

# Стратегия в области устойчивого развития до 2025 года

Цель выполнена Цель в процессе выполнения

Ключевым документом Компании в области устойчивого развития является Стратегия в области устойчивого развития. Разработанная в 2020 г. стратегия основана на анализе текущего и возможного влияния Компании на окружающую среду и общество, а также на анализе отраслевой

специфики ритейла и мнений заинтересованных сторон. Компания выделила пять стратегических направлений: окружающая среда, устойчивые поставки, укрепление бренда работодателя, поддержка местных сообществ и волонтерства, содействие здоровому образу жизни.

«Магнит» отслеживает прогресс по целям, сравнивая количественные показатели с базовым 2019 г. Для качественных целей формируется набор КПЭ, отражающих прогресс. Показатели анализируются год к году и могут дополняться в зависимости от изменений в бизнесе.

**1** Компания приступила к разработке новой Стратегии устойчивого развития, отражающей видение развития «Магнита» в следующие пять лет: какие новые продукты могут появиться, какие сервисы будут востребованы, как изменятся предпочтения клиентов. Документ сохранит преемственность текущей Стратегии, учтет глобальные ESG-тренды и национальные цели России до 2030 г., а также адаптируется к динамике бизнеса. Фокус будет сделан на измеримых количественных целях.





## Статус выполнения Стратегии «Магнита» в области устойчивого развития до 2025 года

Направление стратегии	Соответствие глобальным и национальным целям	Цель на 2025 г. <sup>1</sup>	Прогресс в достижении цели	
Лидерство в области снижения воздействия на окружающую среду	Чистая вода и санитария Недорогостоящая и чистая энергия Ответственное потребление и производство Борьба с изменением климата	Национальная цель развития России на период до 2030 г.: • Экологическое благополучие	<b>50%</b> упаковки для СТМ и СП станет перерабатываемой, многоразовой или компостируемой	<b>72%</b> упаковки товаров СТМ потенциально пригодно к переработке <sup>2</sup>
		Национальный проект: • «Экология»	<b>100%</b> сбора и переработки перерабатываемого пластика в собственных операциях	<b>100%</b> пластиковых отходов отправлено на переработку
			<b>50%-ное</b> снижение удельного образования пищевых отходов	<b>На 59%</b> удалось сократить объем удельного образования пищевых отходов по сравнению с базовым уровнем 2019 г.
			<b>30%-ное</b> снижение удельных выбросов парниковых газов (ПГ)	<b>На 42%</b> удалось сократить удельные выбросы ПГ по сравнению с базовым уровнем 2019 г.
			<b>25%-ное</b> снижение удельного расхода воды и электроэнергии	<b>На 65%</b> снизилось удельное водопотребление по сравнению с базовым уровнем 2019 г. <b>На 29%</b> снизилось удельное потребление электроэнергии по сравнению с базовым уровнем 2019 г.
Создание полностью ответственной цепочки поставок	Ответственное потребление и производство Партнерство в интересах устойчивого развития	Национальная цель развития России на период до 2030 г.: • Устойчивая и динамичная экономика	<b>100%</b> ответственных закупок социально значимых товаров	<b>66%</b> – доля продукции отечественного производства в ассортименте социально значимых товаров <b>79,7%</b> в 2023 г.
		Национальные проекты: • «Экология» • «Малое и среднее предпринимательство»	<b>100%</b> ответственный подход в собственном производстве и сельском хозяйстве	<b>77%</b> – доля отечественного сельскохозяйственного сырья, используемого в собственном производстве <b>76,4%</b> в 2023 г.
			<b>Программы партнерства</b> для местных поставщиков и фермеров	<b>18%</b> – рост товарооборота по локальным поставщикам <b>9%</b> в 2023 г. <b>37%</b> – рост объема поставок продукции по агроконтрактам <b>22%</b> в 2023 г. <b>1 061</b> российский поставщик стал новым партнером Компании <b>1 158</b> в 2023 г. <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Цели стратегии установлены относительно базового 2019 г.  
<sup>2</sup> Изменение показателя связано с изменением ассортимента продукции, который проходил оценку.

