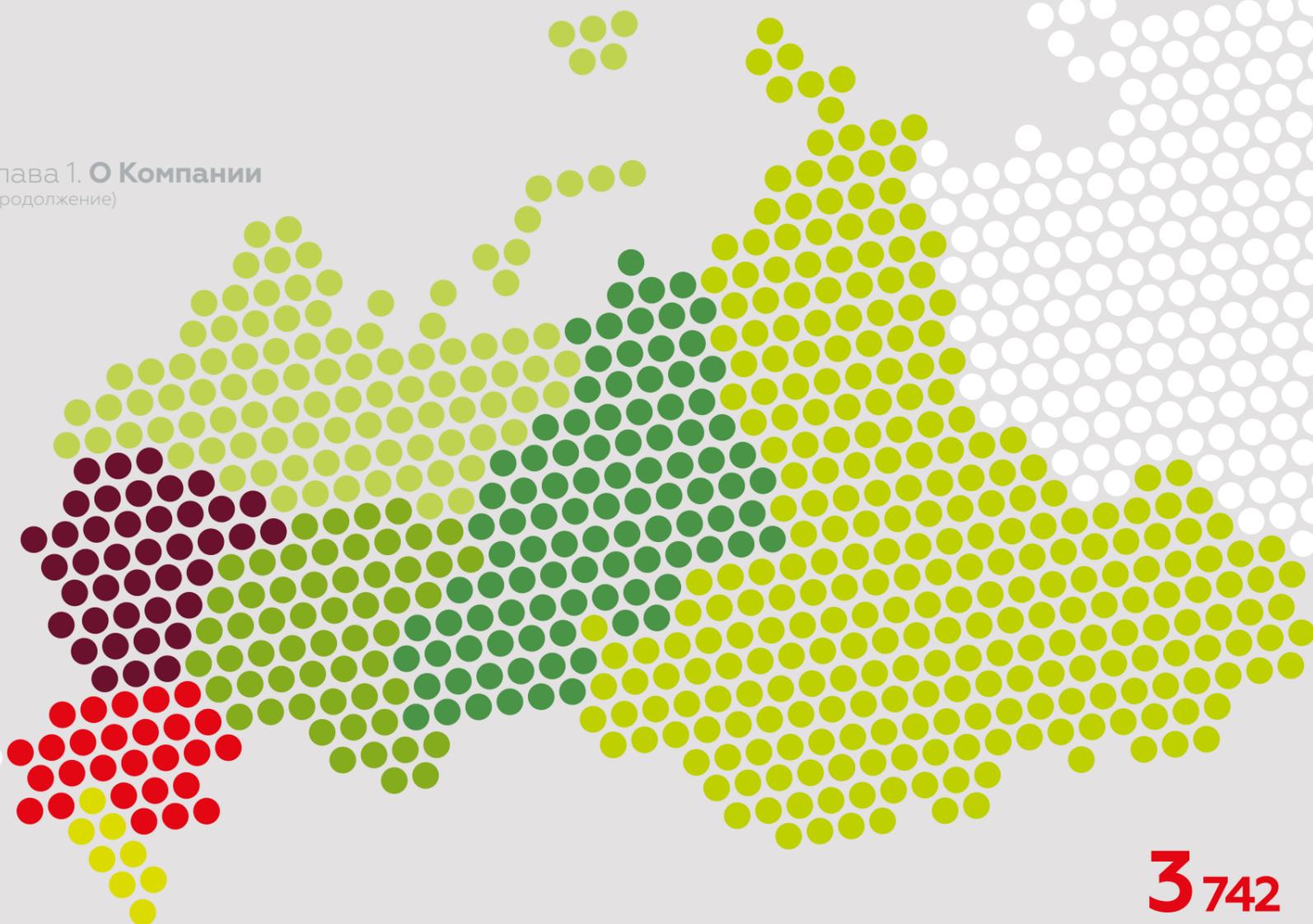
> 20 млн

активных держателей карт лояльности

58%

доля в продажах





Мы представлены ПОВСЮДУ

«Магнит» – ритейлер **номер один** в России по географическому охвату и близости к покупателям. Наши магазины работают в **3 742** городах и малых населенных пунктах Российской Федерации. Сеть магазинов охватывает огромную территорию от Брянска до Красноярска с запада на восток и от Мурманска до Владикавказа с севера на юг. Большая часть магазинов расположена в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском федеральных округах. Примерно две трети магазинов Компании расположены в городах с населением менее 500 тыс. человек. Магазины «Магнит» также представлены в поселках с населением 3 тыс. человек.

3 742
населенных пункта

7
федеральных округов

38
распределительных центров

5 656
грузовых автомобилей

	ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	ПРИВОЛЖСКИЙ	ЮЖНЫЙ	СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	УРАЛЬСКИЙ	СИБИРСКИЙ	СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	
Магазины у дома	4 238	3 968	2 130	1 566	1 442	875	403	14 622
Супермаркеты	90	126	125	35	54	24	19	473
«Магнит Косметик»	1 466	1 463	1 049	502	639	316	195	5 630
Распределительные центры	10	10	8	3	3	3	1	38

В 2019 г. мы сосредоточились на функциональных преобразованиях. Одним из наших основных приоритетов стало формирование команд в рамках категориального менеджмента. Мы провели децентрализацию организации, разделив ее на восемь мультиформатных участков, чтобы повысить скорость принятия решений и более глубоко понимать местные сообщества и покупателей. Таким образом, мы стремимся предоставить нашим покупателям лучшую продукцию местного производства. В сочетании с нашими производственными мощностями и высоким качеством собственных марок в разных ценовых сегментах это позволяет нам значительно выделиться на фоне остальных участников рынка.

«Магнит» управляет одной из крупнейших цепочек поставок в стране. Автопарк «Магнита» состоит преимущественно из большегрузных автомобилей. Мы планируем увеличить долю легких грузовых автомобилей при сохранении нынешнего общего числа транспортных средств в автопарке. Масштаб нашей деятельности делает «Магнит» одним из крупнейших работодателей России.

Мы активно внедряем программу перехода на цифровые технологии по всей цепочке поставок. Новые услуги и технологии, такие как централизованные поставки и электронные товарно-транспортные накладные, позволяют нам значительно повысить эффективность логистических операций, сократить углеродный след и обеспечить поставки еще более свежей продукции. Благодаря эффективной системе централизованных поставок «Магниту» удалось обеспечить контроль над уровнем логистических расходов.

С грядки до тарелки

Собственные производственные мощности и теплицы «Магнита» являются уникальным преимуществом Компании на российском рынке ритейла. Компании принадлежат сельскохозяйственные участки и производственные объекты на Кубани, в одном из самых плодородных регионов России.

«Магнит» – единственный ритейлер, полностью контролирующий путь продукции: с грядки на полку магазина. Мы используем это преимущество, предлагая продукцию под собственными торговыми марками. Наличие собственных производственных мощностей позволяет «Магниту» предлагать уникальную продукцию, особенно в категории «фреш».

Мы планируем уделять больше внимания продвижению продукции собственных торговых марок. Основными торговыми марками Группы компаний «Магнит» станут «Магнит», «Магнит Свежесть», «Магнит Нужные вещи» и «Магнит Здоровье». Под этими марками будут предлагаться продукты и фармацевтические товары с оптимальным соотношением цены и качества, что позволит «Магниту» выделиться среди конкурентов, повысить лояльность покупателей и увеличить средний чек. Мы пересмотрели ассортимент продукции под собственными торговыми марками, выбрав 26 наиболее популярных и узнаваемых брендов из 69 действующих СТМ. Теперь мы будем уделять основное внимание их развитию и продвижению. При этом семь собственных торговых марок будут доступны в различных категориях ассортимента.

4

сельскохозяйственных комплекса по выращиванию свежих грибов и овощей

11

производственных предприятий по изготовлению кондитерских изделий, круп, макаронных изделий, продуктов быстрого приготовления, снеков, специй и рыбы

Наши цели

20%

доля собственных торговых марок в продажах

26

собственных торговых марок – более 2 тыс. наименований



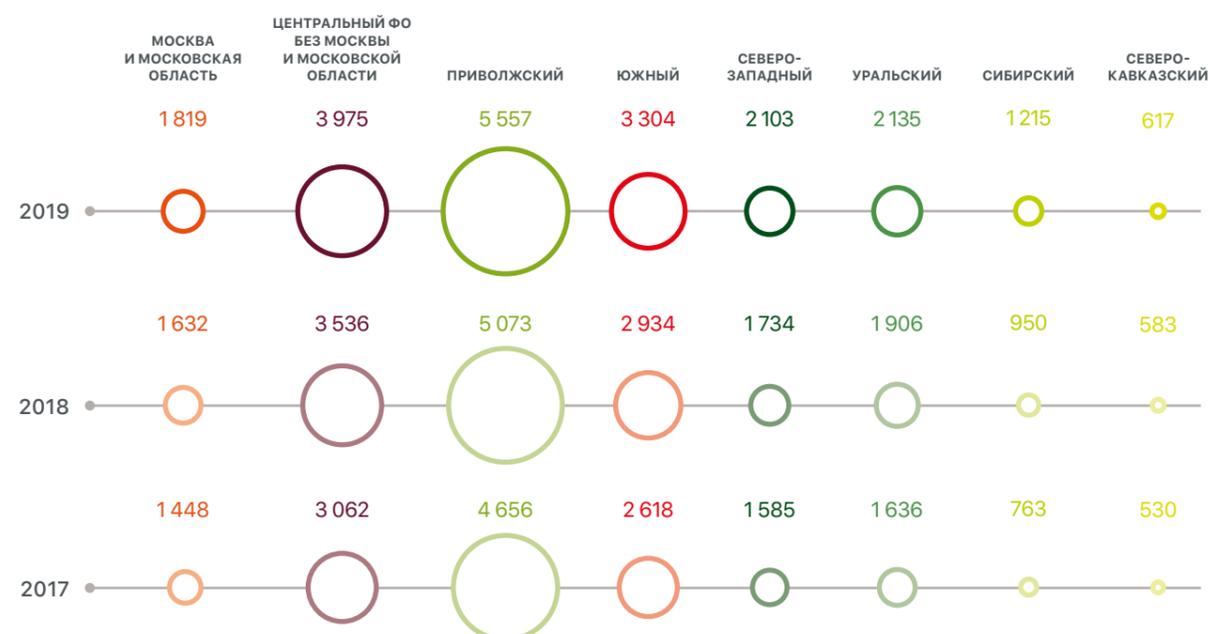
Ключевые сегменты бизнеса и масштаб Компании

«Магнит» является крупнейшим российским ритейлером по количеству магазинов и географии их размещения.

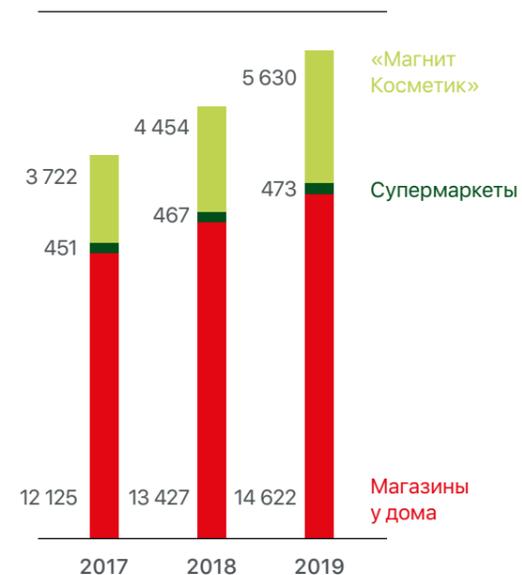
В 2019 году сеть магазинов насчитывала 20 725 торговых точек: 14 622 магазина у дома («Магнит у Дома», «Магнит Сити» и «Магнит вечерний»), 473 супермаркета (Суперстор, «Магнит Семейный» и «Магнит Оптима»), 5 630 «Магнит Косметик», а также аптеки и магазины ультрамалых форматов («Магнит» на АЗС, «Магнит Почта»). Магазины Компании расположены в 3 742 населенных пунктах России и занимают территорию страны от Брянска до Красноярска.



География присутствия магазинов сети, ед.



Число магазинов сети в разбивке по форматам, ед.



Одной из главных особенностей Магнита является наличие собственного производства и сельского хозяйства. Собственное производство Компании, насчитывает 11 действующих промышленных и 4 агропромышленных предприятия. Это помогает Компании производить около 200 тыс. т продукции в год и покрывать потребности сети в широком спектре категорий продукции. Магнит контролирует качество продукции собственных торговых марок (далее – «СТМ») «от поля до тарелки», обеспечивает бесперебойное снабжение магазинов и адаптирует ассортимент под потребности покупателей.

Помимо сети магазинов разных форматов, аптек и собственного производства Магнит развивает собственную логистическую сеть, в которую входят 38 распределительных центров и 35 автотранспортных предприятий, а также собственный автопарк, который насчитывает 5 656 автомобилей.

Бизнес модель

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

- Промышленные предприятия
- Агрокомплексы

ЛОГИСТИКА

- Распределительные центры (РЦ)
- Автопарк



РИТЕЙЛ

- | | | | |
|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------------------|
| Магазины у дома | Супермаркеты | «Магнит Косметик» | Магазины ультрамалых форматов |
| – «Магнит у дома» | – Суперстор | – «Магнит Аптека» | – «Магнит» на АЗС |
| – «Магнит Сити» | – «Магнит семейный» | – «Магнит Оптима» | – «Магнит Почта» |
| – «Магнит вечерний» | – «Магнит Оптима» | | |

Наш подход к устойчивому развитию

«Магнит» в своей деятельности стремится не только продавать товары, но и положительно влиять на качество жизни людей по всей России. Каждый день мы принимаем большое количество покупателей и понимаем, что можем стать важным связующим звеном в их жизни, сделать их жизнь лучше и проще. Для этого мы поставили перед собой такие цели: стать лидером по сокращению воздействия на окружающую среду, стать лучшим работодателем в российском ритейле, быть отраслевым лидером в области корпоративного управления, а также создать 100% устойчивую цепочку поставок.

В ведении бизнеса мы опираемся не только на операционные результаты, но и на ценности нашей Компании: этическое ведение бизнеса, рациональное использование природных ресурсов, разнообразие и инклюзивность, соблюдение прав человека, устойчивое партнерство и ответственный маркетинг.

Мы учитываем, что инвесторы все больше учитывают социальные и экологические факторы в принятии решений, а клиенты стремятся делать осознанный выбор. Также ужесточается экологическое законодательство: все больше стран стремится сократить объем образующих отходов потребления, особенно пластиковых отходов, развивается регулирование выбросов парниковых газов. В долгосрочной перспективе успешно вести бизнес смогут только компании, интегрирующие устойчивое развитие в свою операционную деятельность уже сегодня.

В начале пути фокус «Магнита» был направлен на получение выручки, Компания стремилась продать как можно больше товаров по доступной цене. Сегодня для успешного развития бизнеса такого подхода уже недостаточно. Во главе угла «Магнит» ставит клиентов, чьи предпочтения сильно изменились за последние десятилетия. Задача «Магнита» – стать лицом ответственного потребления и экологичного образа жизни в России. Мы стремимся удовлетворять меняющиеся запросы покупателей и предлагаем продукты, позволяющие вести сбалансированный образ жизни, делать осознанный выбор, предоставляем необходимую информацию о свойствах товаров с помощью мобильного приложения и информации на полках. В условиях изменяющихся предпочтений нового поколения покупателей критерием выбора является не только цена и качество продукта, но и его экологический след, а также соблюдение этических стандартов при производстве.

Мы хотим вдохновлять наших покупателей делать вклад в сохранение нашей планеты, продвигать наши ценности во все уголки страны. Мы реализуем совместные проекты с партнерами по бизнесу и поддерживаем местных поставщиков, так как наибольших результатов можно достичь только работая сообща. Мы хотим, чтобы сотрудники развивались вместе с нами, гордились работой в «Магните» и с нашей поддержкой вели активный и сбалансированный образ жизни, получая при этом достойное вознаграждение.

В 2019 году «Магнит» разработал стратегию в области устойчивого развития, которая поможет нам не отставать от мировых лидеров сектора, соответствовать ожиданиям инвесторов, участвовать в мировой повестке. Мы проделали путь от обычных магазинов возле дома до одного из крупнейших ритейлеров и производителей продуктов питания в стране и готовы ступить на новую ступень развития бизнеса – стать лидером в отрасли в области устойчивого развития.



