

MGNT RU
MGNT LI

Марина Гладкова
MGLadkova@eastkom.ru

Магнит: фундаментально недооценен

19 августа Магнит провел День Аналитика. Мы посетили распределительный центр и действующий гипермаркет среднего формата в городе Батайске, а также строящийся объект – гипермаркет крупного формата в городе Краснодар. Поездка оставила у нас позитивные впечатления.

Изменение планов по открытию магазинов в 2008 году.

На встрече с аналитиками руководство компании снизило планы по открытию гипермаркетов до 16-17 (с 20 планируемых ранее) в связи с возникшими сложностями при оформлении земельных участков и трудностями при строительстве объектов. В 2009 году план по открытию 20 новых гипермаркетов сохранен. Отметим, также, что компания повысила прогнозы по открытию магазинов у дома в 2008 году с 300 до 320-330.

Фокус на логистику. Мы посетили распределительный центр в городе Батайск. Склад производит впечатление четко работающей автоматизированной системы. В настоящее время порядка 72% товаров в магазины отгружается централизованно с использованием собственных распределительных центров. В среднесрочной перспективе этот показатель планируется довести до 85%. По нашему мнению, именно развитие собственной логистики станет определяющим фактором как для региональной экспансии ритейлера, а, следовательно, и роста выручки, так и для сокращения издержек за счет оптимизации бизнес-процессов.

Проект строительства гипермаркетов. По состоянию на 1 полугодие 2008 года Магнит оперирует 9 гипермаркетами. Мы позитивно оцениваем стремление компании развивать проект гипермаркетов. Мы расцениваем переход к мультиформатности как дополнительное преимущество, позволяющее провести более глубокую сегментацию существующих рынков и рассматривать в качестве потенциальных покупателей слою населения с различным уровнем доходов.

Повышение эффективности бизнеса – одна из ключевых задач менеджмента. Руководство компании предпринимает усилия по увеличению рентабельности бизнеса. В 1 квартале 2008 года валовая рентабельность компании достигла 20,8% по сравнению с 18,8% в соответствующем периоде 2007 года.

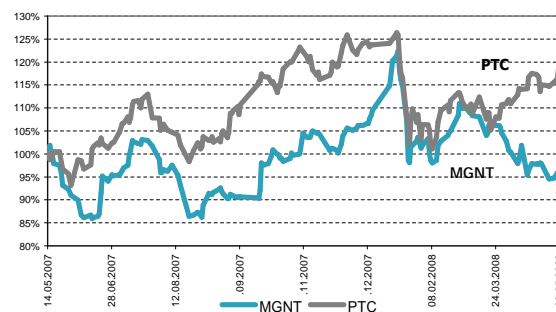
Тикер:	MGNT
Справедливая цена, долл.	60,34
Рекомендация	Покупать
Потенциал роста, %	42,0%

Цена спроса (Bid), долл.	41,0
Цена предложения (Offer), долл.	42,0
Цена последняя (last), долл.	42,5
Средняя цена (Midmarket), долл.	41,5
Минимум 52-недели, долл.	39,5
Максимум 52-недели, долл.	56,7
Потенциал роста до максимума, %	36,5%
Рын. Капитал. (Mcap), млн. долл.	3451,0

млн долл.	2006	2007	2008 E
Стандарт отчетности		IFRS	
Выручка	2 505	3 677	5 367
EBIT	96	163	217
Рентабельность EBIT, %	3,8%	4,4%	4,0%
EBITDA	125	217	326
Рентабельность EBITDA, %	5,0%	5,9%	6,1%
Чистая прибыль	58	97	125
Рентабельность чистой прибыли, %	2,3%	2,6%	2,3%

Текущие мультипликаторы	2006	2007	2008 E
EV/SALES	1,6	11,0	0,8
EV/EBIT	42,3	28,4	19,8
EV/EBITDA	32,5	18,8	12,4
P/E	60,0	35,7	29,3

Динамика акций компании
по сравнению с индексом РТС



© Ист Коммерц, 2008 г. Все права защищены.