<sup>3</sup> Значение представлено суммарно по торговой сети «Магнит» и торговой сети «ДИКСИ» (2024 г.: 763 – «Магнит», 298 – «ДИКСИ»; 2023 г.: 849 – «Магнит», 309 – «ДИКСИ»).

✓ Цель выполнена    ⌚ Цель в процессе выполнения

Направление Стратегии	Соответствие глобальным и национальным целям	Цель на 2025 г.	Прогресс в достижении цели
Работодатель № 1 в отрасли	 <p><b>Национальная цель развития России на период до 2030 г.:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Реализация потенциала каждого человека, развитие его талантов, воспитание патриотичной и социально ответственной личности</li> </ul> <p><b>Национальный проект:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>«Образование»</li> </ul>	<b>70%</b> уровень удовлетворенности сотрудников	<b>81,2%</b> – уровень удовлетворенности персонала <sup>1</sup> ✓
		<b>50%</b> -ное снижение числа несчастных случаев с временной потерей трудоспособности и отсутствие смертельных исходов	<b>0,83</b> – коэффициент частоты травматизма <b>На 12%</b> снизился LTIFR <sup>2</sup> по отношению к 2023 г. ⌚
		<b>40%</b> – максимальный показатель текучести персонала	<b>64,5%</b> составил уровень текучести персонала <sup>3</sup> ⌚
Положительное влияние на качество жизни в стране	   <p><b>Национальная цель развития России на период до 2030 г.:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи</li> </ul> <p><b>Национальные проекты:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>«Демография»</li> <li>«Здравоохранение»</li> <li>«Культура»</li> <li>«Образование»</li> <li>«Жилье и городская среда»</li> </ul>	<b>Программы по развитию местных сообществ</b> во всех регионах присутствия Компании	Программами охвачены <b>100%</b> регионов присутствия Компании ✓
		<b>10%</b> сотрудников Компании участвуют в волонтерских программах	<b>28 351</b> уникальных волонтеров <sup>4</sup> в Компании <b>21 445</b> в 2023 г., что составляет <b>9%</b> от среднесписочной численности <b>7%</b> в 2023 г. ⌚
Улучшение качества жизни потребителей и местного населения	  <p><b>Национальная цель развития России на период до 2030 г.:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи</li> </ul> <p><b>Национальные проекты:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>«Демография»</li> <li>«Здравоохранение»</li> </ul>	<b>Информация о ЗОЖ</b> и питании доступна всем покупателям	<b>Более 10 млн</b> уникальных пользователей сайта «Гастроном» в месяц <b>Более 7 млн</b> читателей журнала «Мой «Магнит»
		<b>Продукты для ЗОЖ</b> доступны всем покупателям	<b>28%</b> – доля здоровой продукции среди СТМ Компании <b>28%</b> в 2023 г. ⌚ <b>516 млн руб.</b> составили продажи <sup>5</sup> ЗОЖ-бренда «Образ жизни» <b>695 млн руб.</b> в 2023 г. В <b>447</b> магазинах есть «Острова здоровья» <b>475</b> в 2023 г. <b>836</b> «Островов здоровья» <b>693</b> в 2023 г. ⌚

<sup>1</sup> Первое корпоративное исследование было проведено в 2020 г.

<sup>2</sup> С 2021 г. Компания усовершенствовала свой подход к отслеживанию прогресса в достижении цели по снижению несчастных случаев и ввела анализ дополнительных метрик LTIFR, TRIFR и FAR для более тщательного мониторинга собственной эффективности.

<sup>3</sup> В 2024 г. демографическая ситуация обострилась, спрос на персонал со стороны бурно развивающегося российского бизнеса стремительно вырос и повлек за собой значительный дефицит сотрудников на рынке и их перераспределение между отраслями экономики. «Магнит» почувствовал это на себе, однако Компании удалось справиться с этим вызовом и удержать высокую укомплектованность штата на уровне 96,2%.

<sup>4</sup> В 2023 г. Компания уточнила методологию отслеживания прогресса в достижении цели по развитию волонтерства и начала отслеживать количество уникальных волонтеров для более корректного отражения результатов по цели.

<sup>5</sup> Продажи ЗОЖ-продукции снизились по сравнению с 2023 г. в связи с выводом из ассортимента сливочного масла, ключевого долеобразующего продукта, однако остались на том же уровне по другим позициям продуктов.