Стратегия устойчивого развития

Российский ритейлер №1 в области устойчивого развития

Наши амбиции

1. Стать лидером по снижению воздействия на окружающую среду в российском секторе розничной торговли
2. Создать полностью ответственную цепочку поставок
3. Стать работодателем №1 в российском секторе розничной торговли
4. Положительно повлиять на качество жизни всех людей в России
5. Выстроить лучшую систему корпоративного управления в российском секторе розничной торговли

Приоритетные направления

ЭКОЛОГИЯ	«ЗЕЛЁНЫЕ» ЗАКУПКИ	СОТРУДНИКИ	МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА	ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ
<p>3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ</p>	<p>6 ЧИСТАЯ ВОДА И САНИТАРИЯ</p>	<p>7 НЕДОРОГОСТОЯЩАЯ И ЧИСТАЯ ЭНЕРГИЯ</p>	<p>8 ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ</p>	<p>10 УМЕНЬШЕНИЕ НЕРАВЕНСТВА</p>
<p>12 ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО</p>	<p>17 ПАРТНЕРСТВО В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ</p>			
Добросовестные деловые практики	Управление природными ресурсами	Уважение многообразия и инклюзивность	Партнерства	Ответственный маркетинг

«Магнит» ориентируется на устойчивое развитие своего бизнеса и регионов присутствия, а также следит за тем, чтобы деятельность Компании оказывала положительное влияние на всех представителей заинтересованных сторон и общество в целом. Для того, чтобы эффективно организовать свою деятельность в области устойчивого развития «Магнит» разработал Стратегию в области устойчивого развития до 2025 года (далее – «Стратегия»). В основе Стратегии лежат общепризнанные международные документы и инициативы:

- Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года¹;
- Цели ООН в области устойчивого развития (ЦУР)²
- Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека ООН³;
- Парижское соглашение в рамках Рамочной конвенции ООН об изменении климата⁴.

В рамках Стратегии в области устойчивого развития «Магнит» выделил пять амбициозных целей:

- Стать лидером по снижению воздействия на окружающую среду в российском секторе розничной торговли;
- Создать полностью ответственную цепочку поставок;
- Стать работодателем №1 в российском секторе розничной торговли;
- Положительно повлиять на качество жизни всех людей в России;
- Выстроить лучшую систему корпоративного управления в российском секторе розничной торговли.

Исходя из особенностей бизнеса, среды, в которой Компания ведет деятельность, и мнений заинтересованных сторон «Магнит» выделил пять приоритетных направлений в области устойчивого развития: окружающая среда, ответственные источники продукции, сотрудники, местные сообщества, здоровье и благополучие.

Приоритетные направления деятельности в области устойчивого развития и темы, раскрываемые в рамках них.

ЭКОЛОГИЯ	«ЗЕЛЁНЫЕ» ЗАКУПКИ	СОТРУДНИКИ	МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА	ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ
<ul style="list-style-type: none"> • Выбросы парниковых газов • Отходы упаковки • Пищевые отходы • Потребление воды и энергии 	<ul style="list-style-type: none"> • Продукты и сырье из ответственных источников • Продукция от местных поставщиков • Продовольственная и продовольственная безопасность • Ответственное сельское хозяйство и собственное производство • Собственная торговая марка • «Зелёный маркетинг» 	<ul style="list-style-type: none"> • Справедливые и безопасные условия труда • Управление персоналом • Обучение и развитие персонала 	<ul style="list-style-type: none"> • Корпоративное волонтерство • Помощь в чрезвычайных ситуациях • Благотворительность 	<ul style="list-style-type: none"> • Продвижение здорового образа жизни: питание и спорт • Доступность товаров для здоровья

(1) Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года
 (2) Цели устойчивого развития – это 17 целей и 169 задач, которые все государства-члены ООН согласились достичь к 2030 году.
 (3) Утверждены Советом ООН по правам человека в 2011
 (4) Принято консенсусом 12 декабря 2015 года

Глава 1. О Компании

(продолжение)

В рамках каждого направления «Магнит» поставил себе цели и принял обязательства, которые планирует выполнить к 2025 году. «Магнит» может актуализировать цели в случае влияния внешних факторов на их достижение или в связи с изменениями в стратегии компании.

Цели в рамках приоритетных направлений ПАО «Магнит»¹

ЭКОЛОГИЯ	«ЗЕЛЁНЫЕ» ЗАКУПКИ	СОТРУДНИКИ	МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА	ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ
Обязательства				
<ul style="list-style-type: none"> Снижение на 30% выбросов парниковых газов 50% упаковки продукции собственной торговой марки и собственного производства станет перерабатываемой, много-разовой или компостируемой Снижение на 50% пищевых отходов Снижение на 25% потребления воды и энергии 100% сбора и переработки перерабатываемого пластика в собственных операциях 	<ul style="list-style-type: none"> Обеспечение системы ответственного подбора поставщиков товаров и услуг 100% ответственный подход в собственном производстве и сельском хозяйстве Повышение доли экологичной упаковки на полке 100% ответственные закупки социально значимых товаров Программы по развитию местных поставщиков и фермеров 	<ul style="list-style-type: none"> 70% – уровень удовлетворенности сотрудников Уменьшение на 50% инцидентов с потерей рабочего времени при отсутствии смертельных случаев Максимум 40% – текучесть кадров 	<ul style="list-style-type: none"> Программы по развитию местных сообществ во всех регионах присутствия компании 10% сотрудников компании участвуют в волонтерских программах 	<ul style="list-style-type: none"> Информация о здоровом образе жизни и питании доступна всем потребителям Продукты для здорового образа жизни доступны всем покупателям

(1) Все количественные цели по снижению показателей указаны из расчета на 1 кв. м торговой площади

«Магнит» стремится внести вклад в достижение глобальных целей устойчивого развития ООН. Компания выбрала семь целей в области устойчивого развития (ЦУР) в качестве приоритетных на основании специфики бизнеса и фокусных зон, выделенных в рамках Стратегии. Деятельность «Магнита» в рамках фокусных зон будет способствовать достижению выбранных ЦУР.

Вклад ПАО «Магнит» в достижение ЦУР

Цель устойчивого развития ООН	Приоритетные направления
 Хорошее здоровье и благополучие	ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ
 Чистая вода и санитария	ЭКОЛОГИЯ
 Недорогостоящая и чистая энергия	ЭКОЛОГИЯ
 Достойная работа и экономический рост	СОТРУДНИКИ МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА
 Уменьшение неравенства	СОТРУДНИКИ
 Ответственное потребление и производство	ЭКОЛОГИЯ «ЗЕЛЁНЫЕ» ЗАКУПКИ
 Партнерство в интересах УР	МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА «ЗЕЛЁНЫЕ» ЗАКУПКИ

Управление вопросами устойчивого развития

«Магнит» строит эффективную систему управления вопросами устойчивого развития в Компании.

По инициативе Правления в Компании создан Координационный комитет по устойчивому развитию (далее – «Комитет»). Данный комитет будет обеспечивать координацию деятельности в области устойчивого развития в Компании, в том числе взаимодействие Компании с заинтересованными сторонами по вопросам устойчивого развития. Комитет будет готовить рекомендации по стратегическим направлениям деятельности по повышению долгосрочной устойчивости бизнеса в ответ на социальные, экологические, ресурсные и энергетические проблемы. Рекомендации Комитета будут служить основой для актуализации Стратегии в области устойчивого развития. Комитет будет дважды в год представлять Правлению и Комитету по стратегии Совета директоров доклад о прогрессе в реализации Стратегии в области устойчивого развития.

«Магнит» также разработал политики, которые регулируют деятельность Компании в области устойчивого развития. Разработка Стратегии и верхнеуровневых документов позволит формализовать процесс принятия решений в области устойчивого развития. В результате «Магнит» сможет более эффективно работать в направлении выделенных фокусных зон, достичь поставленные цели и выполнить обязательства в области устойчивого развития. Реализация всех инициатив, заявленных в Стра-

тегии, приведет к повышению инвестиционной привлекательности «Магнита» и укреплению репутации Компании. Это позволит «Магниту» стать лидером устойчивого развития в российском секторе розничной торговли.

«Магнит» осведомлен о возможных климатических рисках, связанных с деятельностью Компании по каждому из направлений. Принятие стратегии в области устойчивого развития и политик нацелено в том числе на выявление, оценку и мониторинг данных рисков в будущем. «Магнит» планирует разработать систему оценки климатических рисков в целях обеспечения их мониторинга и разработки эффективных мер управления. В Компании уже введен ряд мер, направленных на их смягчение. Подробнее с ними можно ознакомиться в Главе 2.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами

Регулярное и эффективное взаимодействие с заинтересованными сторонами позволяет Компании своевременно реагировать на изменение потребностей всех групп стейкхолдеров.

Основными заинтересованными сторонами «Магнита» являются:

- органы государственной власти;
- покупатели;
- поставщики;
- сотрудники;
- общество и местное население;
- инвесторы;
- акционеры;
- общественные организации;
- СМИ.

Каждая из вышеперечисленных групп заинтересованных сторон имеет свои потребности, интересы и особенности. Поэтому «Магнит» использует различные каналы коммуникации для эффективного взаимодействия с каждой группой стейкхолдеров.

Глава 1. О Компании

(продолжение)

Взаимодействие с различными группами заинтересованных сторон Группы компаний «Магнит», 2019 год

Заинтересованная сторона	Каналы коммуникации и результаты взаимодействия
Органы государственной власти	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – встречи, круглые столы, семинары; – общественные слушания; – отчеты. <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – налоговые отчисления – 64,1 млрд руб.; – совместная реализация проектов (индустриальный парк); – своевременное выполнение требований законодательства.
Покупатели	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – горячая линия; – социальные сети; – опросы; – исследования удовлетворенности; – программы лояльности; – встречи и семинары. <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – увеличение торговых точек на 2 377 (net); – изменение ассортимента товаров; – запуск пилотного проекта «Клуб здоровых привычек»; – создание эко-полок.
Поставщики	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – горячая линия; – исследование мнения поставщиков; – закупочные сессии; – конференции; – информационный портал «Магнит Сервис». <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принятие Кодекса добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров (утв. ФАС России); – принятие новой логистической стратегии «Цепочка Свежести»; – выделение 8 коммерческих округов для адаптации ассортимента локальным потребностям и повышения качества сотрудничества с местными поставщиками; – закупочные сессии с обучающими модулями для партнеров в регионах; – внедрение инициативы «Магнит сервис» для контроля процесса доставки товара в РЦ.
Сотрудники	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – горячая линия; – социальные сети; – корпоративная пресса; – исследования удовлетворенности; – программы лояльности; – корпоративные мероприятия; – личные коммуникации с сотрудниками. <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – крупнейший частный работодатель России по версии журнала Forbes; – 750 685 учебных курсов освоено сотрудниками; – общие расходы на социальный пакет работников и прочие выплаты – 835 млн руб.

Заинтересованная сторона	Каналы коммуникации и результаты взаимодействия
Общество и местное население	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пресс-релизы; – отчеты; – исследования общественного мнения. <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – налоговые отчисления – 64,1 млрд руб.; – присутствие Компании в 3 742 городах Российской Федерации; – 10 686 новых рабочих мест; – 912 сотрудников с ограниченными возможностями работают в Компании; – ответственный подход к воздействию на окружающую среду; – благотворительные и волонтерские акции; – спонсорская поддержка спорта.
Инвесторы	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – презентации для профессиональных сообществ и инвесторов; – членство в экспертных и общественных ассоциациях; – конференции, форумы, круглые столы; – встречи с инвесторами. <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – встречи с инвесторами – 653 встречи; – информационные рассылки – 25 рассылок.
Акционеры	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – отчеты; – собрания акционеров. <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – общее собрание акционеров (далее – ОСА) – 2 ОСА; – отчеты – 19 отчетов; – выплата дивидендов – выплачивались дважды; – рассмотрение предложенных акционерами вопросов в повестки ОСА и кандидатов для избрания на ОСА – 4 предложения.
Некоммерческие организации	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <p>встречи, круглые столы, семинары и т.д.</p> <p>Результаты взаимодействия в 2019 году:</p> <ul style="list-style-type: none"> – реализация совместных проектов (сбор использованной пластиковой упаковки, использованных батареек) – вступление в международную Ассоциацию ритейлеров и производителей потребительских товаров (The Consumer Goods Forum); – подписание Меморандума об устойчивом развитии при поддержке Всемирного фонда дикой природы.
СМИ	<p>Основные каналы взаимодействия:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пресс-релизы; – встречи и семинары; – конференции. <p>Наиболее важные события, произошедшие в ПАО «Магнит» в 2019 году освещены в СМИ.</p>

Соблюдение деловой этики и прав человека

При ведении бизнеса «Магнит» придерживается высоких правовых, этических и моральных стандартов. Стандарты этичного ведения бизнеса Компании закреплены в Кодексе деловой этики. В нем содержатся правила и ключевые нормы поведения сотрудников.

«Магнит» разработал Политику в области прав человека. В документе закреплены ключевые ценности Компании в отношении соблюдения и уважения прав человека. «Магнит» не приемлет детский и принудительный труд в любых проявлениях. Компания обязуется оценивать риски использования любых форм рабского и детского труда, как в собственных операциях, так и в операциях поставщиков и подрядчиков. Компания выступает против проявления дискриминации по любым признакам и создает инклюзивную и многообразную рабочую среду.

Также в Компании разработана Политика по противодействию коррупции, в которой закреплен принцип нулевой толерантности по отношению к коррупции в любых формах и проявлениях.

В Компании функционирует Линия доверия, которая открыта для приема сообщений о любых нарушениях круглосуточно. Любой сотрудник, партнер, покупатель или представитель другой группы заинтересованных сторон, обладающий информацией об известных или предполагаемых нарушениях правил деловой этики, действиях коррупционного характера, мошенничестве, конфликте интересов, хищении, превышении должностных полномочий, может передать эту проблему через горячую линию по вопросам соблюдения этики.

В 2019 году получено 1 384 обращения по данному каналу связи. Каждый случай проверяется Департаментом экономической безопасности. Из поступивших обращений 2,1% содержали достоверную информацию о существенных нарушениях. По итогу проверки принимаются управленческие решения, отчетность о результатах проверок предоставляется руководству Компании.



1 384

обращения по Линии доверия

Корпоративное управление¹

Группа Компаний «Магнит» имеет эффективную систему корпоративного управления, соответствующую российскому законодательству, правилам Московской биржи и Лондонской фондовой биржи, а также лучшим международным практикам. Компания постоянно совершенствует корпоративное управление, соблюдая при этом права акционеров и других заинтересованных сторон.

Руководство, управление и контроль в Компании осуществляют акционеры через Общие собрания акционеров, Совет директоров, коллегиальный исполнительный орган управления (Правление) и единоличные исполнительные органы (Президент и Генеральный директор) в соответствии с нормами Российской Федерации и Великобритании, уставом и внутренними положениями Группы Компаний «Магнит».

Компания стремится следовать самым высоким стандартам и поддерживать систему корпоративного управления на уровне лучших международных практик.

«Магнит» придерживается самых высоких стандартов корпоративного управления. Цель Компании состоит в том, чтобы закрепить свое соответствие Российскому Кодексу корпоративного управления, чтобы в дальнейшем также стремиться соответствовать Кодексу корпоративного управления Великобритании.

□ □ □ Более подробно о корпоративном управлении в «Магните» можно прочитать в соответствующем разделе [Годового отчета ПАО «Магнит» за 2019 год](#).

(1) Данные приведены по состоянию на 31.12.2019

Состав Совета директоров по состоянию на 31.12.2019

ФИО	Гражданство	Срок пребывания в должности, лет
Райан Чарльз Эммитт	США	2
Симмонс Джеймс Пэт	США	2
Винокуров Александр Семенович	Россия	1
Демченко Тим	Великобритания	2
Дюннинг Ян Гезинюс	Нидерланды	1
Кох Ханс Вальтер	Германия	1
Кузнецов Евгений Владимирович	Россия	1
Махнев Алексей Петрович	Россия	2
Янсен Флориан	Германия	1

Структура органов корпоративного управления



На пути к снижению воздействия на окружающую среду



«Магнит» быстро растет, увеличивая масштаб торговой сети и развивая собственное производство. Рост масштабов бизнеса ведет за собой увеличение потребности в энергии и природных ресурсах. Устойчивость Компании в будущем во многом зависит от действий «Магнита» по сохранению ресурсов в настоящее время.