Настоящий отчет и содержащаяся в нем информация является исключительной собственностью Ист Коммерц. Каждый аналитик, задействованный в написании данного отчета, подтверждает, что все положения отражают его собственное мнение в отношении финансовых инструментов или эмитентов. Вознаграждение аналитиков не связано напрямую или косвенно с мнениями или рекомендациями, изложенными в данном отчете. Ист Коммерц не несет ответственности за операции третьих лиц, совершенные на основе мнений аналитиков, изложенных в данном отчете. Мнение Ист Коммерц может не совпадать с мнением аналитика, изложенным в данном отчете.

Информация, представленная в отчете, основана на источниках, которые Ист Коммерц признает надежными, тем не менее, Компания не несет ответственности за ее достоверность и полноту. Описания финансовых инструментов и эмитентов не претендуют на полноту. Прошлые показатели не являются гарантией своего повторения в будущем. Обзор не имеет отношения к инвестиционным целям или финансовой ситуации третьих лиц. Все мнения и рекомендации, основанные на представленной информации, соответствуют дате выхода отчета и могут быть изменены без уведомления. Обзор предоставляется исключительно в информационных целях и не является предложением купить или продать соответствующие финансовые инструменты. Инвесторы должны самостоятельно принимать инвестиционные решения, используя обзор лишь в качестве одного из средств, способствующих принятию взвешенных решений. Обзор подготовлен Ист Коммерц для распространения среди профессиональных участников рынка и институциональных инвесторов. Не являющиеся профессиональными участниками инвесторы должны искать возможность дополнительной консультации перед принятием инвестиционного решения. Обзор может содержать информацию и рекомендации касательно финансовых инструментов, недоступных для покупки или продажи непрофессиональными участниками рынка.

Результаты 1Н 2008 должны быть сильными. Магнит планирует опубликовать итоги деятельности за 1 полугодие по МСФО 26 августа 2008 года. Мы не исключаем роста котировок в преддверии этого события.

Целевая цена по акция Магнита, по нашим расчетам, составляет 60,34 долл. (предыдущая - 60,01 долл.) Мы внесли соответствующие изменения в нашу базовую модель по компании. Мы сократили количество гипермаркетов и увеличили количество магазинов-у-дома, планируемых к открытию в 2008 году. Кроме того, мы повысили наш прогноз по выручке ритейлера в 2008 году вследствие более высокого, чем мы прогнозировали, показателя LFL. В целом мы позитивно смотрим на перспективы роста капитализации компании.

Планы на 2008 год

Магнит скорректировал свои планы на 2008 год. Напомним, ранее было заявлено, что компания планирует открыть около 300 дискаунтеров и около 20 гипермаркетов в текущем году. Однако на встрече с аналитиками руководство компании снизило планы по открытию гипермаркетов до 16-17 в связи с возникшими сложностями при оформлении земельных участков и трудностями при строительстве объектов. В 2009 году план по открытию 20 новых гипермаркетов сохранен. Отметим, также, что компания повысила прогнозы по открытию магазинов у дома в 2008 году с 300 до 320-330. Напомним, что в течение 1 полугодия 2008 года компания ввела в эксплуатацию 6 новых гипермаркетов и 124 магазина у дома, при этом общее количество магазинов в сети составило 2,321. Традиционно большее количество открытий приходится на второе полугодие, в связи с чем мы склонны доверять заявлениям менеджмента Магнита. Кроме того, в настоящее время Магнит владеет 66 земельными участками, на 10-ти из которых уже открыты гипермаркеты и около 20 находятся в процессе строительства.

Магнит по-прежнему делает упор на органическое развитие, хотя не исключает возможности роста капитализации компании за счет реализации сделок M&A.

Фокус на логистику

Одним из основных конкурентных преимуществ компании является активное развитие собственной логистики. По итогам 1 полугодия 2008 года компания оперирует 8-ю дистрибуционными центрами общей площадью порядка 138,38 тыс. кв.м. При этом порядка 72% товаров отгружается в магазины централизованно с использованием собственных распределительных центров. В среднесрочной перспективе этот показатель планируется довести до 85%. В текущем году планируется запустить еще два новых распределительных центра, один из которых в Славинске. В 2009 году компания планирует открыть ряд новых РЦ в Тамбове, Волгограде, Ижевске и, возможно, в Великом Новгороде.

