



Собственные торговые марки

«Магнит» стремится к постоянному развитию собственных торговых марок, предлагая покупателям уникальные товары с оптимальным соотношением цены и качества.

В основе нашего ценностного предложения (Customer Value Proposition, CVP) лежит развитие разнообразного ассортимента продукции под СТМ. Продукты СТМ сети «Магнит» отличаются превосходным сочетанием цены и качества, что делает их более привлекательными для покупателей по сравнению с аналогами известных брендов. В сети представлены товары СТМ в широком ценовом диапазоне, удовлетворяющем различные предпочтения потребителей. Тенденция спроса на данные товары подтверждает их популярность: число покупателей, выбирающих СТМ «Магнита», стабильно растет, включая тех, кто отдает предпочтение продукции средней и высокой ценовой категории.

Наличие собственного производства способствует повышению устойчивости бизнеса и дает возможность полностью контролировать процесс создания конечного продукта.

Привлечь внимание покупателей и побудить их попробовать товары под новыми торговыми марками весьма непросто, однако мы проводим большую подготовительную работу и предлагаем товары, которые действительно востребованы.

Эффективность СТМ «Магнита» во многом определяется вдумчивым подходом к их разработке и запуску, включающим:

- предварительный анализ рынка и конкурентов;
- поиск незанятых ниш;
- изучение передового международного опыта и предложений производителей, в том числе собственных производств;
- привлечение собственных высокотехнологичных R&D-лабораторий и тест-студий к разработке и улучшению качества продуктов;
- применение лучших практик производственных FMCG-компаний¹.

¹ FMCG (Fast Moving Consumer Goods) – товары повседневного спроса.

В настоящее время портфель СТМ «Магнита» насчитывает 62 торговые марки и 5,7 тыс. товарных позиций. Ключевыми СТМ Компании являются бренды «М Свежесть», «М Кухня», «Premiere of Taste», «LAF», «Gusto Di Roma», «Северная гавань», «Green Ribbon», «La fresh», «Каспер», а также кросс-категорийный бренд «Моя цена», который закрывает базовые потребности в первом ценовом сегменте при стабильном уровне качества.

Товары СТМ, представленные в магазинах «Магнит», производятся преимущественно российскими компаниями, также задействована 21 производственная площадка собственных предприятий по изготовлению и выращиванию продуктов питания.



Например, под брендом «М Свежесть» реализуются тепличные овощи и корнеплоды, грибы, зелень, выращенные в собственных комплексах ритейлера – в Краснодарском крае, Белгородской и Липецкой областях, а охлажденные мясные полуфабрикаты и рассольные сыры под этой торговой маркой выпускаются местными производителями.



13%

рост выручки от продаж товаров СТМ год к году

20%

доля товаров СТМ в продажах

5 706

товаров в портфеле СТМ

2 567

продовольственных товаров в портфеле СТМ

с 51 до 62

эксклюзивных торговых марок увеличен портфель СТМ «Магнита»

92 награды

международного конкурса «Гарантия качества – 2024» завоевали СТМ «Магнита» и «ДИКСИ»

863

новых наименования СТМ в 2024 г.



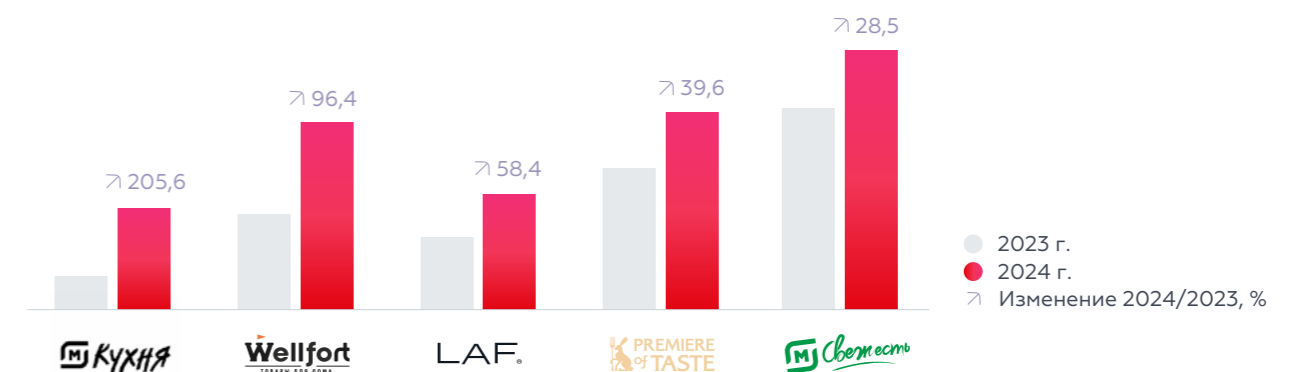
+15% к 2023 г.