Компания разработала и приняла Политику в области охраны окружающей среды и производственной экологической безопасности. Данная политика отражает обязательства высшего руководства Компании по соблюдению требований природоохранного законодательства и направлена на сохранение благоприятной окружающей среды.

Компания ставит перед собой амбициозную цель – стать лидером по снижению воздействия на окружающую среду в своей отрасли. В 2019 году объем затрат на мероприятия/программы в сфере охраны окружающей среды составил почти 2 млрд руб. Глобальных целей невозможно достичь самостоятельно – для этого важно участие всех заинтересованных сторон. Именно поэтому «Магнит» стремится взаимодействовать с партнерами в интересах продвижения идей и принципов устойчивого развития и сокращать свое воздействие по следующим направлениям:

- выбросы парниковых газов;
- отходы;
- использование ресурсов:
 - топливо;
 - электроэнергия;
 - тепловая энергия;
 - вода.

Стратегические цели в области снижения воздействия на окружающую среду до 2025 года¹

▽ 30%

снижение выбросов парниковых газов

▽ 25%

снижение потребления воды и энергии

▽ 50%

снижение пищевых отходов

100%

перерабатываемого пластика в собственных операциях будет перерабатываться

50%

перерабатываемой, многоразовой, или компостируемой упаковки для собственной торговой марки и собственного производства

(1) Все количественные цели по снижению показателей указаны из расчета на 1 кв. м торговой площади

Парниковые газы

«Магнит» осознает проблему изменения климата и стремится контролировать свое воздействие в этой области.

Компания разработала и приняла Политику в отношении изменения климата, в которой отражена позиция Компании по вопросам изменения климата. Магнит ведет учет объема прямых выбросов парниковых газов (область охвата 1), а также косвенных выбросов (область охвата 2), которые связаны с потреблением электроэнергии и тепла. «Магнит» обязуется постепенно снижать объем выбросов парниковых газов и планирует стать углеродно-нейтральной Компанией в долгосрочной перспективе.

«Магнит», как крупная компания сектора розничной торговли, уделяет большое внимание сокращению выбросов парниковых газов от холодильного оборудования. Для этого «Магнит» сокращает объемы потребления фреона R22 и заменяет его более безопасными для озонового слоя хладагентами, например аммиаком (химическая формула – NH₃, международная маркировка – R717). Аммиак имеет природное происхождение и в отличие от распространенных фреонов (R22, R134a) не оказывает никакого загрязняющего воздействия на окружающую среду, не разрушает озоновый слой атмосферы и не создает парниковый эффект.

Объем выбросов парниковых газов Группы компаний «Магнит» за 2017-2019 годы (области охвата 1 и 2), т CO₂-экв. на 1 м² торговой площади



На собственных производствах для снижения углеродного следа реализована инициатива по использованию подкормки растений углекислым газом. Ее суть состоит в использовании отходящих газов от котельных для подкормки углекислым газом растений. Использование системы подкормки углекислым газом дает прибавку до 15% к урожайности на овощах. Реализованная система позволила на 15% сократить величину выбросов CO₂ по Теплице ст. Пластуновской и на 18 % сократить углеродный след тепличного комплекса в г. Тихорецке. Данная инициатива эквивалентна высадке более 165 000 деревьев в год.

Один из ключевых шагов в направлении снижения уровня выбросов CO₂ – это оптимизация логистики. «Магнит» осуществляет планомерный переход на использование среднетоннажного транспорта для доставки продукции в магазины. Машины грузоподъемностью 7-8 т потребляют меньше топлива, чем традиционные большегрузные автомобили. Ожидается, что к 2023 году доля среднетоннажного транспорта в структуре автопарка Компании может составить 25-30%. В 2019 году доля среднетоннажного транспорта в структуре автопарка Компании составляла 3,97%.

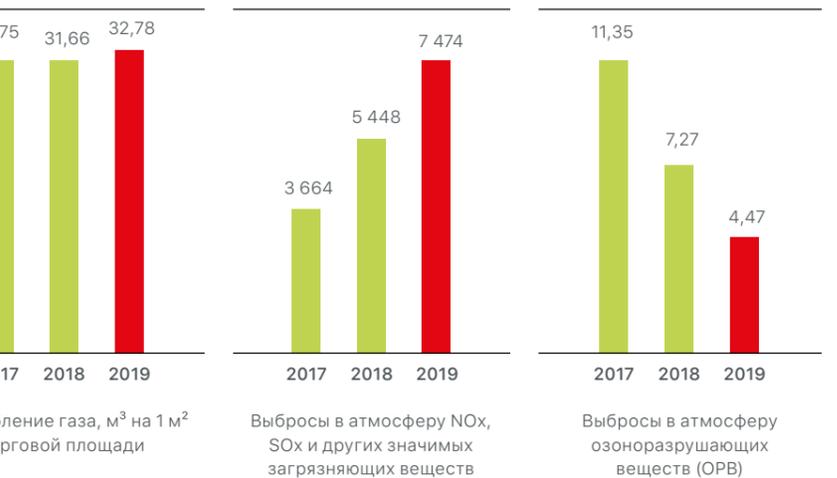
(1) Показатель включает в себя информацию по следующим обществам Компании: АО «Тандер», ООО «Сельта», ООО «ТД-холдинг», ООО «ТК Зеленая линия»

Потребление топлива Группой компаний «Магнит» за 2017-2019 годы, л и м³ на 1 м² торговой площади



Для того чтобы снизить уровень выбросов CO₂, важно рационально использовать углеводородное топливо. «Магнит» использует следующие виды топлива: бензин, дизельное топливо и природный газ. Бензин и дизельное топливо используются для функционирования транспортных средств Компании. Помимо этого, дизельное топливо используется для работы генераторов в случае перебоев в энергоснабжении. Природный газ используется Компанией для собственной генерации энергии. В будущем «Магнит» планирует перейти на современные виды транспорта, основным топливом которых будет электричество или сжиженный природный газ (СПГ). На конец 2019 года в автопарке «Магнит» в пилотном режиме использовал три машины, работающие на электричестве или СПГ. В 2020 планируется увеличить их количество до 250.

Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу, т¹



Компания проводит оптимизацию автопарка, повышая долю транспорта, работающего на альтернативном топливе. В 2019 году Компания подписала соглашение, в рамках которого «Магнит» проведет исследование возможности использования СПГ для дальнейшего развития логистики. Использование СПГ в логистических операциях позволит Компании повысить экономическую эффективность грузовых перевозок и экологические характеристики транспортных средств. Все эти инициативы должны привести к снижению потребления углеводородного топлива на 1 т перевозимой продукции.

Потребление газа увеличивается за счет роста сети и, соответственно, увеличения объема энергии, генерируемой собственными установками.

«Магнит» планирует не только сокращать объемы выбросов парниковых газов, но и компенсировать выбросы CO₂ за счет, например, высадки деревьев.

Отдельное внимание «Магнит» уделяет сокращению выбросов загрязняющих веществ в атмосферу.

Рост объема выбросов в атмосферу загрязняющих веществ в 2019 году произошел из-за ввода в эксплуатацию новых объектов «Магнита».

(1) Показатель включает в себя информацию по следующим обществам Компании: АО «Тандер», ООО «Сельта», ООО «ТД-холдинг», ООО «ТК Зеленая линия»

Отходы

С каждым годом масштабы бизнеса «Магнита» растут, и объемы пищевых отходов и отходов упаковки увеличиваются. Такая ситуация увеличивает нагрузку на окружающую среду и вызывает озабоченность среди всех заинтересованных сторон. Именно поэтому ответственно обращение с отходами является одной из приоритетных тем для «Магнита».

«Магнит» разработал и принял Политику в области обращения с отходами упаковки, которая определяет порядок обращения с ней. Помимо этого, Компания разработала и внедрила Стандарт по обращению с отходами бумаги и картона на предприятии.

Большая часть отходов (около 95%), производимых «Магнитом», относится к практически неопасным (класс 5)¹. Компания также производит отходы 1 класса опасности, образованные отработанными ртутными лампами. «Магнит» постоянно оптимизирует процесс обращения с отходами, улучшая имеющиеся технологии, увеличивая долю вторсырья, получаемого благодаря отдельному сбору отходов, повышая долю перерабатываемой продукции и т.д.

В 2019 году был образован 1,66 млн т отходов, из которых 0,42 млн т были пищевыми и 0,82 млн т – непищевыми (включая 220 т отходов 1-3 класса), а объем вторсырья составил 0,42 млн т.

Рост объема образованных отходов год от года происходит из-за быстрого расширения бизнеса «Магнита».

Рост объема образованных пищевых отходов в 2019 году был обусловлен увеличением количества продуктов категории «фреш» и «ультрафреш».

Особое внимание Компания уделяет вопросам использования одноразового пластика, перерабатываемой упаковки и обращению с пищевыми отходами.

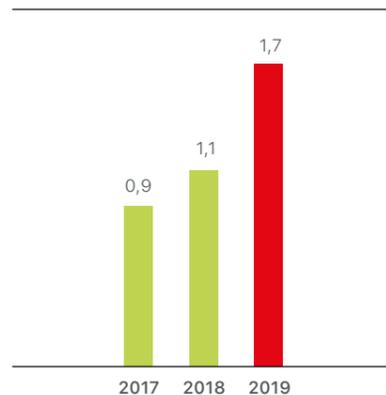
«Магнит» стремится сократить объемы образования этих типов отходов и ставит перед собой ряд амбициозных целей:

- увеличить долю перерабатываемого пластика в собственных операциях до 100% к 2025 году;
- увеличить процент перерабатываемой упаковки от собственного производства до 50% к 2025 году;
- снизить объем образующихся пищевых отходов на 50% к 2025 году.

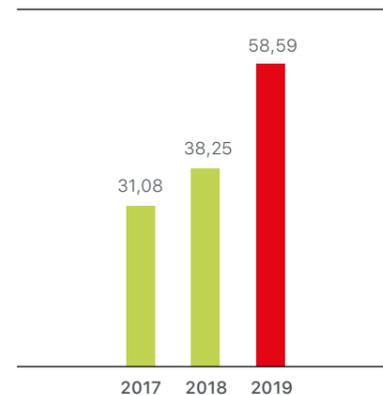
«Магнит» устанавливает контейнеры для отдельного сбора отходов, пригодных для переработки (картон, пленка, пластик), на всех объектах Компании. На конец 2019 года доля вторсырья составляла 25% от общего количества образующихся отходов. Также Компания осуществляет сбор отработанных батареек и передает их на последующую утилизацию подрядным организациям.

«Магнит» в 2019 году начал расширение ассортимента бумажных пакетов, а также многоразовых сумок для покупок. Планируется, что в 2020 году доля таких пакетов составит 20%. Покупатели будут иметь возможность выбирать пакеты, произведенные с использованием вторичного сырья. Также «Магнит» планирует начать переработку деревянной упаковки товаров. В рамках данной инициативы Компания будет заниматься переработкой ящиков и лома поддонов в pellets, которые затем будут использоваться для отопления собственных объектов. Успешная реализация проекта позволит избежать передачи деревянных отходов на полигоны.

Общий объем образованных отходов Группой компаний «Магнит» за 2017-2019 годы, млн т²



Общий объем образованных пищевых отходов Группой компаний «Магнит» за 2017-2019 годы, кг на 1 м² торговой площади²



(1) Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «Об отходах производства и потребления»

(2) Показатель включает в себя информацию по следующим обществам Компании: АО «Тандер», ООО «Сельта», ООО «ТД-холдинг», ООО «ТК Зеленая линия» (включая грибной комплекс), ООО «Кондитер Кубани», ООО «Кубанский комбинат хлебопродуктов»



Использование экологичной упаковки на собственном производстве

Согласно анализу упаковочных материалов, большинство контрагентов поставляют на собственное производство экологичную упаковку. Экологичная упаковка – упаковка, выполненная на 90-100% из повторно перерабатываемых материалов, она может быть переработана после ее использования. Среди используемой упаковки на собственных производствах Компании:

- гофротара: при производстве гофротары используется вторичное (макулатурное) сырье в объеме 70%
- индивидуальные картонные коробки из макулатурного картона и чистоцеллюлозного картона в соотношении 60%/40%
- термоусадочная пленка: при производстве термоусадочной пленки используется вторичное сырье (20%).

Также на собственном производстве проводятся тесты по использованию биоразлагаемого ECO PE, который возможно использовать в кондитерском производстве (завертка конфет, упаковка батончиков) и осуществляется переход с металлизированной пленки, которая является перерабатываемой, на перерабатываемую пленку без металла.

Использование ресурсов

Рост бизнеса ведет к росту валового потребления тепло- и электроэнергии. «Магнит» принимает ряд мер, направленных на оптимизацию потребления тепло- и электроэнергии в торговых пространствах, распределительных центрах и на объектах собственного производства. Одной из стратегических целей Компании на 2025 год является сокращение потребления электроэнергии на 25%.

Компания уделяет большое внимание совершенствованию системы учета потребления электроэнергии. На объектах «Магнита» установлено самое современное оборудование, которое позволяет вести почасовой учет. Учет ведется с помощью автоматизированной информационно-измерительной системы, благодаря чему Компания каждый год экономит около 0,5 млрд руб.

В целях сокращения потребления электроэнергии «Магнит» реализует инициативы, направленные на обновление электрооборудования и повышение эффективности его использования. Компания проводит замену люминесцентных ламп на светодиодные (энергосберегающие) во всех форматах магазинов и РЦ. К концу 2019 года 77% ламп были заменены.

Замена остальных ламп планируется в 2020 году. Для экономии электроэнергии «Магнит» применяет централизованное выключение света на своих объектах после окончания рабочего дня, а также вентиляторов, работа которых не требуется ночью.

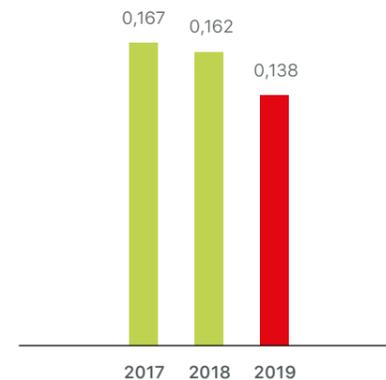
«Магнит» использует тепловую энергию для поддержания технологических процессов, а также для отопления объектов Компании. Учет потребления тепловой энергии, как и в случае с электроэнергией, ведется с помощью современной автоматизированной системы учета, которая осуществляет дистанционный сбор и анализ данных приборов учета и позволяет регулировать объем потребления.

В целях сокращения объемов потребления тепловой энергии

Потребление электроэнергии Группой компаний «Магнит» за 2017-2019 годы, МВт·ч на 1 м² торговой площади



Потребление тепловой энергии торговыми объектами «Магнит» за 2017-2019 годы, Гкал на 1 м² торговой площади

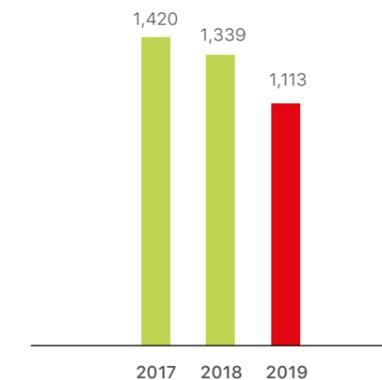


Компания планирует использовать вторичную теплоту энергоустановок для отопления и технологических нужд собственных производств. Компания также уменьшает потери за счет оперативного устранения неисправностей в работе приборов.

Вода

Компании требуется большой объем воды для производства продуктов питания и удовлетворения потребности торговых пространств (около 91% от общего потребления воды). «Магнит» стремится оптимизировать объемы потребления воды, используя современные технологические решения и приборы учета.

Потребление воды Группой компаний «Магнит» за 2017-2019 годы, м³ на 1 м² торговой площади⁽¹⁾



(1) Показатель включает в себя информацию по следующим обществам Компании: АО «Тандер», ООО «Сельта», ООО «ТД-холдинг», ООО «ТК Зеленая линия» (включая грибной комплекс), ООО «Кондитер Кубани», ООО «Кубанский комбинат хлебопродуктов»



Использование дождевой воды для приготовления компоста

«Магнит» использует дождевую воду для приготовления компоста в комплексе по выращиванию шампиньонов. Площадка для приготовления компоста спроектирована таким образом, чтобы дождевая вода попадала сначала в резервуар. Система очистки, установленная в емкости, улавливает крупные куски компоста, куриного помета, гипса и других материалов. В емкости происходит насыщение воды кислородом, после чего вода подается на замачивание соломы для приготовления компоста. Такой подход позволяет «Магниту» уменьшить забор воды из артезианских скважин комплекса и сократить стоимость технологического процесса.