Во время поездки нами был посещен распределительный центр в Батайске общей площадью 16,576 тыс.кв.м., обслуживающий 287 магазинов. Склад производит впечатление четко работающей автоматизированной системы. Практически каждый процесс по отборке, отгрузке товаров в магазин, приема товаров на склад автоматически отслеживается и регулируется. Использование автоматических систем хранения, перемещения, сортировки, подборки, укладки и упаковки грузов, уход от полетной отгрузки в пользу тележечной, прессование упаковочных материалов (картон, упаковочная пленка) с целью дальнейшей реализации перерабатывающим предприятиям, а также наличие собственной парка автотранспорта позволяют компании минимизировать транспортные и складские расходы. По нашему мнению, именно развитие

Распределительные центры

Город	Федеральный округ	Складская площадь, кв.м.	Количество обслуживаемых магазинов	Структура собственности
Батайск	Юг	16138	287	в собственности
Кропоткин	Юг	30048	510	в собственности
Энгельс	Волга	19495	339	в собственности
Тольятти	Волга	8379	239	аренда
Тверь	Центр	10714	180	в собственности
Орел	Центр	12472	346	в собственности
Иваново	Центр	25226	293	в собственности
Челябинск	Урал	16152	127	в собственности
Итого		138624	2321	

Источник: данные компании

собственной эффективной системы логистики станет определяющим фактором как для региональной экспансии ритейлера, а, следовательно, и роста выручки, так и для сокращения издержек за счет оптимизации бизнес-процессов.

Строительство РЦ в Батайске обошлось компании в сумму около 600 млн.руб. (т.е. при текущем курсе порядка 24 млн.долл.), таким образом, средние капитальные инвестиции на кв.м. складской площади составляет 1,2-1,4 тыс.долл.

Проект строительства гипермаркетов

Во время нашей поездки мы посетили работающий гипермаркет в Батайске (средний формат) и строящийся объект в Краснодаре (большой формат).

Магнит условно разделил все гипермаркеты на три суб-формата:

- Малый формат: общая площадь 3200-4700 кв.м., торговая – 2000-2500 кв.м.
- Средний формат: общая площадь 11100-11700 кв.м., торговая – 6000-8100 кв.м.
- Большой формат: общая площадь – до 21000 кв.м., торговая – до 12500 кв.м.

По заявлению руководства основная часть гипермаркетов, планируемых к строительству, – средний и малый формат.

Руководство компании озвучило некоторые подробности проекта. По оценкам менеджмента компании за 2-3 месяца работы гипермаркет выходит на уровень продаж 6 тыс.долл. с кв.м. При этих условиях рентабельность гипермаркетов по EBITDA достигает 6%. Валовая рентабельность типичного гипермаркета, по заявлению компании, находится на уровне 17-18%. По оценкам Магнита, гипермаркет достигнет периода зрелости через 9-12 мес. после открытия, при этом объем выручки с кв.м., ожидаемый менеджментом, должен приблизиться к 8 тыс.долл. Дискретность посещения гипермаркета (т.е. частота посещения семьей) - 1,1 в неделю. Сдача торговых площадей в субаренду осуществляется по ставке 240 долл. без НДС в год за 1 кв.м. Средний чек в гипермаркетах сети составляет порядка 21 долл. Капитальные инвестиции в 1 кв.м. гипермаркета составляют порядка 1,861 – 2,098 тыс.долл. Расчетный срок окупаемости гипермаркета составляет 6-7 лет. Период от принятия решения о строительстве гипермаркета до открытия магазина составляет около 18 месяцев.

Отметим, что в ходе развития проекта гипермаркетов руководство компании выявило ряд недочетов в проектировании, которые в настоящее время учтены в новых проектах. Так, первые десять гипермаркетов, имели возможность высотного складирования, что в процессе работы оказалось невостребованным, в связи с чем все новые проекты гипермаркетов имеют полноценный второй этаж для сдачи в аренду. Также компания определила оптимальное количество кассовых терминалов, долю продуктового и непродуктового ассортимента, емкость парковки.

