

«МАГНИТ» СООБЩАЕТ О СОГЛАСОВАНИИ ФАС ПРИБРЕТЕНИЯ БИЗНЕСА «ДИКСИ»

ПАО «Магнит» сообщает о получении согласования от Федеральной антимонопольной службы России (ФАС) приобретения 100% акций DIXY Holding Limited (Кипр) основным операционным дочерним обществом «Магнита» АО «Тандер».

Приобретаемые активы

В соответствии с соглашением «Магнит» приобретает холдинговую компанию группы компаний, управляющих магазинами у дома под брендом «Дикси» и суперсторами под брендом «Мегамарт» в трех федеральных округах. В рамках сделки «Магнит» также приобретает распределительные центры и автопарк. Общее количество магазинов в периметре сделки составит около 2500 объектов. Подробная разбивка активов будет доступна при закрытии сделки.

Согласование и закрытие

Соглашение одобрено Советом директоров «Магнита» 18 мая 2021 г. [1]. Дополнительных согласований в дополнение к полученному согласованию ФАС не требуется. Стороны намерены выполнить все прочие условия и закрыть сделку в ближайшее время, о чем будет сделано соответствующее заявление в установленном порядке.

Согласно предписанию ФАС, компании необходимо будет соблюсти ограничение по доле рынка в размере 25% в отдельных муниципальных образованиях [2]. Таким образом, 142 магазина «Дикси» в 53 муниципалитетах исключаются из периметра сделки и не будут приобретены «Магнитом». Указанные магазины расположены в небольших муниципальных образованиях Северо-Западного и Центрального регионов. Магазины, располо-

женные в Москве и Санкт-Петербурге, не являются предметом для ограничений, что полностью сохраняет стратегическое обоснование сделки.

Согласно предписанию ФАС, компании также необходимо разово в срок до 1-го июля 2022 г. снизить долю рынка до 35% в 22 муниципалитетах. Потенциально это может повлечь за собой закрытие ограниченного количества магазинов в соответствующих регионах. Компания проведет детальный анализ операционных и финансовых показателей каждого отдельного магазина с целью возможной корректировки действующей сети «Магнит» или приобретенных магазинов под брендом «Дикси». Компания не ожидает существенных изменений своих рыночных позиций, результатов финансовой деятельности и планов по открытию магазинов в 2021 г. и далее.

Учитывая масштаб сделки и ее влияние на объединенную долю рынка, компания выступила с инициативой и взяла на себя дополнительные обязательства по сохранению определенной наценки на конкретные SKU категории фреш из перечня социально значимых категорий товаров [3]. В течение одного года с момента завершения сделки «Магнит» сохранит среднеквартальную нулевую торговую наценку на одну товарную единицу низкого ценового сегмента в каждой из следующих категорий товаров: молоко, хлеб и куриное мясо. Это обязательство распространяется на всю сеть магазинов «Магнит». Кроме того, компания расширила особые условия

для пенсионеров в рамках программы лояльности на покупателей магазинов «Дикси» и «Мегамарт».

Ценовая политика «Магнита» предполагает минимальную торговую наценку на определенные социально значимые товары низкого ценового сегмента, что соответствует вышеуказанным дополнительным обязательствам. Компания считает, что покупатели получают выгоду от доступного предложения социально значимых товаров, что будет способствовать дальнейшему росту привлекательности магазинов сети «Магнит». Устойчивое финансовое положение компании, рост рентабельности и потенциальный синергетический эффект в категорийном менеджменте, объединенных закупках и других бизнес-процессах позволяют сохранить краткосрочные и долгосрочные операционные и финансовые прогнозы, в том числе по постепенному повышению доходности, без изменений.

ИСТОЧНИКИ

1. Официальный информационный ресурс компании «Магнит». Электронный ресурс: URL: <https://www.magnit.com/ru/disclosure/regulatory-news/>
2. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ.
3. Перечень социально значимых товаров. Утвержден Правительством Российской Федерации. Постановление от 15 июля 2010 г. № 530. ■