Зеленый офис

В «Магните» активно реализуется программа «Зеленый офис». Программа носит комплексный характер и охватывает практически все аспекты устойчивого развития Компании, начиная от рационального использования ресурсов и заканчивая правильным планированием рабочего пространства.

В рамках каждой из областей Компания реализует ряд мероприятий, которые помогают достичь основной цели программы – сделать офис «Магнита» экологичным. Например, Компания планирует закупать энергоэффективное оборудование, а также стремится своевременно и правильно утилизировать отработанную технику.

В рамках проекта «Зеленый офис» идет внедрение системы электронного документооборота. Благодаря этой программе «Магнит» достиг значительных успехов по снижению объемов потребления бумаги. Компания оптимизирует потребление бумаги не только в своем офисе. «Магнит» оснастил водителей планшетами, что благодаря оптимизации логистики позволило сократить расходы на топливо и затраты на бумагу.

Помимо этого, благодаря внедрению электронного документооборота количество документов в электронном виде в 2019 году достигло 12,8 млн, что в 4,1 раза больше, чем в 2018 году. Реализация данной инициативы позволила сэкономить свыше 190 млн руб. в 2019 году, что в 4 раза превышает значение данного показателя 2018 год. Также Компания начинает постепенно использовать электронные транспортные накладные. Это позволяет в 20 раз сократить время, необходимое для обмена документами, а также снизить затраты бумаги на печать (один экземпляр вместо четырех). Компания проводит аудиты выполнения указанных в программе инициатив, что позволяет «Магниту» своевременно корректировать свои действия.

Направления программы «Зеленый офис» ПАО «Магнит»



Раздельный сбор отходов



Бумажно-гигиеническая продукция



Вода



Освещение



Тепло



Уборка офиса



Питание в офисе



Бумага



Транспорт



Бытовая техника



Работа с сотрудниками



Канцелярские товары



Мебель



IT-оборудование



Вентиляция



Отделка офиса

ГЛАВА 3.

Ответственные источники продукции

Качество и безопасность продукции

В Компании действует департамент качества, который отвечает за внедрение и поддержание стандартов качества и безопасность продукции по всей сети. В каждом из 8 округов интегрирована и действует своя служба качества. Службы качества округов обеспечивают непосредственный контроль как условий реализации, так и качество продукции в магазинах и распределительных центрах своего округа.

«Магнит» осуществляет контроль качества продукции по всей цепочке поставок в соответствии с требованиями применимого законодательства. Все товары, реализуемые «Магнитом», должны соответствовать требованиям нормативно-правовых актов Евразийского экономического союза и РФ, стандартов организации, технических условий, а также принятым договоренностям между Компанией и поставщиками в части детальных спецификационных требований по качеству. Компания требует от поставщиков предоставлять всю необходимую сопроводительную документацию, подтверждающую качество и безопасность товара.

В Компании внедрён план производственного контроля, согласно которому «Магнит» регулярно проводит исследования качества и безопасности продукции в независимых аккредитованных лабораториях. Продукция проходит выборочную проверку как в распределительных центрах (точки входа), так и в магазинах. Разработаны инструкции и положения, которые позволяют наиболее эффективно провести оценку качества.

В Компании разработан порядок действий при выявлении продукции, несоответствующей установленным критериям качества. При возникновении такой

ситуации Компания совместно с поставщиком проводят корректирующие действия для повышения качества. В случае выявления неоднократных нарушений требований к качеству продукции «Магнит» выводит недобросовестного поставщика из ассортимента.

«Магнит» ведет реестр поставщиков, где регистрируется информация о случаях нарушений требований к качеству продукции. Поставщики, не имеющие нарушений, переходят в категорию добросовестных. Для них действует система доверительной приемки: продукция принимается в РЦ с минимальными проверками.

Особое внимание уделяется качеству продукции собственных торговых марок. Компания проводит аудиты качества на производственных площадках поставщиков продукции СТМ. Предприятия СТМ оснащены лабораториями, которые позволяют проводить около 2 500 анализов в сутки. На [сайте](#) Компании размещена информация об условиях и порядке отбора поставщиков продукции собственных торговых марок. Для товаров СТМ определены требования к продукции и документации, подтверждающей качество и безопасность товаров. Также обеспечен обязательный строгий контроль продукции, производимый на собственных производствах.



Ответственная цепочка поставок

Построение ответственной цепочки поставок играет важную роль в достижении целей устойчивого развития. Соблюдение трудовых, экологических, этических и социальных норм становится сегодня одним из критериев оценки поставщиков и подрядчиков. Компания разработала политику в области обеспечения ответственной цепочки поставок. Основная цель заключается в определении стандартов в области ответственной цепочки поставок, а также требований, которые предъявляет Компания поставщикам продукции.

(1) Подписан в 2012 году отраслевыми ассоциациями и объединениями торговых сетей (АКОРТ) и поставщиков (Русбренд, Руспродсоюз, Союзмолоко, Масложировой союз, Национальная мясная ассоциация, Рыбный союз), а также Комитетом по развитию потребительского рынка Торгово-промышленной палаты России и Союзом потребителей Российской Федерации

«Магнит» планирует развивать практику ответственных закупок. Компания стремится сотрудничать с поставщиками сертифицированной продукции и отслеживать источники происхождения продукции.

С марта 2019 года «Магнит» начал применять Кодекс добросовестных практик во взаимоотношении с поставщиками потребительских товаров¹. Кодекс добросовестных практик — это свод правил, основанный на принципах взаимного уважения и добросовестного поведения участников рынка.

Для «Магнита» цепочка поставок — это также процесс транспортировки продукции в магазины. «Магнит» самостоятельно осуществляет доставку продуктов из распределительных центров на полки магазинов и стремится сделать этот процесс максимально эффективным, сокращая время доставки и уменьшая воздействие на окружающую среду. На сегодняшний день в торговые точки напрямую отгружается 9% товаров. Оставшаяся доля (91%) отгружается в распределительные центры, после чего доставляется в магазины. Компания стремится снизить время доставки продукции от производителей к покупателям. Для этого «Магнит» внедрил инструмент Llamasoft, который помогает Компании смоделировать развитие цепочки поставок. Результаты исследования помогут Компании оптимизировать товаропотоки и сократить затраты на доставку продукции от распределительных центров в магазины на 20%, что приведет к увеличению срока хранения свежих товаров.

Основная задача «Магнита» в части цепочки поставок заключается в осуществлении быстрой доставки свежей продукции от производителя к покупателю. В 2019 году «Магнит» разработал новую логистическую стратегию, которая получила название «Цепочка Свежести». «Магнит» намерен повысить эффективность цепочки поставок товаров ассортимента «фреш» и «ультрафреш». Для этого «Магнит» разделил свою логистическую сеть на геозоны в зависимости от близости магазинов к РЦ:

- первая геоцена — магазины «у дома» ближе 100 км от РЦ;
- вторая геоцена — магазины «у дома» на расстоянии свыше 100 км от РЦ, близкие друг к другу;
- третья геоцена — магазины в удаленных регионах с большим расстоянием между собой.

«Магнит» дифференцировал для каждой зоны доставку фруктов и овощей, а также молочной и мясной продукции.

Наличие сертификата FSC

Некоторые поставщики Магнита имеют сертификат FSC. Наличие данного сертификата свидетельствует о том, что поставщики используют при производстве продукции бумагу и древесину из ответственных источников и придерживаются принципов устойчивого развития.

В первых двух геозонах Компания изменила подход к дистрибуции продукции категорий «фреш» (овощи и фрукты) и «ультрафреш» (молочная и мясная продукция), привлекая для их доставки среднетоннажный транспорт (до 10 т). Это позволит поставлять вышеупомянутые категории продукции прямо перед пиком покупательского трафика, а также продлевать их «срок жизни» на 1-2 дня. Вторая геоцена Компании покрыта кросс-докинговыми площадками (фреш-платформами) — это компактные склады между магазинами и РЦ для быстрого оборота свежей продукции. Туда отгружают свои товары локальные поставщики. Решение позволит сократить время доставки продуктов от поставщика до «полки» в среднем на 1 день, а также высвободить площади в распределительных центрах под новый ассортимент. Для магазинов третьей геозоны и точек крупных форматов доставка осталась прежней: большегрузные машины сети возят свежие товары вместе с остальными.

В 2019 году стартовал тестовый проект «Свежесть» в Волгограде и Пензе. Благодаря реализации пилотного проекта прирост продаж в свежем ассортименте составил 5,5%, а объем списаний снизился на 1%. «Магнит» привлек около 500 среднетоннажных грузовиков по всей географии сети за 2019 год, что позволило оптимизировать процесс доставки свежей продукции в магазины.

Для оперативной дистрибуции Компания также планирует внедрить новые технологии, а также оптимизировать режим работы логистических центров. Предполагается, что все РЦ постепенно перейдут на круглосуточный режим работы, что позволит доставлять товары в магазины до часа пик.

В 2019 году «Магнит» выделил 8 коммерческих округов для более эффективного управления деятельностью в регионах. В каждом из округов была сформирована команда сотрудников для адаптации ассортимента локальным потребностям и повышения качества сотрудничества с местными поставщиками. Во всех магазинах сети представлена продукция региональных производителей. «Магнит» взаимодействует более чем с 4 355 локальными поставщиками. В том числе Компания сотрудничает с представителями малого бизнеса (ИП), ориентированная доля товаров, закупаемых у таких партнеров, составляет 1,9% от всего товарооборота Компании. Это позволяет не только оптимизировать затраты Компании, но и способствует развитию малого бизнеса в регионах присутствия. Компания планирует повысить количество закупочных сессий с обучающими модулями для партнеров в регионах.

«Магнит» внедрил инициативу «Магнит сервис», позволяющую в онлайн-режиме отслеживать процесс доставки товара в РЦ и обмениваться логистическими данными с партнерами. На портале содержится информация о выполнении условий договоров, корректности поставок, качестве отгрузки продукции в распределительные центры и т.д. Данные обновляются ежедневно. На конец отчетного периода к этому portalу имели доступ компании, которые поставляют товары в распределительные центры. В планах «Магнита» предоставить доступ на этот ресурс поставщикам, которые осуществляют доставку продукции непосредственно в торговые точки.

Для «Магнита» важно получать обратную связь от поставщиков. Для анализа обратной связи «Магнит» использует исследование мнения поставщиков, проводимое независимым франчайзи компании The Advantage Group International, Inc. в России. Опрос поставщиков проводится посредством анкетирования и интервью, по результатам которых составляется итоговый рейтинг. Благодаря целенаправленной работе по устранению проблемных участков, «Магнит» вышел из отрицательной зоны рейтинга и вышел в середину.

«Магнит» второй год подряд систематизирует работу с поставщиками в формате общих конференций поставщиков и региональных сессий, на которых обсуждаются правила работы с Компанией. Поставщики получают информацию о возможностях сотрудничества и ожиданиях «Магнита».

Ответственное производство и сельское хозяйство

В структуру собственных производств Компании входят 11 промышленных и 4 агропромышленных предприятия в Краснодарском крае, Московской, Саратовской, Тверской, Самарской, Липецкой областях и Республике Башкортостан.

На предприятиях собственного производства работают более 4,5 тыс. человек. Общая производительность объектов — в среднем около 200 тыс. т продукции в год. В основном Компания производит продукцию сельского хозяйства (томаты, грибы, картофель и др.), а также полуфабрикаты, снеки, крупы, макароны и т.д. Общее число товарных позиций собственной торговой марки — 462.

Собственное производство позволяет Компании:

- контролировать качество продукции на всех этапах — «с поля до тарелки»;
- обеспечивать бесперебойное снабжение магазинов продукцией, в том числе свежими овощами круглый год;
- оперативно адаптировать ассортимент под предпочтения покупателей;
- управлять себестоимостью товаров.

«Магнит» является единственным ритейлером в России, открывшим собственный индустриальный парк общей площадью свыше 236,6 га в Краснодарском крае. На его территории можно разместить более 20 предприятий, для которых действуют выгодные условия работы. Так, строительство на территории парка ведется за счет собственных средств «Магнита» и при государственной поддержке. Для предприятий действует льготное кредитование от Министерства сельского хозяйства РФ, а также предоставляются субсидии и налоговые льготы от администрации Краснодарского края и Министерства промышленности и торговли РФ.

Первыми резидентами парка стали ООО «Кубанский комбинат хлебопродуктов» и ООО «Кондитер Кубани», которые сейчас являются крупными и успешными компаниями. «Магнит» продолжает развивать индустриальный парк и ведет переговоры с потенциальными резидентами.

Контроль качества продукции собственных производств компания «Магнит» уделяет особое внимание наравне с такими продуктовыми группами повышенного риска, как молоко, рыба или детское питание.

Каждый продукт проходит обязательные испытания в лабораторных центрах качества на предприятии, как на этапе разработки, запуска проекта, непосредственно с производственных линий, так и впоследствии с полок магазинов. Собственные лаборатории «Магнита» позволяют проводить около 2 500 анализов в сутки.

На собственных производствах функционирует Система менеджмента пищевой безопасности пищевых продуктов, основанная на принципах ХАССП, которая способствует защите продукта, начиная с момента проверки сырья и заканчивая попаданием товара на прилавок. В 2019 году предприятия, входящие в индустриальный парк «Магнита», получили свидетельства о соответствии системы менеджмента безопасности пищевой продукции требованиям ГОСТ Р ИСО 22000-2007⁽¹⁾. Такие меры позволяют гарантировать неизменное качество товаров под собственными торговыми марками.

70 000

тонн продукции в год —
общая производительность
агропромышленных объектов



4 200 га

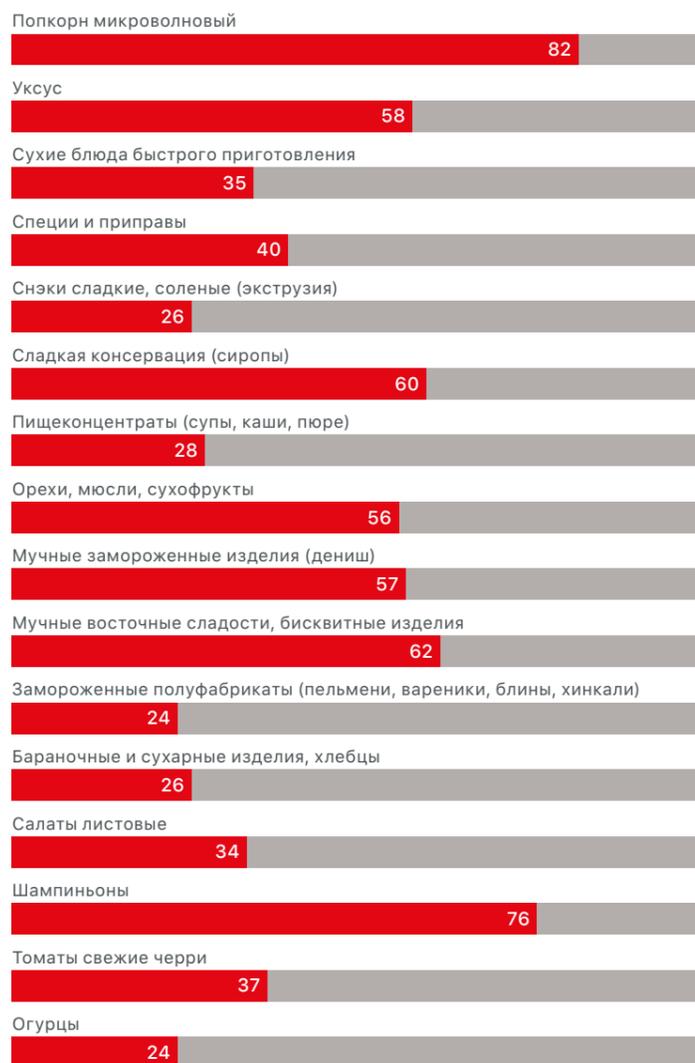
общая площадь
агропредприятий

3 358 га

агропосевные площади

Глава 3. Ответственные источники продукции (продолжение)

Покрытие потребности Группы компаний «Магнит» в различных категориях продукции за счет собственного производства, %



Агропредприятия Компании поставляют овощи, зеленные культуры и грибы на полки магазинов. Общая производительность агропромышленных объектов — порядка 70 тыс. т продукции в год. В состав этих агропредприятий входят тепличный комплекс «Зеленая линия» (теплицы и грибной комплекс, расположенные в Краснодарском крае), а также хозяйство в Липецкой области.