Гипермаркеты

Расположение	Численность населения	Общая площадь, кв. м.	Площадь под гипермаркетом, кв. м.	Площадь для сдачи в аренду, кв. м.
Краснодар	646175	11283	4200	3000
Кингисепп	50295	6264	2790	445
Солнечногорск	58374	11655	4600	2650
Камышин	127891	11200	4200	2800
Батайск	107438	11200	4200	2800
Анапа	64000	8270	4550	90
Волгодонск	178000	10200	4200	2662
Волгоград	1050000	4787	2400	0
Брянск	420000	11200	4200	2800

Источник: данные компании

Мы позитивно оцениваем стремление компании развивать проект гипермаркетов. Мы считаем переход к мультиформатности дополнительным преимуществом, позволяющим провести более глубокую сегментацию существующих рынков и рассматривать в качестве потенциальных покупателей слои населения с различным уровнем доходов.

Повышение эффективности бизнеса – одна из ключевых задач менеджмента

Основными факторами роста рентабельности, по мнению руководства, являются следующие:

- увеличение масштаба компании, что позволяет улучшать закупочные условия;
- жесткий контроль над издержками. Одним из основных инструментов достижения этой цели является дальнейшее совершенствование системы логистики, что предоставит Магниту возможность максимально эффективно управлять запасами и транспортными потоками. В 2005 году лишь 57% продуктов поставлялись через собственные дистрибуционные центры, тогда как в 1 полугодии 2008 года этот показатель составил уже 72% и в дальнейшем планируется его увеличение до 85%;
- увеличение доли private label в выручке (в 1 полугодии 2008 года - до 13% в магазинах у дома и до 5,1% в гипермаркетах сети), изменение ассортиментного портфеля в сторону увеличения доли премиум-продуктов, рост доли продукции собственного производства.
- оптимизация штатного персонала. Компания приняла решение снизить количество SCU (количество ассортиментных позиций) в магазинах у дома с 3500 до 2500. Снижение SCU в совокупности с оптимизацией логистических и рабочих процессов внутри магазина позволит сократить число работников на магазин в среднем с 17,5 человек до 16,5 человек. Кроме того, компания стремится максимально оптимизировать график работы персонала, особенно в час-пик и увеличить долю женского труда. Мы полагаем, что эти процессы должны благоприятно отразиться на показателях рентабельности компании.

Менеджмент компании ожидает в 2008 году EBITDA на уровне 340-400 млн.долл., однако мы более консервативны в наших прогнозах. Мы прогнозируем EBITDA в 2008 году на уровне 328 млн.долл., однако мы не исключаем, что после выхода результатов деятельности за 1 полугодие 2008 года мы повысим свой прогноз.

Определение справедливой стоимости

В качестве базового метода определения стоимости мы применили метод DCF. Мы внесли соответствующие изменения в нашу базовую модель компании. Мы сократили количество гипермаркетов и увеличили количество магазинов-у-дома, планируемых к открытию в 2008 году. Также мы детализировали нашу модель проекта гипермаркетов, с учетом новых данных. Кроме того, мы повысили наш прогноз по выручке ритейлера в 2008 году вследствие более высокого, чем мы прогнозировали показателя LFL. Исходя из нашей оценки, целевая цена обыкновенных акций составляет **60,34 долл.** – 42% потенциал роста, рекомендация – **Покупать**.

- Ставка дисконтирования составила 12,11%.
- Постпрогнозный темп роста составляет 3,0%.
- Стоимость собственного капитала (CAPM) – 13,79%.
- Коэффициент beta оценивается как среднее значение коэффициента beta по аналогам развивающиеся стран.