157,9 млрд руб.

объем продаж бренда «Магнит» в 2024 г.

В 2024 г. объем продаж нашего самого крупного бренда в продажах – «Магнита» – достиг 157,9 млрд руб. (+15% в сравнении с 2023 г.), а наиболее быстрорастущими брендами стали: «М Кухня», «Wellfort», «LAF», «Premiere of Taste», «М Свежесть».

Продажи самых быстрорастущих брендов «Магнит», млрд руб.





Мы продолжаем расширять портфель и ассортимент наших СТМ в соответствии с изменением потребительского спроса, развивая собственное производство и выстраивая долгосрочные партнерские отношения с внешними поставщиками.

Портфель товаров СТМ сегодня насчитывает более 5,7 тыс. наименований. В 2024 г. были запущены 863 новинки СТМ. Это в том числе молоко и молочные продукты, рыбная и мясная гастрономия, готовые блюда, фрукты и овощи, сыры, хлеб, бакалея, кондитерские изделия, безалкогольные и слабоалкогольные напитки,

чай, кофе, консервированная и замороженная продукция, косметика и бытовая химия, бумажная продукция и средства гигиены, декоративная косметика, уход за кожей, уход за волосами, детская гигиена, женская гигиена, товары для дома и непродовольственные товары.



В 2024 г. был запущен бренд «Северная гавань» для продуктов в категориях «рыбная гастрономия», «замороженная рыба и морепродукты».

Фирменный стиль и упаковку для торговой марки «Северная гавань» разработали дизайнеры нашей сети, а сотрудники отдела качества задали высокие критерии производства продукции.

Перспективным направлением развития ассортимента «Магнита» являются готовые блюда. Для магазинов у дома их производят локальные производители под брендом «М Кухня» под строгим контролем сотрудников отдела качества «Магнита».

В 2024 г. «Магнит» расширил географию продаж упакованной готовой еды под собственным брендом «М Кухня», ассортимент которого насчитывает более 150 позиций в различных категориях. Продукция этой линейки появилась в более чем 9 тыс. торговых точек такого формата.

Продукцию для линейки «М Кухня» производят региональные поставщики, прошедшие тщательный отбор на соответствие требованиям розничной сети к качеству и безопасности сырья и готовых блюд. Отличительной чертой бренда «М Кухня» стали свежесть, качество и вкус «домашних» рецептов.

«Абрау-Дюрсо Sparkling Truffle»

«Магнит» в сотрудничестве с Группой компаний «Абрау-Дюрсо» запустил производство уникальной линейки шоколадных трюфелей с добавлением игристого вина «Абрау-Дюрсо Sparkling Truffle» на своей фабрике «Кондитер Кубани». Первая партия конфет – с классическим игристым вином Victor Dravigny Brut от «Абрау-Дюрсо» – появилась на полках магазинов «Магнит» в новогодние праздники. К празднику 8 Марта в продажу поступили новые конфеты с добавлением розового игристого вина. Разработкой рецептуры занималась R&D-команда «Кондитера Кубани» совместно с категорийным менеджментом «Магнита» и специалистами «Абрау-Дюрсо». Кроме использования в производстве премиальных вин, особенностью новинки является насыщенный шоколадный вкус благодаря повышенному содержанию какао. Новинки эксклюзивно представлены в магазинах «Магнит» во всех регионах присутствия розничной сети, а также в сети фирменных бутиков Ателье вина «Абрау-Дюрсо».

>150 позиций

ассортимент упакованной готовой еды под собственным брендом «М Кухня»

>9 тыс. торговых точек

география продаж продукции линейки «М Кухня»



По результатам пилотного проекта, стартовавшего в 2021 г., в магазинах у дома, где представлена линейка «М Кухня», доля кулинарии в обороте выросла в несколько раз.



Наши достижения

В 2024 г. «Магнит» принял участие и одержал победу в трех номинациях премии SobMaExpo (IPLS) – крупнейшей специализированной выставки России по контрактному производству и собственным торговым маркам и ключевого места встречи для ритейла, брендодержателей и производителей продовольственных и непродовольственных товаров.



Качество товаров наших СТМ подтверждает не только растущий спрос на них, но и экспертные мнения.