Общая площадь агропредприятий составляет – 4 200 га, из которых 3 358 га представляют из себя агропосевные площади. При выращивании картофеля, моркови, лука, свеклы, озимой пшеницы, сои и сидератов в открытом грунте «Магнит» использует безопасные для здоровья человека и эффективные средства защиты растений. В теплицах применяются комплексные меры биологической защиты растений против вредителей с применением насекомых. «Магнит» исследует возможность сокращения количества используемых пестицидов, и рассматривает возможность создания линии органических продуктов.

Современные технологии и грамотный подход к построению процессов функционирования агропредприятий позволяет Компании занимать лидирующие позиции по производству грибов в России. В 2019 году «Магнит» производил шампиньоны, а в планах – выращивание вешенки. Компания в будущем продолжит развивать собственные агропредприятия и расширять ассортимент продукции.

Промышленные комбинаты «Магнита» изготавливают на 114 производственных линиях порядка 140 тыс. т продукции в год. «Магнит» производит замороженные полуфабрикаты, макароны, снеки, крупы и другие категории продуктов. Товары собственного производства позволяют частично покрыть потребности Компании в различных категориях товаров.

На всех предприятиях Компании, которые специализируются на производстве продуктов питания, ведется постоянный контроль производственного процесса в онлайн-режиме с помощью современных систем видеонаблюдения. Это позволяет контролировать качество продукции на всех этапах производственного цикла. Таким образом, «Магнит» предлагает своим покупателям самые качественные, полезные и свежие продукты.

Использование энтомофагов¹ для борьбы с вредителями

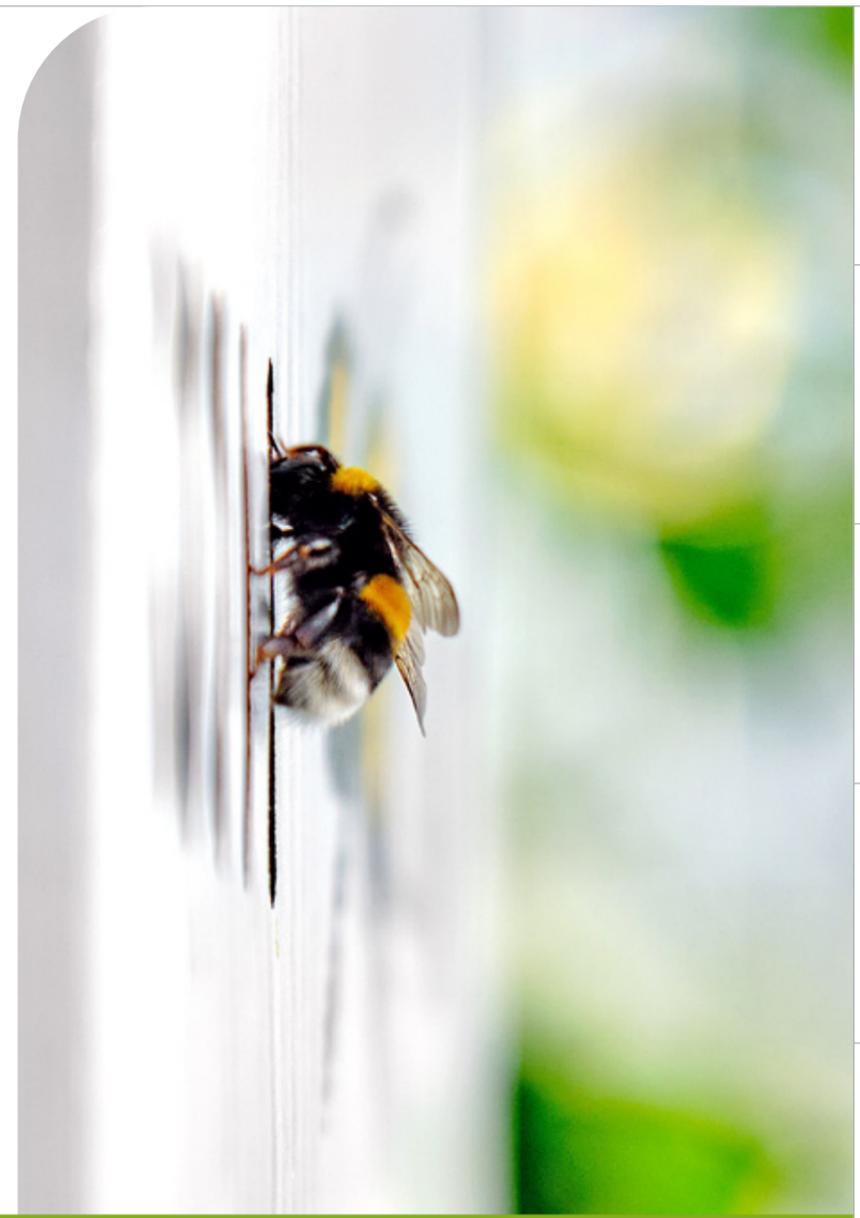
Для того, чтобы сохранить урожай Компания применяет биологический метод борьбы с вредителями. Вместо химических веществ-пестицидов «Магнит» активно использует в своих теплицах энтомофагов, таких как жужелица, блестянка и наездник. Применение энтомофагов позволяет:

- исключить применение пестицидов, влияющих на окружающую среду;
- устранить явление фитотоксичности;
- сдерживать в течение долгого времени рост численности вредных насекомых в теплицах;
- устранить проблему устойчивости популяций насекомых-вредителей и фитопатогенов к химическим пестицидам.

Такой метод борьбы с вредителями является экологически безопасным и одним из наиболее эффективных.

Для опыления растений в Компании используют помощников – шмелей. Хорошо известно, что шмели — активные опылители многих видов растений. Этим насекомых используют в теплицах для опыления томатов, перцев, баклажанов, в результате чего хозяйства получают прибавку урожая.

(1) Хищники и другие организмы, опасные для насекомых, влияющие на естественное регулирование их численности



Создание благоприятной рабочей среды

«Магнит» уверен в том, что стать ритейлером номер один в России и повысить качество обслуживания невозможно без хорошей команды. Сотрудники — это сердце Компании. Без их участия и вовлеченности мы не сможем стать лидером в своей отрасли.

«Магнит» стремится стать лучшим работодателем среди российских ритейлеров. Чтобы достичь этой цели Компания развивает систему мотивации сотрудников, создает комфортную рабочую среду и прозрачную систему корпоративного роста.

Все больше молодых людей хотят работать дистанционно, иметь гибкие условия труда, и учитывают корпоративную социальную вовлеченность компании. В службе управления персоналом «Магнит» следят за современными тенденциями и двигаются в ногу со временем.

Для наиболее эффективного построения системы развития карьеры наших сотрудников, «Магнит» разработал программы по найму, системе мотивации и обучения, основанные на EVP Employee value proposition.

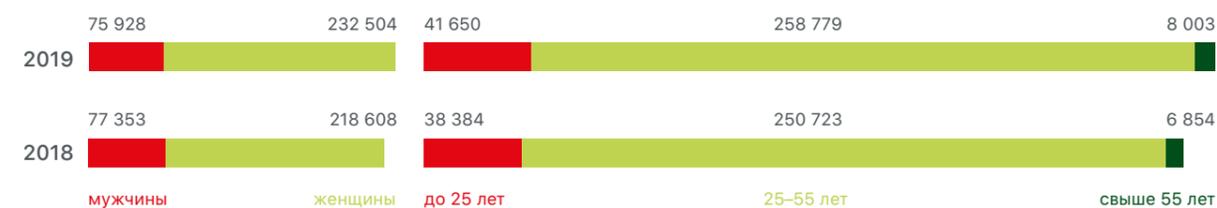
В 2019 году численность персонала увеличилась на 4% по сравнению с 2018 и составила 308 432 сотрудника.

«Магнит» высоко ценит своих сотрудников и соблюдает принцип равных возможностей, справедливости и персонального развития каждого из своих работников. Компания соблюдает права человека и не приемлет детский и принудительный труд в любых проявлениях.

«Магнит» старается создать инклюзивную и благоприятную среду для своих сотрудников. В Компании разработан Кодекс деловой этики, в котором отражены этические ценности Компании и основные правила поведения.

«Магнит» не приемлет дискриминацию сотрудников по национальному признаку, полу, возрасту, вероисповеданию, особенностям здоровья, сексуальной ориентации, политическим убеждениям и другим признакам. Если сотрудник чувствует к себе предвзятое отношение, он всегда может обратиться к Руководителю по этическим ценностям, где каждое обращение будет объективно рассмотрено. В 2019 году не было выявлено случаев дискриминации.

Разбивка персонала по полу и возрасту¹



(1) Данные не включают ООО «Алкотрейдинг»

«Магнит» возглавил рейтинг крупнейших частных работодателей России по версии журнала Forbes

Портал услуг для сотрудников «Магнита» признан лучшим в номинации «ITSM проект года» в рамках 10-й всероссийской конференции ITSMF

На конец 2019 года в «Магните» работает 912 сотрудников с ограниченными возможностями.

Разбивка руководящего состава по возрасту



Доля женщин в руководящем составе



Структура персонала по категориям

Категория	2017	2018	2019
Рабочие	182 969	200 827	202 724
Руководители	10 127	9 767	9 838
Специалисты и служащие	83 194	87 152	95 870

Отношение среднего размера заработной платы женщин к среднему размеру заработной платы мужчин

Регион деятельности	Рабочие	Руководители и специалисты
Москва и Московская область	118%	79%
Приволжский федеральный округ	119%	65%
Северо-Западный федеральный округ	111%	74%
Северо-Кавказский федеральный округ	103%	56%
Сибирский федеральный округ	116%	71%
Уральский федеральный округ	126%	71%
Центральный федеральный округ (без учета Москвы и области)	128%	66%
Южный федеральный округ	100%	58%

Обучение и развитие персонала

В «Магните» существуют различные программы для развития и обучения персонала.

Сотрудники имеют возможность проходить как hard-skill курсы, например по обеспечению товародвижения и работе с отдельными видами товаров, так и soft-skill курсы, например, по письменным коммуникациям, ведению переговоров, тайм-менеджменту, или основам управленческого анализа. Сотрудники освоили 750 685 учебных курсов по различным темам.

В Компании в 2019 году активно развивалась система внешнего обучения. Всего в 2019 году по данному формату было обучено 174 сотрудника.

В планах Компании на 2020 годы разработать платформу для мобильного обучения сотрудников, чтобы обеспечить доступ к обучающим программам персонала магазинов, не имеющего доступа к компьютеру.

Для руководителей и специалистов «Магнит» разработал собственную программу обучения – «Магнит Бизнес Академия» (Magnit Business Academy – MBA). Программа состоит из нескольких профильных факультетов:

- MBA – для директоров филиалов;
- MBAadvr – для региональных руководителей дирекции по развитию и запуску;
- MBApro – для директоров округов и директоров филиальной сети;
- MBAcatman (Академия категорийного менеджмента) – Руководители категорий, категорийные менеджеры.



Примеры обучающих программ в 2019 году

Отдел	Обучающие программы	Продолжительность (в часах)
Эксплуатация	<ul style="list-style-type: none"> – Эффективная торговля на ОРЭМ – Практикум работы с новой версией АРМ КУ 	32
ИТ	<ul style="list-style-type: none"> – Администрирование Hadoop-кластера – Saint HighLoad++ 2019 – Курс «ITIL Practitioner. Практические подходы для успешной работы» – Форум Big Data 2019 – Слёрм-4 + МегаСлёрм – Режим коммерческой тайны на предприятии 	176
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> – Создание презентаций PowerPoint 	14
Собственное производство	<ul style="list-style-type: none"> – Правовое регулирование оборота этилового спирта в сфере химической, медицинской и фармацевтической деятельности – Методы контроля качества и безопасности пищевых продуктов (дегустаторы) – Выращивание шампиньонов на готовом компосте 	88
Юристы	<ul style="list-style-type: none"> – Практические навыки работы юриста: переговоры, написание документов, судебная риторика, управление проектами, работа юридического департамента – Изменения федерального законодательства 	40
Цепочки поставок	<ul style="list-style-type: none"> – Эксплуатация ПС ЕГАИС и УТМ производителями и импортерами маркированной алкогольной продукции 	48
Стратегия и проекты	<ul style="list-style-type: none"> – Процессное управление – E-commerce Weekend 	50
ОЦО	<ul style="list-style-type: none"> – Общие Центры Обслуживания-Саммит руководителей – Конференция SSON 	16

Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды (продолжение)

Обучение проводится в формате спринтов, каждый длится до трех месяцев и включает в себя: предтренинговую подготовку, интенсивный очный практикум с внутренними и внешними экспертами и тренерами и посттренинговый этап.

В 2019 году обучение по программе MBAcatman прошло 195 человек, по направлениям MBA, MBAadv, MBApro прошло обучение 156 сотрудников.

«Магнит» уделяет большое внимание привлечению молодых специалистов и формированию кадрового резерва. «Магнит» сотрудничает с ведущими учебными заведениями Краснодарского края: КубГУ, КубГТУ, КубГАУ, КубГМУ, ИМСИТ, КИПО, ККЭП, РУК, Финансовым университетом при Правительстве Российской Федерации. В 2019 году «Магнит» наладил сотрудничество со следующими вузами:

- Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого (СПбПУ)
- Санкт-Петербургский государственный экономический университет (СПбГЭУ)
- Высшая школа экономики (ВШЭ). Факультет компьютерных наук.

Система профессиональной переподготовки

В «Магните» каждый сотрудник может пройти программу профессиональной переподготовки. Благодаря наличию лицензии от Министерства образования Кубани сотрудники без отрыва от производства могут освоить новую профессию и по окончании получить диплом. В 2019 году по данной программе 2 508 сотрудников прошли путь от продавца до товароведа или от товароведа до директора магазина.

Также для молодых специалистов Компания разработала программу практик и стажировок «Магнит: новое поколение». Данная программа направлена на привлечение перспективных профильных студентов. Молодые специалисты могут выбрать неоплачиваемую практику, длительностью две-четыре недели или оплачиваемую стажировку, длительностью один-три месяца. В 2019 году 139 студентов прошли стажировки и практики, из них было трудоустроено 49 человек.

На собственном производстве Компании для обучения руководителей действует дистанционная Модульная программа «Формула развития». В 2019 году прошли программу 173 человека (в т.ч. женщины – 71, мужчины – 102). На одного сотрудника пришлось от 10 до 14 часов в квартал. Общий объем обучения составил 2 076 часов.



«Академия ритейла. У тебя к этому талант!»

Программа по повышению престижа профессии и улучшению условий труда водителей автотранспортных предприятий.

Цели проекта:

- увеличить средний стаж сотрудника в Компании;
- создать прозрачную систему вознаграждения и оцифровать работу водителя;
- диджитализировать бизнес-процессы;
- сократить срок стажировки и повысить качество подготовки;

- повысить престиж профессии водителя и адаптировать ее под молодое поколение;
- создать целостную систему обучения;
- снизить издержки на обслуживание, ремонт и замену транспортных средств.

Внедрение данной обучающей программы помогло увеличить в 2,5 раза средний стаж работы в Компании, на 15 % увеличить качество работы нового сотрудника и повысить продуктивность на 11%.

Система вознаграждения и социальной поддержки

«Магнит» предоставляет работникам систему льгот, полностью соответствующую Российскому законодательству, включая дополнительные льготы, такие как помощь в трудной жизненной ситуации, подарки детям сотрудников и другие.

Расходы на оплату труда в 2019 году составили 107,7 млрд руб.

В 2019 году общие расходы на социальный пакет работников и прочие выплаты составили 835 млн руб. «Магнит» также выделяет средства на поддержку здорового образа жизни. Так, сотрудники головного офиса имеют все необходимые условия для занятий спортом и участия в спортивных городских мероприятиях. Также в Компании продолжает действовать проект «Магнит Здоровье». Благодаря нему, на территории головного офиса открылись медицинские кабинеты, аптека, появилась возможность проводить массовые вакцинации против вируса гриппа, а также инъекции по назначению врача. В 2019 году всё больше сотрудников стали получать материальную помощь от Компании в тяжелых жизненных ситуациях.