Расчет ставки дисконтирования

Risk-free rate	4,66%
beta unlevered	0,99
beta levered	1,19
Russia 2030	5,66%
Country risk premium	1,00%
Market premium	6,00%
Corporate government risk	1,00%
CAPM	13,79%
WACC	12,11%
D/(E+D)	19,87%
Interest rate	7,00%
E/(E+D)	80,13%

DCF, млн.долл	2008E	2009E	2010E	2011E	2012E	2013E	2014E	2015E	2016E
ЕВITDA	327,83	504,77	727,52	962,53	1 161,76	1 372,65	1 520,76	1 663,14	1 671,69
Инвестиции	-750,10	-812,27	-711,32	-690,09	-626,94	-571,96	-473,69	-510,74	-510,19
Налог на прибыль и налоговый щит	-51,42	-77,80	-115,91	-162,01	-201,22	-246,37	-278,27	-312,14	-311,68
Изменение собственных оборотных средств	53,52	69,74	78,69	76,14	71,87	65,78	57,57	49,78	40,06
FCFC	-420,17	-315,56	-21,03	186,58	405,47	620,10	826,37	890,04	889,88
Фактор дисконтирования	1,000	0,892	0,796	0,710	0,633	0,565	0,504	0,449	0,401
Дисконтирование денежных потоков	-420,17	-281,48	-16,73	132,42	256,70	350,17	416,26	399,91	356,66
Сумма ДДП	1 193,74								
Темп прироста постпрогнозный	3,00%								
Недисконтированная построгозная стоимость	10 986								
EV	5 597								
Долг	573								
Капитализация	5 023								
Количество обыкновенных акций	83 245 660								
Стоимость 1 обыкновенной акции	60,34								

Источник: расчеты Ист Коммерц

Анализ чувствительности

	WACC					
	11,11%	11,61%	12,11%	12,61%	13,11%	
постпрогнозный темп роста	2,0%	64,94	59,51	54,65	50,27	46,31
	2,5%	68,50	62,60	57,35	52,64	48,40
	3,0%	72,50	66,05	60,34	55,26	50,70
	3,5%	77,03	69,93	63,69	58,16	53,24
	4,0%	82,19	74,32	67,44	61,40	56,05

