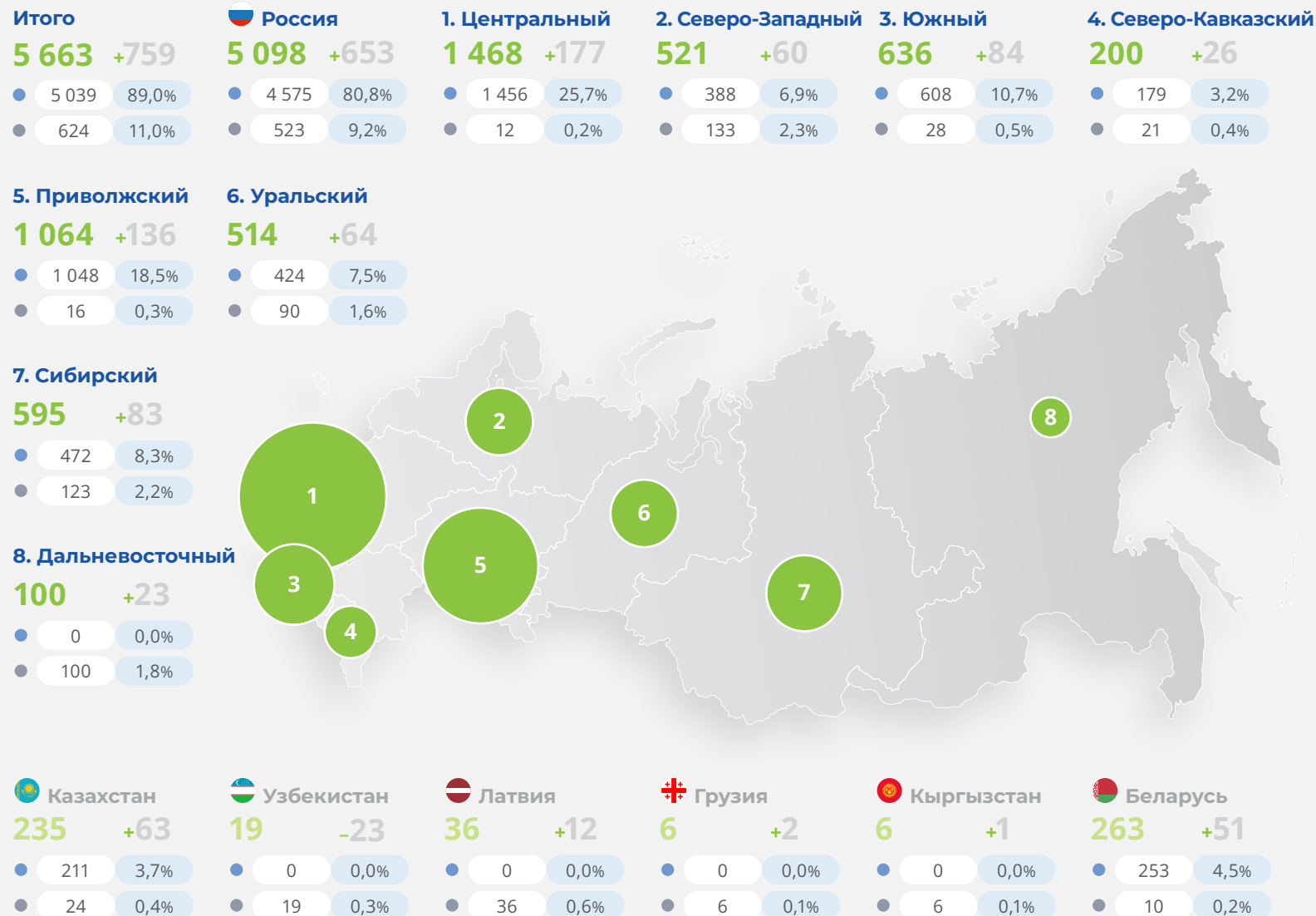


# Географическое присутствие и экономика магазинов



293

средняя общая площадь магазина, кв. м<sup>1</sup>

216

средняя торговая площадь магазина, кв. м<sup>1</sup>

4,8

средний объем чистых инвестиций, млн руб.<sup>2</sup>

7,2

средний показатель EBITDA по МСФО (IAS) 17 на уровне магазина, млн руб.<sup>3</sup>

~2 000

SKU

10 месяцев

средний срок окупаемости магазинов<sup>4</sup>

149

средний показатель рентабельности инвестиций (ROIC) на уровне магазина, %<sup>5</sup>

- По магазинам под управлением Компании
- Средний объем чистых инвестиций рассчитывается исходя из среднего объема капитальных затрат, необходимых для открытия нового магазина под управлением Компании в России, включая затраты на ИТ-оборудование и нематериальные активы (например, лицензии на программное обеспечение), на основе капитальных затрат на открытие магазинов в 2022 году
- Средний показатель EBITDA по МСФО (IAS) 17 рассчитывается как выручка магазина за вычетом расходов, связанных с себестоимостью проданных товаров, транспортными затратами, товарными потерями, расходами на персонал, операционной арендой, банковскими комиссиями, охраной, ремонтом, рекламой, коммунальными услугами и прочими операционными расходами за первые полные 12 календарных месяцев с момента открытия (исходя из показателей магазинов под управлением Компании, которые были открыты в России в 2021 году, работали по состоянию на 31 декабря 2022 года и окупили средний объем чистых инвестиций (то есть тех, чей совокупный показатель EBITDA по МСФО (IAS) 17 превысил 4,8 млн руб. с момента открытия))
- Средний срок окупаемости определяется как период времени, за который совокупный показатель EBITDA по МСФО (IAS) 17 нового магазина под управлением Компании в России (Примечание 3) покрывает средний объем чистых инвестиций (Примечание 2), и выражается в месяцах
- Средний показатель рентабельности инвестиций на уровне магазина определяется как средний показатель EBITDA по МСФО (IAS) 17 (Примечание 3), деленный на средний объем чистых инвестиций (Примечание 2), и выражается в процентах

- Общее количество магазинов
- Количество магазинов под управлением Компании
- Количество франчайзинговых магазинов
- % от общего количества магазинов
- Прирост количества магазинов сети (чистые открытия), 2022 год