«Магнит» поддерживает сотрудников, уходящих в отпуск по уходу за ребёнком, в 2019 году в отпуск ушли 113 мужчин и 9 915 женщин. Отпуск по уходу за ребенком предоставляется на срок до достижения ребенком 3-х лет без прерывания трудового стажа и стажа работы по специальности и оплачивается согласно ТК РФ.

Система нематериальных льгот для сотрудников «Магнита» включает:

- компенсацию проезда в отпуск сотрудникам северных регионов;
- оплату отпуска для санаторно-курортного лечения;
- компенсацию мобильной связи;
- корпоративное такси;
- предоставление и обслуживание корпоративного транспорта, а также компенсацию топлива;
- перелеты в домашний регион для релоцированных сотрудников, а также компенсации, связанные с наймом и поиском жилья;
- добровольное медицинское страхование (ДМС);
- компенсацию затрат на медицинский осмотр для медицинской книжки;
- страхование от несчастных случаев и критических заболеваний;
- материальную помощь сотрудникам в сложной жизненной ситуации;
- частичную компенсацию питания;
- подарки для детей сотрудников к Новому году;
- наборы первоклассника;
- бесплатный отдых на черноморском побережье для водителей;
- золотые значки сотрудникам с непрерывным стажем более 10 лет работы в Компании;
- грамоты и награды от Министерства промышленности и торговли РФ и Министерства транспорта РФ;

- призы сотрудникам в рамках конкурсов;
- скидки на кулинарию собственного производства для сотрудников магазинов большого формата;
- создание комфортных условий труда и отдыха для сотрудников головного офиса: спортзал, спортплощадка, столовая, льготные программы по карте «Тандер-дисконт» и др.

«Магнит» регулярно проводит корпоративные мероприятия и мотивационные программы, направленные на развитие корпоративной культуры и командного духа; популяризацию спорта и приобщение сотрудников к здоровому образу жизни.

Для развития творческого потенциала сотрудников Компания внедрила проект «Магнит – Идея», в рамках которого сотрудники делятся своими идеями по улучшению работы, а лучшие из них внедряются в работу. Конкурс проводится с 2007 года, за это время было рассмотрено более 11 тысяч инициатив от сотрудников, которые помогли улучшить сотни рабочих процессов и сэкономить десятки миллионов рублей.

«День продаж»

Сотрудники офисов отправляются в магазины на полноценный рабочий день, чтобы помочь в периоды высокой нагрузки. Поучаствовать в программе можно весь год.

- 28 567 выходов в магазины
- 20 000 торговых точек
- 92 % положительной обратной связи от сотрудников

Юбилей компании: 25 лет

Каждый сотрудник получил подарочный бокс к 25-летию компании.

- 1,8 млн охват мероприятия в социальных сетях
- 290 000 подарочных боксов вручили сотрудникам компании
- 2 000 офисных сотрудников вышли на «День продаж» в день рождения

Забег

Спортивные мероприятия во всех округах компании.

- 50 000 участников забегов
- 15 000 сотрудников и их семей стали зрителями мероприятий
- 3 000 бегунов от команды «Магнит»
- 750 участников – самая крупная корпоративная команда в г. Краснодар

Платформа «Любимый магазин»

Электронная платформа с дашбордами операционной эффективности для форматов «Магнит у дома» и «Магнит Косметик». Повышение продаж, геймификационные рейтинги, нематериальная мотивация для команды магазинов.

- 2 формата в проекте
- 15 000 магазинов-участников
- 140 000 сотрудников



Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды
(продолжение)



Конкурс «Золотой магазин»

Всероссийский финал профессионального конкурса для сотрудников формата «Магнит Косметик».

- 25 000 сотрудников из 5 500 магазинов
- 120 сотрудников из 24 магазинов в финале
- 110 000 охват в социальных сетях
- 69 000 онлайн зрителей
- 30 победителей

Конкурс «Магнит у руля»

Конкурс профессионального мастерства для водителей-экспедиторов и водителей-инструкторов с региональными этапами и всероссийским финалом. Family day для членов семей участников на финале.

- 79 548 просмотров видеороликов с мероприятия
- 9 400 участников конкурса
- 105 победителей регионального этапа
- 44 финалиста и 6 победителей

День работника торговли: вручение Золотых значков

В 2019 году «Магнит» возобновил традицию вручать Золотые значки сотрудникам, отработавшим в компании более 10 лет, и сделал это событие главным для всего российского Ритейла.

- 2 млн просмотров контента в социальных сетях
- 300 000 сотрудников получили поздравление с профессиональным праздником
- 10 000 сотрудников получили Золотые значки за 10-летний стаж работы в компании
- 500 сотрудников были награждены грамотами от Министерства промышленности и торговли

Детский новогодний подарок

Сладкий подарок для детей сотрудников, включающий конфеты и собственные торговые марки и собственного производства.

- 220 000 сладких подарков
- 2-10 лет – возраст получателей
- 46 конфет в каждом подарке

Лектории MGNTech и MGNTalent

Лектории об инновациях от известных предпринимателей и даже сотрудников компании.

- 30 000 зрителей по всей России
- 3098 участников в Краснодаре и Санкт-Петербурге
- 22 спикера-эксперта

Сотрудники в помощь

Инициативы неравнодушных сотрудников: для помощи нет границ и времени года!

- Благотворительность
- Волонтерство
- Подарки детским домам
- Помощь ветеранам
- Pro bono
- Почта Деда Мороза: исполняем детские мечты

Охрана труда и производственная безопасность

Работники – самый ценный ресурс Компании. Охрана их здоровья и обеспечение безопасности является одной из важнейших тем для «Магнита». Компания провела оценку своих бизнес-процессов и системы охраны труда и производственной безопасности (далее – ОТ и ПБ) с целью выявления основных рисков. Понимание ключевых рисков Компании в этой сфере позволит «Магниту» своевременно предпринимать меры по их минимизации.

Ключевыми рисками в области ОТ и ПБ Компании являются:

- допуск сотрудников к выполнению трудовых обязанностей без обучения по ОТ и оказанию первой помощи;
- допуск сотрудников к выполнению трудовых обязанностей без проведения предварительных и периодических медицинских осмотров;
- выполнение должностных обязанностей без средств индивидуальной защиты (СИЗ);
- получение травм на объектах собственного производства;
- отсутствие необходимых документов по ОТ.

Для минимизации рисков в Компании проводится мониторинг по выполнению требований ОТ как минимум ежемесячно по всем структурным подразделениям. «Магнит» реализует на ежегодной основе ряд мероприятий, который включает в себя:

- проведение инструктажей по ОТ;
- проверку знаний по ОТ;
- проведение СОУТ и ознакомление с ее результатами;
- проверку наличия группы допуска по электробезопасности;
- выдачу необходимых инструкций и ознакомление с ними;
- обеспечение работников организации средствами индивидуальной защиты (СИЗ);
- выявление наличия карт по выдаче СИЗ;
- анализ качества смывающих средств и их количества;
- проведение предварительных и периодических медицинских осмотров и т.д.

«Магнит» соблюдает требования российского законодательства в области охраны труда, а также руководствуется внутренними нормативными стандартами и инструкциями. В Компании действует система управления охраной труда и производственной безопасностью (далее – СУОТ). В ее основе лежит принцип: «организация – планирование и применение – оценка – действия по совершенствованию». Действие СУОТ распространяется на всей территории, во всех зданиях и сооружениях «Магнита». Требования СУОТ обязательны к исполнению для всех сотрудников Компании и для всех лиц, находящихся на территории, в зданиях и сооружениях Компании. Помимо этого, Компания разработала и внедрила процессы, которые позволяют поддерживать высокий уровень эффективности системы ОТ и ПБ.

Ответственность за управление охраной труда несут все руководители структурных подразделений и ответственные должностные лица, назначенные соответствующими приказами. Границы ответственности определены в СУОТ и закреплены в должностных обязанностях различных категорий сотрудников.

Всего в 2019 году в «Магните» произошло пять несчастных случаев со смертельным исходом. Причинами несчастных случаев были нарушения правил дорожного движения.

«Магнит» уделяет большое внимание контролю состояния здоровья своих сотрудников. Это позволяет Компании выявлять начальные формы профессиональных заболеваний, а также ранние признаки воздействия вредных и/или опасных производственных факторов на сотрудников. Также выявляются общие заболевания, являющиеся медицинскими противопоказаниями для продолжения работы.

«Магнит» работает над сокращением дорожно-транспортных происшествий, произошедших по вине своих водителей. Компания постоянно совершенствует и развивает культуру вождения и внедряет системы безопасности транспортных средств. Проводится регулярное обучение водителей, предоставляются курсы повышения квалификации, разрабатываются мероприятия по транспортной безопасности.

В отчетном периоде в «Магните» была разработана и принята Дорожная карта по безопасности труда в логистическом секторе. Дорожная карта содержит список мероприятий по устранению рисков, связанных с травматизмом водителей и работников РЦ.

(1) Показатель включает в себя информацию по следующим обществам Компании: АО «Тандер», ООО «Сельта», ООО «ТД-ходинг», ООО «ТК Зеленая линия»

Примеры систем в области ОТ и ПБ ПАО «Магнит»

Название системы	Цель применения
Информационная система охраны труда	Информирование руководителей структурных подразделений о случаях производственного травматизма с целью разработки и осуществления мероприятий по снижению его уровня
Система прогнозирования производственного травматизма	Разработка и реализация предупредительных мер
Система реагирования на отклонения от требуемого уровня безопасности по охране труда	Принятие оперативных мер при увеличении уровня производственного травматизма
Система управления по устранению рисков по охране труда	Принятие оперативных управленческих решений при возникновении критических рисков, связанных с производственным травматизмом

Коэффициент частоты травматизма, количество несчастных случаев с потерей трудоспособности на 1000 сотрудников ¹



Количество дорожно-транспортных происшествий



ГЛАВА 5.

Вклад в качество жизни сообществ

В основе всех решений и бизнес-процессов «Магнит» лежит забота о людях. Одной из амбициозных целей «Магнита» является внесение положительного вклада в жизнь наших покупателей, сотрудников и местных сообществ.

Вклад в развитие местных сообществ

«Магнит» уделяет большое внимание не только взрослой аудитории, но и своим юным покупателям. В День защиты детей «Магнит» провел в своих магазинах уроки торговой грамотности для ребят разных возрастов. Сотрудники магазинов рассказали, как совершать покупки и выбирать продукты. В акции приняло участие 150 магазинов, а лекции прослушало более 1 000 гостей.

Одним из направлений благотворительной деятельности «Магнита» является помощь детским домам.

Так, совместно с благотворительным фондом «Добродушие» и другими партнерами был организован грандиозный праздник для воспитанников детских домов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. На мастер-классах от «Магнита» ребята мастерили карнавальные маски и Новогодние открытки. Кроме того, сотрудники «Магнита» собирают продукты питания и предметы первой необходимости для воспитанников детских домов, направляют приятные подарки пациентам хосписов.

«Магнит» заботится не только о младшем, но и старшем поколении. Компания в очередной раз поддержала акцию «Красная гвоздика» совместно с Благотворительным фондом «Память поколений». Приобретая в магазинах «Магнит» значок «Красная гвоздика», покупатели помогают ветеранам. Также на 9 мая «Магнит» в Московском округе поздравил 200 ветеранов продуктовыми наборами, предоставил продукты для полевой кухни в парках Москвы на 500 Ветеранов. В декабре 2019 года был объявлен сбор подарков, украшений для палат и открыток с рукописными пожеланиями для поздравления пожилых людей, находящихся в домах престарелых Краснодара. Было собрано больше 100 подарков и открыток, сотрудники округа с удовольствием подключились к проекту. Помимо этого, сотрудники «Магнита» принимают участие в «Дне пожилого человека».

Совместно с Российским красным крестом «Магнит» оказывал помощь пострадавшим от наводнения в Иркутской области. В Тайшет были отправлены продукты с долгим сроком хранения почти на миллион руб. Совместно с P&G помимо продуктов были отправлены памперсы для детей.



«Детский Совет Директоров»

В 2019 году «Магнит» объединился с Yummy United и создал Детский Совет директоров, в первый состав которого войдут 40 детей сотрудников Компании (20 детей в Москве и 20 детей в Краснодаре), дальше в него смогут войти все дети в возрасте 8-12 лет. Первое заседание запланировано на начало 2020 года.

Ребята смогут принять участие в разработке завтраков и снеков для детей под брендом Yummy United, которые будут эксклюзивно продаваться в магазинах «Магнита». В игровой форме юные директора примут участие в создании продуктовых и упаковочных решений, дизайна и рекламных коммуникаций и помогут Компании лучше понимать детей, их потребности и интересы.

#ПравоНаСчастье

В 2019 году бренд детского питания «Агуша», Фонд помощи детям «Обнаженные сердца» и «Магнит» стартовали социально ориентированную кампанию #ПравоНаСчастье. Данная программа была направлена на поддержку семей, где есть дети с особенностями развития.

В программе была использована механика отчисления за покупку: на упаковках творожка и кефира «Агуша» размещался значок #ПравоНаСчастье. С каждой проданной упаковки продукта с таким значком в фонд «Обнаженные сердца» переводился 1 рубль. Кампанию поддержал и «Магнит»: за каждый купленный продукт со значком акции в магазинах сети, «Магнит» дополнительно переводил еще 1 рубль от себя в Фонд.

По результатам проекта фонд получил 24 млн руб., 4 млн руб. из которых направил «Магнит». Собранные средства пошли на реализацию трех проектов фонда. Среди них запуск платформы «Обнаженные сердца онлайн».

Сбалансированное питание и здоровый образ жизни сотрудников и покупателей

Одним из основных направлений стратегии устойчивого развития является просвещение населения в области сбалансированного питания и здорового образа жизни. Для этого в Компании принята общая миссия здоровья "better for you", в рамках которой был запущен пилотный проект «Клуб здоровых привычек».

Пилотный проект проводится на территории 3 субъектов Российской Федерации: Челябинской, Ярославской и Костромской областях. С момента запуска пилотного проекта более 25 000 человек вступили в Клуб, что эквивалентно 2% от всех карт, активированных в регионах проведения пилотного проекта. Около 22% участников данной инициативы подписались на корзину. Подписка на корзину позволяет получать в 5 раз больше баллов при покупке товаров из «здоровой корзины». В здоровую корзину входят свежие продукты питания такие как молочная продукция, свежие фрукты и овощи, свежее мясо, продукция местных производителей, и непродовольственные товары: натуральная косметика, экологичная бытовая химия.

Кроме того, в мобильном приложении и на сайте участникам Клуба доступны рекомендации по правильному питанию и ведению здорового образа жизни, рецепты полезных блюд, советы специалистов-диетологов.

В предстоящем году планируется скорректировать механику «Клуба здоровых привычек» по начислению баллов, пересмотреть ассортимент корзины здоровья и инициативы по повышению вовлеченности покупателей. После этого «Магнит» будет проводить тиражирование Клуба здоровых привычек по всем регионам присутствия сети. Параллельно в магазинах Компании будут появляться зоны здоровья, где клиенты смогут купить продукты для сбалансированного питания. «Магнит» прорабатывает ассортимент Острова здоровья в разрезе подформатов, оценивает текущий ассортимент категории диабетических товаров для последующего правильного и эффективного позиционирования категории для покупателей в соответствии с их потребностями.

Помимо «Клуба здоровых привычек» «Магнит» продвигает идею активного образа жизни посредством поддержки спорта.

В 2019 году прошла серия забегов, приуроченная к 25-летию сети, в 7 федеральных округах, где расположены магазины Компании. В мероприятиях приняли участие около 50 000 человек, среди которых 2 500 были сотрудниками «Магнита».

Также в 2019 году «Магнит» стал официальным партнером Российского футбольного союза и Сборной России по футболу. Компания уверена, что данное сотрудничество поможет популяризировать российский футбол и здоровый образ жизни, а также будет способствовать развитию детско-юношеского футбола.



«Магнит» стал титульным спонсором спортивных мероприятий:



TOP LIGA RUN



«Забег РФ Краснодар»



«Забег РФ Ростов-на-Дону»

«SwimRun Геленджик»

Ответственный маркетинг

«Магнит» старается активно продвигать принципы и идеи устойчивого развития среди покупателей, своих сотрудников и партнеров. Компания поддерживает тренд на «зеленое» потребление, который сейчас интересует многих покупателей. «Магнит» постоянно расширяет список партнерских организаций и совместно реализуемых инициатив. Это помогает Компании вносить позитивный вклад в жизнь общества, приближает «Магнит» к достижению целей устойчивого развития и выполнению обязательств в рамках Стратегии в области устойчивого развития.