Источник: расчеты Ист Коммерц

Сравнительный анализ

Название компании	Мсрп, \$ mln	EV, \$ mln	Last price, \$	High 52 week	Low 52 week	EV/Sales		EV/EBIT		EV/EBITDA		P/E		EBITDA margin	Net margin
						2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009		
Развитые страны															
DELHAIZE GROUP	4 123,5	6 583,0	41,1	72,6	32,8	0,4	0,3	7,8	7,4	5,0	4,8	10,0	9,5	7,4	2,2
CARREFOUR SA	23 790,5	30 532,5	33,8	54,6	30,2	0,3	0,3	12,6	11,7	8,3	7,8	12,1	11,1	6,1	2,8
METRO AG	11 939,9	21 028,9	36,5	68,6	35,6	0,3	0,3	10,3	9,1	6,2	5,8	11,7	10,1	5,1	1,3
ALFA-BETA VASSILOPOULOS S.A.	458,4	n/a	36,0	51,9	25,5	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	11,0	8,9	6,1	3,2
SAINSBURY (J) PLC	5 489,1	6 972,1	314,0	587,5	259,3	0,4	0,4	11,5	10,1	6,5	6,0	14,8	13,0	5,6	1,8
TESCO PLC	29 180,4	35 175,4	371,4	494,3	337,6	0,7	0,6	12,0	10,7	8,9	8,0	13,4	11,9	7,6	4,5
KONINKLIJKE AHOLD NV	9 970,1	12 064,1	8,4	11,3	7,1	0,5	0,5	11,6	10,5	7,3	6,7	12,5	11,0	6,8	10,4
WAL-MART STORES INC	230 708	270 439,8	58,5	61,0	42,1	0,7	0,6	11,4	10,6	8,9	8,2	16,7	15,2	7,5	3,4
AXFOOD AB	9 732,8	11 186,8	185,5	263,0	182,5	0,4	0,3	10,4	9,8	7,2	6,7	12,4	11,7	5,4	2,7
WM MORRISON SUPERMARKETS	7 285,3	7 871,3	273,0	325,5	244,8	0,6	0,5	13,3	11,4	9,0	8,1	16,5	14,0	6,7	4,3
KROGER CO	18 357,2	25 949,2	28,0	31,0	23,4	0,3	0,3	10,0	9,3	6,3	6,0	14,6	13,1	5,2	1,7
SAFEWAY INC	11 176,7	16 702,1	25,7	36,0	25,2	0,4	0,4	10,0	9,7	6,2	6,0	11,3	10,4	6,7	2,1
SUPERVALU INC	5 208,0	13 799,1	24,5	43,3	24,4	0,3	0,3	9,6	9,8	5,8	5,8	8,0	7,8	6,1	1,4
COLRUYT SA	6 097,5	5 767,0	182,8	194,7	134,5	0,9	0,9	11,3	10,4	9,0	8,3	18,8	17,2	8,9	5,1
Среднее						0,5	0,4	10,9	10,1	7,3	6,8	12,3	11,0	6,5	3,3
Медиана						0,4	0,4	11,3	10,1	7,2	6,7	12,4	11,1	6,4	2,7
Развивающиеся страны															
CIA BRASILEIRA DE DISTR-PREF	7 997,9	10 283,7	34,0	41,7	26,5	0,6	0,5	15,2	11,8	7,9	6,9	25,3	16,7	6,8	1,4
DISTRIBUCION Y SERVICIO D&S	1 303 348	1 873 865	199,9	312,0	166,0	0,8	0,8	14,6	12,8	9,7	8,5	20,3	18,6	8,3	2,8
WUMART STORES INC-H	9 762,8	8 282,9	8,0	9,4	4,8	0,9	0,8	12,1	10,5	10,8	9,0	21,9	17,4	4,7	4,2
LIANHUA SUPERMARKET HLDGS -H	7 451,6	1 846,9	12,0	14,7	8,2	0,1	0,1	3,3	2,8	1,5	1,4	18,8	16,3	4,3	1,5
BEIJING HUALIAN HYPERMARKE-A	5 711,0	4 483,5	11,8	27,1	11,7	0,5	0,5	31,5	26,3	24,8	20,4	18,1	15,2	6,8	3,1
BLUE SQUARE-ISRAEL LTD	1 528,9	2 825,4	3 525	6 200	3 223	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	6,7	2,2
SHUFERSAL LTD	3 654,7	5 069,7	1 706	1 877	1 376	0,5	0,5	9,3	8,9	6,5	6,3	12,1	9,7	6,6	2,5
WALMART DE MEXICO-SER V	322 583,3	314 202,5	38,1	47,8	34,7	1,3	1,1	16,0	13,5	13,3	11,2	20,7	17,0	10,0	6,3
GRUPO GIGANTE SAB-SER *	15 816,2	8 868,8	16,0	32,0	15,1	0,2	0,2	12,2	n/a	5,7	12,4	9,9	15,0	18,2	59,1
CENCOSUD SA	3 093 486	4 557 745	1 439	2 210	1 350	0,8	0,7	15,1	12,4	11,2	9,2	15,1	12,1	8,6	5,6
SHOPRITE HOLDINGS LTD	23 288,1	20 728,2	4 285	4 730	3 023	0,4	0,4	8,7	7,2	6,8	5,7	14,6	12,9	5,5	2,8
MIGROS TURK TAS	3 738,6	3 025,8	21,0	23,5	17,5	0,6	0,6	14,7	13,1	10,0	9,0	18,1	15,4	6,8	11,5
BIM BIRLESIK MAGAZALAR AS	3 491,4	3 448,4	46,0	55,5	30,3	0,8	0,6	14,7	11,5	11,6	8,9	24,2	18,2	5,4	3,6
SPAR GROUP LIMITED/THE	8 938,0	n/a	5 260	6 200	4 450	n/a	n/a	9,4	8,2	8,7	7,5	14,0	11,9	3,8	2,4
PRESIDENT CHAIN STORE CORP	81 449,3	81 644,6	89,0	122,5	81,2	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	19,6	17,3	6,5	3,5
SHOPRITE HOLDINGS LTD	23 288,1	20 728,2	4 285	4 730	3 023	0,4	0,4	8,7	7,2	6,8	5,7	14,6	12,9	5,5	2,8
Среднее						0,6	0,5	13,2	11,2	9,7	8,7	17,8	15,1	7,1	7,2
Медиана						0,6	0,5	13,4	11,5	9,2	8,7	18,1	15,4	6,7	2,9
Российские ритейлеры															
X 5 RETAIL GROUP NV-REGS GDR	7 170,3	8 712,5	27,1	38,9	25,3	0,92	0,69	15,81	12,12	10,72	7,19	26,67	18,46	8,54	2,70
MAGNIT-CLS	3 060,0	3 620,3	42,5	56,7	39,5	0,75	0,53	19,77	13,07	12,35	8,02	30,25	20,90	6,23	2,32
SEVENTH CONTINENT-CLS	1 957,5	2308	26,1	28,5	22,8	1,34	0,97	16,65	11,59	11,55	8,06	20,50	15,05	11,57	5,52
DIXY GROUP-CLS	696,0	1024,3	11,6	15,4	11,3	0,56	0,44	17,37	12,26	9,80	6,95	35,19	21,39	5,67	1,13
Среднее						0,89	0,66	17,40	12,26	11,10	7,56	28,16	18,95	8,00	2,92
Медиана						0,83	0,61	17,01	12,19	11,13	7,60	28,46	19,68	7,39	2,51