I место

«Лучший дизайн упаковки СТМ»
СТМ «Эрмитаж»

Лауреат II степени

«Лучший ассортимент СТМ»
СТМ «Auramore»

Лауреат II степени

«Лучшая СТМ «Красота и уход за собой»
СТМ «LAF»

«Эрмитаж»

«Эрмитаж» – это бренд премиального сегмента. Проект разработан совместно с российским государственным художественным и культурно-историческим музеем «Эрмитаж». Это уникальное соединение двух миров: музейного мира как неиссякаемого источника вдохновения и творчества и мира современного ритейла как отражения актуальной потребительской культуры. В дизайне используются шедевры мирового искусства из коллекции Государственного Эрмитажа и работы кисти великих живописцев: Жан-Марка Наттье, Яна Порселлиса, Альбрехта Адама, Шарля Шаплена, Эжена Делакруа и других. Ассортимент бренда представлен такими продуктами, как зефир, шоколад, трюфели, чай и кофе.

«Auramore»

Бренд «Auramore», появившийся на полках «Магнит Косметик» в 2023 г., был отмечен в номинации «Лучший ассортимент СТМ парфюмерно-косметических сетей и дрогери» на конкурсе Private Label Awards. Под этой маркой выпускается линейка туалетной воды с различными ароматами, каждый из которых ассоциируется с определенным цветом и индивидуальностью.

«LAF»

В феврале 2024 г. мы запустили **новый бренд декоративной косметики «LAF»** в магазинах «Магнит Косметик». Ассортимент марки порадует и консерваторов, и любителей экспериментов: здесь есть все – от классических базовых продуктов до супертрендовых текстур и оттенков. Бренд насчитывает более 100 SKU, чтобы каждая девушка нашла то, что нужно именно ей. «LAF» не только стал лауреатом II степени в категории «Красота и уход за собой» в конкурсе Private Label Awards by SobMa, но и удостоился первого места премии «Лучший промышленный дизайн России» в категории «Лучший дизайн упаковки товаров народного потребления», второго места в категории «Народный выбор», а также получил бронзу на фестивале Silver Mercury 2024.



В ноябре 2024 г. на премии «Гарантия качества 2024» товары СТМ «Магнит», а также готовые блюда собственного производства Компании получили 58 наград:

	2023	2024
Заявлено на конкурс	65 SKU	74 SKU
Доля от общего количества SKU, заявленных на конкурс	72%	78%
Всего наград «Магнит»	47	58
Золото	19	39
Серебро	13	8
Диплом	15	11

39 SKU золото
8 SKU серебро

11 SKU диплом качества



По сравнению с предыдущими итогами конкурса общее количество наград значительно увеличилось, а также выросло количество золотых наград.

Жюри конкурса отметило высочайшее качество товара под торговыми марками «Северная гавань», «Premiere Of Taste», «Магнит», «Кристалльный родник», «Ein Bier», «Frau Danke», «Green Ribbon», «Восточный гость», «Di Manchini», «Solonina», «Grabbs», «Lucky Days», «Скрепыши», «Gusto Di Roma», «Eatmeat».

Эти торговые марки представляли товары в категориях «рыбная гастрономия», «замороженная продукция», «снеки», «сыры», «мясо», «молочная продукция», «консервированные продукты», «безалкогольные напитки», «слабоалкогольные напитки», «кондитерские и макаронные изделия».

Для улучшения качества и потребительских свойств товаров СТМ мы собираем и учитываем мнения клиентов. В собственных тест-студиях «Магнита» в Краснодаре и Ижевске покупатели вслепую оценивают нашу продукцию и дают рекомендации по ее улучшению. Следование этим рекомендациям позволяет постоянно мониторить качество наших продуктов и улучшать его для наших потребителей. Средний балл потребительского тестирования (по пятибалльной шкале) вырос с 4,32 в 2023 г. до 4,46 в 2024 г. За отчетный период в тест-студиях «Магнита» было проведено около 1 тыс. тестирований

товаров СТМ. Совершенствование потребительских свойств товаров СТМ позволяет нам рассматривать их как полноценных конкурентов известным брендам и планировать их продвижение.

Помимо оценки продуктов СТМ в тест-студиях, регулярно анализируется обратная связь от покупателей в мобильном приложении. Ежемесячно оценивается до 1997 SKU, что составляет 33% от проданного товара. В IV квартале 2024 г. мы собрали на 177% больше оценок по сравнению с II кварталом 2024 г. 73,5% товаров в мобильном приложении имеют рейтинг от 4,5 и выше.

Планы на 2025 год

С 2024 г. «Магнит» активно использует FMCG-опыт в разработке новых СТМ, благодаря чему в 2025 г. будет обновлен портфель брендов. Также будет пересмотрен ассортимент СТМ с целью удовлетворения новых потребностей потребителей. Планируется к вводу около 500 новинок, рост количества SKU под управлением Департамента СТМ составит 13%.