В апреле 2019 года «Магнит» запустил проект «Эко Куб». На сегодняшний день в 87% дрогери и в 12% магазинов крупных форматов установлены специальные стеллажи с экологичными товарами бытовой химии. Целью проекта является изменение структуры полочного пространства в связи с увеличивающимся спросом на товары эко сегмента. Продукты располагаются на отдельном стеллаже. В среднем ассортимент представлен 70 позициями от производителей, имеющих международные экологические сертификаты или российские экологические маркировки, признанные международным сообществом: средства для стирки, мытья посуды, чистящие средства и другие. Компании ответственно подходила к выбору эко брендов, изучала сертификаты и составы продуктов. Внедрение данного проекта помогло увеличить продажи экологичной бытовой химии на 75%.

Для продвижения различных инициатив среди своих покупателей и сотрудников Компания регулярно сотрудничает с различными компаниями. Так, например, «Магнит» осуществляет ряд совместных проектов по установке фандоматов для приема пластиковой упаковки в магазинах сети. В 2019 году было заключено два соглашения с компанией Unilever и AB InBev Efes. В рамках сотрудничества с компанией Unilever были поставлены фандоматы в супермаркетах «Магнит Семейный» в Туле и Краснодаре. Посетители магазина могут принести любую пластиковую бутылку или флакон до двух литров на переработку и получить в обмен купон на скидку 10% на любой продукт бренда «Чистая линия» в любом из супермаркетов «Магнит Семейный» по всей России.

А в рамках сотрудничества с AB InBev Efes были установлены фандоматы в магазинах «Магнит Семейный» в Москве, Красногорске и Краснодаре. В них можно сдать алюминиевые банки и ПЭТ-бутылки объемом от 0,25 до 2 л и получить купон на 10% скидку на продукцию бренда «Белый медведь» компании AB InBev Efes, а также эко-сумки.

Совместно с компанией Procter & Gamble был разработан проект в области устойчивого развития в России планируемый к реализации в 2020 году.

Всего в 2019 году было установлено 11 фандоматов и собрано 32 024 пластиковых бутылок и алюминиевых банок.

Примеры инициатив в рамках партнерства в интересах устойчивого развития



Партнер: WWF

«Магнит» подписал Меморандум об устойчивом развитии при поддержке Всемирного фонда дикой природы. Компании планируют развивать проекты по защите окружающей среды с применением международных практик, разрабатывать экологические стандарты отрасли, совершенствовать бизнес-процессы, внедрять новые технологические решения, формировать культуру ответственного потребления.



Партнер: Duracell

Сбор использованных батареек в 26 магазинах «Магнита» в Ярославской области.



Партнер: The Consumer Goods Forum

Вступление в международную Ассоциацию ритейлеров и производителей потребительских товаров (The Consumer Goods Forum) в ноябре 2019 года – в целях продвижения идей устойчивого развития в секторе розничной торговли.



Партнер: AB InBev Efes

Установка фандоматов в магазинах «Магнит Семейный» в Москве, Красногорске и Краснодаре.



Партнер: Unilever

Установка фандоматов для сбора использованной пластиковой упаковки в Туле и Краснодаре для дальнейшей переработки.

ГЛАВА 6.

Об отчете

Границы отчета

Настоящий Отчет является первым нефинансовым отчетом Компании. В нем раскрыты результаты деятельности Группы компаний «Магнит» за 2019 год. В дальнейшем Компания планирует внедрить ежегодный цикл нефинансовой отчетности.

Перечень компаний группы «Магнит», информация в отношении которых составляет периметр раскрытия информации в настоящем Отчёте

Наименование	Вид деятельности	Доля участия на 31.12.2019
ПАО «Магнит»	Головная холдинговая компания	Не применимо
АО «Тандер»	Розничная и оптовая торговля продуктами питания	100%
ООО «Сельта»	Оказание транспортных услуг компаниям Группы	100%
ООО «Ритейл импорт»	Импортные операции	100%
ООО «Алкотрейдинг»	Прочие операции	100%
ООО «Тандем»	Сдача в аренду помещений	100%
ООО «БестТорг»	Розничная торговля продуктами питания на территории Москвы и Московской области	100%
ООО «Звезда»	Держатель активов, оказание услуг по техническому обслуживанию автомобилей компаний Группы	100%
ООО «ИТМ»	Оказание услуг в сфере информационных технологий	100%
ООО «Логистика-Альтернатива»	Импортные операции	100%
ООО «МагнитЭнерго»	Поставка электроэнергии для объектов Группы	100%
ООО «Магнит Фарма»	Владелец лицензии на осуществление фармацевтической деятельности	100%
ООО «Магнит ИТ Лаб»	Разработка инновационных программных продуктов	100%

Наименование	Вид деятельности	Доля участия на 31.12.2019
СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО		
ООО «МФК»	Прочие операции	100%
ООО «ТД-холдинг»	Производство и переработка продуктов питания для Группы	100%
ООО «ТК Зеленая линия»	Тепличный комплекс	100%
ООО «Управляющая компания Индустриальный парк Краснодар»	Управление производственными активами	100%
ООО «Кондитер Кубани»	Производство продуктов питания для Группы	100%
ООО «Кубанский комбинат хлебопродуктов»	Производство продуктов питания для Группы	100%
ООО «Москва на Дону»	Производство сельскохозяйственной продукции для Группы	100%
ООО «Морозные припасы»	Производство продуктов питания для Группы	100%
ООО «Волшебная свежесть»	Производство бытовой химии для Группы	100%

Также в отчете раскрыты стратегические цели и планы «Магнита» на ближайшее будущее. Отчет полно и достоверно раскрывает информацию о приоритетных направлениях деятельности «Магнита» для широкого круга заинтересованных сторон.

Планы Компании, отраженные в Отчете за 2019 год, носят предварительный характер и не являются гарантией будущих результатов. Их выполнение зависит от известных и неизвестных, в том числе от внешних, факторов, рисков и неопределенности, поэтому будущие результаты могут существенно отличаться от заявленных в настоящем Отчете. Все прогнозные заявления основаны на информации, имеющейся у ПАО «Магнит» на дату составления Отчета. 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 планов и/или прогнозных заявлений, в том числе, содержащихся в настоящем Отчете, с целью отражения каких-либо изменений условий или обстоятельств.

Глава 6. Об отчете (продолжение)

Содержание Отчета

Отчет подготовлен в соответствии с основным вариантом Стандартов GRI (GRI Standards). Перечень показателей Стандартов GRI представлен в Приложении 1 к настоящему отчету.

Настоящий отчет соответствует основным принципам Стандартов GRI, включая сбалансированность, сопоставимость, точность, своевременность, ясность и надежность.

В ряде случаев во избежание дублирования информации в настоящем Отчете приводятся ссылки на Годовой отчет Компании за 2019 год или другие публично доступные документы.

Отчет отражает вклад Компании в достижение целей ООН в области устойчивого развития. Отчет также подготовлен с учетом рекомендаций Рабочей группы по вопросам раскрытия финансовой информации, относящейся к изменениям климата (TCFD).

Определение существенных вопросов

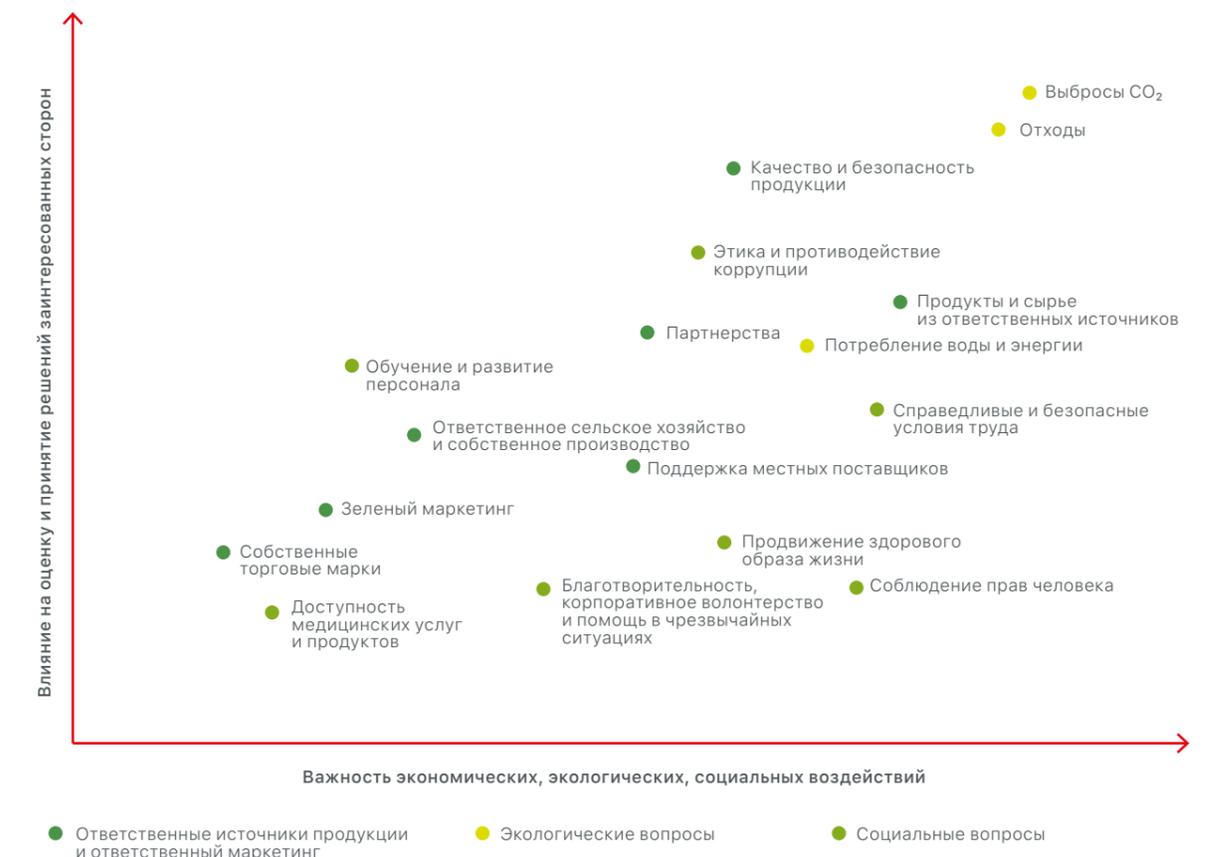
«Магнит» провел анализ существенных вопросов для раскрытия в Отчете. Существенными являются вопросы, которые отражают значимые воздействия Компании на экономику, окружающую среду и общество или могут сильно повлиять на оценки и решения заинтересованных сторон.

Для определения направлений деятельности в области устойчивого развития, которые признаются важными руководством Компании и внешними заинтересованными сторонами, были проведены:

- анализ запросов инвесторов;
- анализ содержания нефинансовых отчетов российских и зарубежных компаний-аналогов;
- анализ упоминаний Компании в российской деловой прессе;
- экспертная оценка выявленных тем на предмет полноты и сбалансированности.

Существенные темы отражены на матрице существенности. Для наглядности представленные темы выделены цветом, соответствующим категории GRI, к которой они относятся. Признанные существенными в результате проведенного анализа темы раскрыты в тексте Отчета: описаны подходы к управлению и раскрыты показатели, рекомендуемые Стандартами GRI. Также в Отчете раскрыты темы, которые не охвачены Стандартами GRI, но могут быть интересны заинтересованным сторонам.

Матрица существенности



Глава 6. **Об отчете**
(продолжение)

Существенные темы Отчета за 2019 год.

Тема	Обоснование важности темы для Компании
Сокращение воздействия на окружающую среду	
Выбросы CO₂	Проблема изменения климата несет риск развитию бизнеса в долгосрочной перспективе в связи с ростом цен на продовольствие и энергию. «Магнит» считает важной разработку мер по сокращению использования углеводородного топлива и хладагентов.
Отходы	Проблема образования отходов, в особенности отходов упаковки и пищевых отходов, стоит в центре внимания заинтересованных сторон. «Магнит» непрерывно совершенствует процесс ответственного обращения с отходами и работает над сокращением их объема.
Использование энергии и воды	Деятельность Компании предполагает использование энергии и воды, что оставляет заметный экологический след. Сокращение объемов потребления воды и энергии является одним из ключевых условий устойчивого развития бизнеса в долгосрочной перспективе.
Ответственные источники продукции и ответственный маркетинг	
Продукты и сырье из ответственных источников	«Магнит» строит ответственную цепочку поставок, в которой соблюдаются высокие стандарты качества и безопасности продукции, права человека и реализуются меры по сокращению негативного воздействия на окружающую среду. Ответственная цепочка поставок является важной составляющей репутации Компании и способствует росту бизнеса.
Поддержка местных поставщиков	Поставщики являются одними из ключевых заинтересованных сторон Компании. Закупка продукции и услуг у местных поставщиков обеспечивает удовлетворение спроса покупателей по всей географии сети и способствует развитию регионов присутствия Компании.
Качество и безопасность продукции	Безопасность и качество продукции напрямую влияет на репутацию Компании и рост бизнеса. «Магнит» производит и продает продукцию, отвечающую всем требованиям применимого законодательства.
Ответственное собственное производство и сельское хозяйство	Наличие собственного производства и сельского хозяйства является отличительной чертой «Магнита» и его конкурентным преимуществом. Собственное производство позволяет Компании предлагать качественную продукцию по выгодным ценам.
Собственные торговые марки	Качественная и безопасная продукция собственных торговых марок позволяет Компании удовлетворить спрос покупателей за счет предложения широкого спектра ценовых категорий.
Зеленый маркетинг	«Магнит» развивает зеленый маркетинг, чтобы удовлетворить меняющийся спрос клиентов и обеспечить преимущество перед конкурентами.
Партнерства	Достижение целей в области устойчивого развития невозможно без поддержки всех участников рынка. «Магнит» развивает партнерские программы и интеграции с другими компаниями для совместного достижения поставленных целей.

Тема	Обоснование важности темы для Компании
Сотрудники	
Справедливые и безопасные условия труда	Работники являются самым ценным ресурсом Компании. Их здоровье и безопасность являются высшей ценностью. Создание безопасной рабочей среды является стратегическим приоритетом «Магнита».
Обучение и развитие персонала	Работники обеспечивают функционирование и рост Компании. Обучающие программы «Магнита» способствуют формированию команды профессионалов и развитию бизнеса.
Местные сообщества	
Благотворительность, корпоративное волонтерство и помощь в чрезвычайных ситуациях	Благотворительные и волонтерские проекты позволяют Компании вносить вклад в развитие местных сообществ, повышать вовлеченность сотрудников и укреплять отношения с партнерами.
Здоровье и благополучие	
Продвижение здорового образа жизни	Компания удовлетворяет меняющиеся предпочтения клиентов, предлагая продукцию для сбалансированного питания и ведения активного образа жизни.
Доступность медицинских продуктов и услуг	«Магнит» развивает сеть аптек, повышая доступ населения к медицинским продуктам и услугам и способствуя достижению Целей устойчивого развития ООН
Ответственное ведение бизнеса	
Этика и противодействие коррупции	Компания ведет бизнес, демонстрируя ответственное отношение к обществу. «Магнит» не приемлет коррупцию и соблюдает Кодекс деловой этики.
Соблюдение прав человека	«Магнит» не приемлет дискриминацию, детский и принудительный труд во всех проявлениях и демонстрирует уважение к правам человека. Компания создает рабочую среду, в которой поддерживается инклюзивность и многообразие в структуре персонала.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards

Таблица соответствия информации, содержащейся в Отчете, Руководству GRI (версия Standards, вариант «основной»)

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ			
102-1	Название организации	Глава 1. О Компании	8
102-2	Основные бренды, продукция и услуги	Глава 1. О Компании: Ключевые сегменты бизнеса и масштаб Компании	20
102-3	Расположение штаб-квартиры организации	350072 г. Краснодар ул. Солнечная, 15/5	
102-4	Количество стран, в которых организация осуществляет свою деятельность	Глава 1. О Компании: Ключевые сегменты бизнеса и масштаб Компании	20
102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	Глава 1. О Компании	8
102-6	Рынки, на которых работает организация	Глава 1. О Компании: Ключевые сегменты бизнеса и масштаб Компании	20
102-7	Масштаб организации	Глава 1. О Компании: Ключевые сегменты бизнеса и масштаб Компании	20
102-8	Численность сотрудников	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды	52
102-9	Цепочка поставок	Глава 3. Ответственные источники продукции: Ответственная цепочка поставок	46
102-10	Существенные изменения в организации и цепочке поставок, произошедшие на протяжении отчетного периода	В отчетном периоде существенных изменений не происходило.	
102-11	Применение принципа предосторожности	В 2019 году Компания не использовала принцип предосторожности для выявления и контроля рисков, а также управления ими.	