Источник: Bloomberg, расчеты Ист Коммерц



Распределительный центр в городе Батайск:

- *Общая площадь – 16,138 тыс. кв. м.*
- *Обслуживает 287 магазинов*
- *Использование автоматических систем хранения, перемещения, сортировки, подборки, укладки и упаковки грузов*

Погрузочно-разгрузочная зона распределительного центра;

Собственный парк автотранспорта включает 1077 машин, к концу года планируется довести их количество до 1200;

По состоянию на 1 полугодие 2008 года порядка 72% товаров в магазины отгружается централизованно с использованием собственных распределительных центров. В среднесрочной перспективе этот показатель планируется довести до 85%.





Гипермаркет Магнит в городе Батайск:

Общая площадь – 11,2 тыс. кв. м.

Чистая площадь гипермаркета - 4,2 тыс. кв. м.

Площадь для сдачи в аренду – 2,8 тыс. кв. м.

11000 SCUs

21 кассовый терминал

Период окупаемости – 7 лет

Период зрелости – 9-12 месяцев с момента открытия





*Строящийся гипермаркет
большого формата в
городе Краснодар*

*Общая площадь – 25
тыс. кв. м.*

*Планируется открытие в
октябре-ноябре 2008 года*



© Ист Коммерц, 2008 г. Все права защищены.

Настоящий отчет и содержащаяся в нем информация является исключительной собственностью Ист Коммерц.

Каждый аналитик, задействованный в написании данного обзора, подтверждает, что все положения отражают его собственное мнение в отношении финансовых инструментов или эмитентов. Вознаграждение аналитиков не связано напрямую или косвенно с мнениями или рекомендациями, изложенными в данном обзоре.

Ист Коммерц не несет ответственности за операции третьих лиц, совершенные на основе мнений аналитиков, изложенных в данном обзоре. Мнение Ист Коммерц может не совпадать с мнением аналитика, изложенным в данном обзоре.

Информация, представленная в обзоре, основана на источниках, которые Ист Коммерц признает надежными, тем не менее, Компания не несет ответственности за ее достоверность и полноту. Описания финансовых инструментов и эмитентов не претендуют на полноту. Прошлые показатели не являются гарантией своего повторения в будущем. Обзор не имеет отношения к инвестиционным целям или финансовой ситуации третьих лиц. Все мнения и рекомендации, основанные на представленной информации, соответствуют дате выхода обзора и могут быть изменены без уведомления. Обзор предоставляется исключительно в информационных целях и не является предложением купить или продать соответствующие финансовые инструменты. Инвесторы должны самостоятельно принимать инвестиционные решения, используя обзор лишь в качестве одного из средств, способствующих принятию взвешенных решений.

Обзор подготовлен Ист Коммерц для распространения среди профессиональных участников рынка и институциональных инвесторов. Не являющиеся профессиональными участниками инвесторы должны искать возможность дополнительной консультации перед принятием инвестиционного решения. Обзор может содержать информацию и рекомендации касательно финансовых инструментов, недоступных для покупки или продажи непрофессиональными участниками рынка.

Ист Коммерц может выступать маркетмейкером по одному или нескольким финансовым инструментам, упомянутым в данном обзоре и иметь по ним длинные или короткие позиции. Ист Коммерц также может предоставлять услуги финансового советника и выступать организатором и андеррайтером по проектам корпоративного финансирования одной из указанных в обзоре компаний.

Дополнительная информация и сопроводительная документация может быть предоставлена по запросу.

Адрес : 123317, Москва, Краснопресненская наб., д. 18, Блок Б

Тел.: (495) 644-1122

Факс: (495) 644-4797

Email: research@eastkom.ru

Департамент аналитических исследований

Head of Research

Фетисов Александр

тел.: (495) 644-1122

e-mail: AFetisov@eastkom.ru

Департамент продаж

*Head of Equity Sales/
Domestic Sales*

Пермяков Никита

тел.: (495) 500-8185

моб. +7 (916) 900-1856

e-mail: NPermakov@eastkom.ru

*Equity Sales Manager/
International Sales*

Ашешов Ник

Тел.: +7(495) 644-1122

e-mail: NAsheshov@eastkom.ru

Департамент управления активами

Дерябин Павел

тел.: (495) 644-1122 доб. 2281

e-mail: PDeryabin@eastkom.ru

Департамент брокерского обслуживания

Head of Brokerage

Иванов Алексей

тел.: (495) 644-1122 доб. 2277

e-mail: AIvanov@eastkom.ru

Представительства в России

С-Петербург

197101, г. Санкт-Петербург, ул. Чапаева, дом 15, литер 3, оф. 413, тел.: +7 (812) 332-5085

Petersburg@eastkom.ru

Калининград

236040, г. Калининград, ул. Ленинградская, д.36, тел.: +7 (4012) 369-254

Kalininograd@eastkom.ru

Ставрополь

355037, г. Ставрополь, ул. Доваторцев, д. 44Д, тел.: +7 (8652) 956-965

Stavropol@eastkom.ru

Кемерово

650025, г. Кемерово, ул.Чкалова, 10, тел.: +7 (3842) 760-542

Kemerovo@eastkom.ru

Липецк

398059, г. Липецк, ул. Первомайская, д.3, оф. 24, тел.: +7 (4742) 745-523

Lipeck@eastkom.ru

Ростов-на-Дону

344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 104/32, офис 81/1, тел.: +7 (863) 219-0088

Rostov@eastkom.ru

Воронеж

394000, г. Воронеж, проспект Революции, 58, оф. 406 (405), тел.: +7 (4732) 552-261

Voronezh@eastkom.ru

Оренбург

460000, г. Оренбург, ул.Краснознаменная,22, офис 801, тел.: +7 (3532) 772-072

Orenburg@eastkom.ru

Уфа

450077, г. Уфа, ул.Пушкина, 85/1, оф.210, тел.: +7 (3472) 923-271

Ufa@eastkom.ru

Чебоксары

428000, г.Чебоксары, ул. Петрова, д.6, оф.305, тел.: +7 (8352) 200-582

Cheboksary@eastkom.ru

Челябинск

454091 г.Челябинск, ул.Кирова, 19 оф.507, тел.: +7 (351) 247-5274

Chelabinsk@eastkom.ru

Владивосток

690001, ул. Абрековская, 8в, оф.1, тел. +7 (4232) 22-36-51

Vladivostok@eastkom.ru

Представительства в Центральной Азии

Узбекистан

700084, г.Ташкент, ул. Амира Тимура, дом 107 Б, тел.: +998 71 1385767

факс: +998 71 1385768

Кыргызстан

720040, г. Бишкек, ул.Логвиненко, д.37 А, тел.: +996 31 2660763

факс: +996 31 2660806

22/08/2008