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
102-12	Разработанные внешними сторонами экономические, экологические и социальные хартии, принципы или другие инициативы, к которым организация присоединилась или поддерживает	Глава 1. О Компании: Взаимодействие с заинтересованными сторонами	29
102-13	Членство в ассоциациях (например, отраслевых) и/или национальных и международных организациях по защите интересов	Глава 1. О Компании: Взаимодействие с заинтересованными сторонами	29
102-14	Обращение председателя Совета директоров и председателя правления	Обращение председателя Совета директоров Обращение Генерального директора и Президента	2 4
102-15	Описание ключевых воздействий, рисков и возможностей	Глава 1. О Компании: Управление вопросами устойчивого развития	28
102-16	Ценности, принципы, стандарты и нормы поведения организации	Глава 1. О Компании: Соблюдение деловой этики и прав человека	32
102-17	Механизмы обращения за консультациями по вопросам этического и законопослушного поведения	Глава 1. О Компании: Соблюдение деловой этики и прав человека	32
102-18	Структура управления организацией	Глава 1. О Компании: Корпоративное управление	33
102-20	Наличие в организации руководящей должности, предполагающей ответственность за решение экономических, экологических и социальных проблем	Глава 1. О Компании: Управление вопросами устойчивого развития	28
102-21	Процедуры проведения консультаций по экономическим, экологическим и социальным проблемам с заинтересованными сторонами	Глава 1. О Компании: Взаимодействие с заинтересованными сторонами	29
102-40	Список групп заинтересованных сторон, с которыми взаимодействовала организация	Глава 1. О Компании: Взаимодействие с заинтересованными сторонами	29

Приложение 1.

Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards

(продолжение)

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
102-41	Доля сотрудников, охваченных коллективным договором	В Компании нет коллективных договоров	
102-42	Принципы выявления и отбора заинтересованных сторон для взаимодействия	Глава 1. О Компании: Взаимодействие с заинтересованными сторонами	29
102-43	Подход организации к взаимодействию с заинтересованными сторонами, включая частоту взаимодействия по формам и заинтересованным группам	Глава 1. О Компании: Взаимодействие с заинтересованными сторонами	29
102-44	Ключевые темы и опасения, которые были подняты заинтересованными сторонами в рамках взаимодействия с организацией	Глава 1. О Компании: Взаимодействие с заинтересованными сторонами	29
102-45	Юридические лица, включенные в отчетность	Глава 6. Об отчете	70
102-46	Методика определения содержания Отчета	Глава 6. Об отчете	70
102-47	Список всех существенных тем, выявленных в процессе определения содержания отчета	Глава 6. Об отчете	70
102-48	Результаты всех переформулировок показателей, опубликованных в предыдущих отчетах, и причины такой переформулировки	Отчет публикуется впервые	
102-49	Существенные изменения охвата и границ тем по сравнению с предыдущими отчетными периодами	Отчет публикуется впервые	
102-50	Отчетный период	Глава 6. Об отчете	70
102-51	Дата публикации последнего из предшествующих отчетов	Отчет публикуется впервые	
102-52	Цикл отчетности	Ежегодно	
102-53	Контактная информация для вопросов относительно отчета или его содержания	Контактная информация	89
102-54	Вариант подготовки отчета «в соответствии» с Руководством GRI, выбранный организацией	Глава 6. Об отчете	89

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
102-55	Индекс содержания GRI	Приложение 1. Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards	76
102-56	Заверение отчета	В отчетном периоде заверение отчета не проводилось	
Управленческие подходы			
103-1	Существенные темы и их границы	Глава 6. Об отчете	70
103-2	Подход менеджмента и его составляющие	Глава 1. О Компании: Наш подход к устойчивому развитию	22
103-3	Оценка эффективности подхода менеджмента	Глава 1. О Компании: Наш подход к устойчивому развитию	22
СУЩЕСТВЕННЫЕ ТЕМЫ			
Экономическая категория			
Экономическая результативность			
201-4	Финансовая помощь, полученная от правительства	Глава 3. Ответственные источники продукции: Ответственное производство и сельское хозяйство Годовой отчет Компании	48
Непрямые экономические воздействия			
203-2	Понимание и описание существенных не прямых экономических воздействий, включая область влияния	Глава 1. О Компании: Наш подход к устойчивому развитию	22
Практика закупок			
204-1	Доля расходов на местных поставщиков	Глава 3. Ответственные источники продукции: Ответственная цепочка поставок	46

Приложение 1.

Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards

(продолжение)

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
Противодействие коррупции			
205-2	Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им	Глава 1. О Компании: Соблюдение деловой этики и прав человека	32
Противодействие конкуренции			
206-1	Общее число судебных исков в отношении организации в связи с противодействием конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства и их результаты	Глава 1. О Компании: Соблюдение деловой этики и прав человека	32
Экологическая категория			
Материалы			
301-2	Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Отходы	38
Энергия			
302-1	Потребление энергии внутри организации	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Использование ресурсов	40
302-3	Энергоемкость	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Использование ресурсов	40
302-4	Энергосберегающие мероприятия и инициативы	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Использование ресурсов	40
302-5	Снижение потребности в энергии на производство товаров и оказание услуг	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Использование ресурсов	40
Вода			
303-1	Взаимодействие с водой как ресурсом общего пользования	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Использование ресурсов	40

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
303-3	Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Использование ресурсов	40
Биоразнообразие			
304-1	Производственные площадки, находящиеся в собственности, в аренде или под управлением организации и расположенные на охраняемых природных территориях и территориях с высокой ценностью биоразнообразия, находящихся вне границ охраняемых природных территорий, или примыкающие к таким территориям	Глава 3. Ответственные источники продукции: Ответственное производство и сельское хозяйство	48
Выбросы			
305-1	Прямые выбросы ПГ	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Парниковые газы	36
305-2	Косвенные выбросы ПГ	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Парниковые газы	36
305-4	Интенсивность выбросов парниковых газов	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Парниковые газы	36
305-5	Сокращение выбросов парниковых газов	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Парниковые газы	36
305-6	Выбросы озоноразрушающих веществ (ОРВ)	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Парниковые газы	36
Сточные воды и отходы			
306-2	Общая масса отходов с разбивкой по видам и методам обращения	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду: Отходы	38

Приложение 1.

Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards

(продолжение)

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
Соблюдение требований экологического законодательства			
307-1	Несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований	В отчетном периоде было 130 штрафов и нефинансовых санкции, наложенных за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований на сумму 398 тыс. руб.	
Оценка поставщика по экологическим критериям			
308-1	Новые поставщики, прошедшие оценку по экологическим критериям	В отчетном периоде Компания не проводила оценку поставщиков по экологическим критериям	
Социальная категория			
Занятость			
401-1	Общее количество и процент вновь нанятых сотрудников, а также текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды	52
401-2	Льготы, предоставляемые сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Система вознаграждения и социальной поддержки	58
401-3	Отпуск по материнству/отцовству	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Система вознаграждения и социальной поддержки	58
Взаимоотношения сотрудников и руководства			
402-1	Минимальный период уведомления в отношении существенных изменений в деятельности организации, а также определен ли он в коллективном соглашении	В Компании отсутствует коллективное соглашение. Период не определен.	
Здоровье и безопасность на рабочем месте			
403-1	Система в области охраны труда и промышленной безопасности	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Охрана труда и производственная безопасность	62

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
403-2	Определение угроз, рисков и расследование случаев травматизма	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Охрана труда и производственная безопасность	62
403-3	Услуги и сервисы в области охраны труда	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Охрана труда и производственная безопасность	62
403-6	Продвижение здорового образа жизни среди сотрудников	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Система вознаграждения и социальной поддержки	58
403-9	Виды и уровень производственного травматизма	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Охрана труда и производственная безопасность	62
Подготовка и образование			
404-1	Среднегодовое количество часов обучения одного сотрудника с разбивкой по полу и категориям сотрудников	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Обучение и развитие персонала	54
404-2	Программы развития навыков и образования на протяжении жизни, призванные поддерживать способность сотрудников к занятости, а также оказать им поддержку при завершении карьеры	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды: Обучение и развитие персонала	54
Отсутствие дискриминации и равные возможности			
405-1	Состав руководящих органов и основных категорий персонала организации с разбивкой по полу, возрастным группам, принадлежности к группам меньшинств и другим признакам разнообразия	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды	52
405-2	Отношение базового оклада мужчин и женщин в разбивке по категориям работников и по существенным регионам осуществления деятельности организации	Глава 4. Создание благоприятной рабочей среды	52
Недопущение дискриминации			
406-1	Случаи дискриминации и предпринятые меры по их разрешению	В отчетном периоде случаев дискриминации выявлено не было.	

Приложение 1.

Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards

(продолжение)

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
Свобода ассоциации и ведения коллективных переговоров			
407-1	Выявленные подразделения и поставщики, в которых могут нарушаться права человека на свободу ассоциации и на заключение коллективных договоров или в которых существует значительный риск нарушения этих прав	В отчетном периоде в подразделениях Компании и у текущих поставщиков нарушения не зафиксированы.	
Детский труд			
408-1	Выявленные подразделения, в которых, и поставщики, у которых имеется существенный риск использования детского труда	В отчетном периоде в подразделениях Компании и у текущих поставщиков случаи использования детского труда не зафиксированы.	
Принудительный или обязательный труд			
409-1	Выявленные подразделения, в которых, и поставщики, у которых имеется существенный риск использования принудительного или обязательного труда	В отчетном периоде в подразделениях Компании и у текущих поставщиков случаи использования принудительного или обязательного труда не зафиксированы.	
Практики обеспечения безопасности			
410-1	Сотрудники службы безопасности, прошедшие обучение политике или процедурам в области прав человека	В отчетном периоде обучение по правам человека не проводилось	
Права коренных и малочисленных			
411-1	Случаи нарушения прав коренных народов	В отчетном периоде случаи нарушения прав коренных малочисленных народов не зафиксированы.	
Оценка соблюдения прав человека			
412-2	Общее количество часов обучения сотрудников политикам, связанным со значимыми для деятельности организации аспектами прав человека, включая долю обученных сотрудников	В отчетном периоде обучение по правам человека не проводилось	

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
Местные сообщества			
413-1	Процент подразделений с реализованными программами взаимодействия с местными сообществами, программами оценки воздействия на местные сообщества и программами развития местных сообществ	Глава 5. Вклад в качество жизни сообществ	64
Оценка поставщиков по социальным критериям			
414-1	Процент новых поставщиков, прошедших оценку по социальным критериям	В отчетном периоде Компания не проводила оценку поставщиков по социальным критериям	
Государственная политика			
415-1	Общее денежное выражение пожертвований на политические цели по странам и получателям/бенефициарам	В отчетном периоде пожертвований на политические цели по странам и получателям/бенефициарам не было	
Здоровье и безопасность потребителей			
416-1	Процент значимых категорий продукции и услуг, воздействие которых на здоровье и безопасность оценивается для выявления возможностей улучшения	Глава 5. Вклад в качество жизни сообществ Глава 3. Ответственные источники продукции: Качество и безопасность продукции	64 46
Маркировка продукции и услуг			
417-1	Виды информации о свойствах продукции и услуг, требуемые процедурами, и доля значимых категорий продукции и услуг, в отношении которых действуют такие требования к информации	Глава 5. Вклад в качество жизни сообществ Глава 3. Ответственные источники продукции: Качество и безопасность продукции	64 46
Конфиденциальность клиентов			
418-1	Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях	В отчетном периоде обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях не поступало.	

Приложение 1.

Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards
(продолжение)

Показатель	Определение показателя	Информация/Раздел Отчета	Страница
Соответствие социально-экономическим требованиям			
419-1	Несоблюдение законов и нормативных актов в социально-экономической сфере	В отчетном периоде отсутствовали существенные штрафы и финансовые санкции, наложенные за несоблюдение законодательства и нормативных требований в социальной и экономической областях.	
Отраслевые показатели			
FR4	Характер, масштабы и эффективность любых программ и практик, способствующих доступу к здоровому образу жизни; профилактике хронических заболеваний; доступу к здоровой, питательной и доступной еде; и улучшение благосостояния нуждающихся сообществ.	Глава 5. Вклад в качество жизни сообществ	64

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

Рабочая группа по вопросам раскрытия финансовой информации, связанной с изменением климата

№ п/п	Рекомендации	Отражено в Отчете
1	Управление Информация о порядке управления рисками и возможностями, связанными с изменением климата	Глава 1. О Компании: Управление вопросами устойчивого развития
2	Стратегия Информация о фактическом и потенциальном воздействии рисков и возможностей, связанных с изменением климата на хозяйственную деятельность организации, ее стратегию и финансовое планирование, если такая информация является значимой	Глава 1. О Компании: Управление вопросами устойчивого развития
3	Управление рисками Сведения о том, каким образом организация выявляет, оценивает и управляет рисками, связанными с изменением климата	Глава 1. О Компании: Управление вопросами устойчивого развития
4	Показатели и цели Информация о показателях и целях, используемых для оценки и управления соответствующими рисками и возможностями, связанными с изменениями климата, если такая информация является значимой	Глава 2. На пути к снижению воздействия на окружающую среду

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Документы в области устойчивого развития и корпоративного управления

- Устав ПАО «Магнит» (с учетом изменений и дополнений);
- Положение об Общем собрании акционеров ПАО «Магнит»;
- Положение о Совете директоров ПАО «Магнит» (с учетом изменений и дополнений);
- Положение о комитетах Совета Директоров ПАО «Магнит»;
- Положение о коллегиальном исполнительном органе (Правлении) ПАО «Магнит»;
- Положение о единоличных исполнительных органах (Президенте и Генеральном директоре) ПАО «Магнит»;
- Положение о Департаменте корпоративного управления ПАО «Магнит»;
- Положение о дивидендной политике ПАО «Магнит»;
- Политика по противодействию коррупции ПАО «Магнит»;
- Кодекс деловой этики ПАО «Магнит»;
- Положение об информационной политике ПАО «Магнит»;
- Антиалкогольная и антинаркотическая Политика группы компаний «Магнит»;
- Политика в области безопасного использования транспортных средств группы компаний «Магнит»;
- Политика в области пожарной безопасности группы компаний «Магнит»;
- Политика в области охраны труда и промышленной безопасности группы компаний «Магнит»;
- Политика в области охраны окружающей среды и производственной экологической безопасности группы компаний «Магнит»;
- Политика в области внутреннего контроля и управления рисками Публичного акционерного общества «Магнит»;
- Политика в области обеспечения ответственной цепочки поставок ПАО «Магнит»;
- Политика по качеству и безопасности пищевых и непищевых продуктов ПАО «Магнит»;
- Политика в области обращения с отходами упаковки ПАО «Магнит»;
- Политика по упаковке продукции собственных торговых марок ПАО «Магнит»;
- Политика в отношении изменения климата ПАО «Магнит»;
- Политика в области прав человека ПАО «Магнит»;
- Политика благотворительной, спонсорской и волонтерской деятельности ПАО «Магнит»;
- Политика в области здоровья и обеспечения качества жизни ПАО «Магнит».

Контактная информация

Ваша обратная связь помогает нам повышать качество представления нефинансовой отчетности.

Чтобы поделиться своим мнением или задать вопросы, связанные с Отчетом в области устойчивого развития, вы можете связаться с нами, воспользовавшись указанной ниже контактной информацией.

Юрки Талвитие

Советник генерального директора по вопросам устойчивого развития

E-mail: talvitie@magnit.ru

Анна Мелешина

Директор по корпоративным отношениям и устойчивому развитию бизнеса

E-mail: meleshina_ay@magnit.ru

Надежда Галактионова

Руководитель управления по устойчивому развитию

E-mail: galaktionova_na@magnit.ru