

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 3 КВАРТАЛ 2022 ГОДА

Выручка
+21,2%

70,1
млрд руб.

Скорр. LFL
продажи

12,9%

Валовая
маржа
+64 б.п.

32,4%

Операционная
маржа
+39 б.п.

14,0%

FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 3 КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2022 ГОДА

Устойчивый рост за счет высокой операционной эффективности

27 октября 2022 года, Лимасол, Кипр – Fix Price (LSE и MOEX: FIXP, «Компания» или «Группа»), крупнейшая в России и одна из ведущих в мире сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет финансовые результаты по МСФО на основе управленческой отчетности за 3 квартал и 9 месяцев 2022 года, закончившиеся 30 сентября 2022 года.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 3 КВАРТАЛ 2022 ГОДА

- Выручка увеличилась на 21,2% г/г до 70,1 млрд рублей благодаря расширению сети магазинов и росту сопоставимых продаж (LFL)
 - Розничная выручка увеличилась на 21,4% г/г до 62,2 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 19,5% г/г до 7,9 млрд рублей
- Показатель LFL продаж¹, скорректированный на эффект укрепления рубля², вырос на 12,9% г/г (на 11,1% без учета корректировки)
 - Рост скорректированного на эффект укрепления рубля LFL среднего чека составил 18,1% г/г (16,2% без учета корректировки), что отражает способность Компании предоставлять востребованный ассортимент по наиболее привлекательным ценам и адаптироваться к изменяющимся потребностям покупателей. Постепенное увеличение доли более высоких ценовых категорий в розничных продажах также способствовало росту LFL среднего чека
 - LFL трафик снизился на 4,4% на фоне нестабильной макроэкономической ситуации, способствующей снижению потребительской уверенности
 - Показатель LFL продаж магазинов в России вырос на 13,5%. Укрепление рубля оказало сдерживающее влияние на динамику сопоставимых продаж в магазинах Компании в Казахстане и Беларуси
 - Товарный ассортимент остался смещен в сторону товаров первой необходимости, чему способствовали высокие LFL продажи дробери (товаров личной гигиены и бытовой химии) и продуктов

¹ Здесь и далее сопоставимые продажи (LFL), средний чек и количество чеков рассчитываются на основании результатов работы магазинов под управлением Fix Price, которые проработали в течение как минимум 12 полных календарных месяцев, предшествующих отчетной дате. Сопоставимые продажи (LFL) и средний чек рассчитаны на основании розничной выручки с учетом НДС. Показатели LFL не учитывают магазины, которые были временно закрыты в течение семи и более дней подряд за отчетный и/или сопоставимый периоды

² Здесь и далее LFL продажи и средний чек, скорректированные на эффект укрепления рубля, рассчитаны на основании ежемесячных LFL продаж в зарубежных географиях, переведенных в рубли по среднему курсу за каждый сопоставимый месяц 2021 года

питания в магазинах РФ, которые совокупно увеличились на 22,7% г/г

- В 3 квартале 2022 года количество магазинов Компании увеличилось на 195 (включая 29 франчайзинговых магазинов), что соответствует ранее объявленному прогнозу по 750 чистым открытиям в 2022 году, и достигло 5 462 магазина
- Общая торговая площадь магазинов под брендом Fix Price увеличилась на 43,5 тыс. кв. м и составила 1 180,7 тыс. кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 1,3 млн и достигло 20,4³ млн человек по состоянию на конец 3 квартала 2022 года (+32,4% г/г), при этом доля покупок с картой лояльности составила 56,4% от общего объема розничных продаж. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, в 1,8 раза превысил средний чек покупателей, не использующих карту
- Валовая прибыль выросла на 23,6% по сравнению с прошлым годом и составила 22,7 млрд рублей. Валовая маржа увеличилась на 64 б.п. г/г и достигла 32,4% благодаря проактивной работе с ассортиментом и положительному влиянию укреплению рубля на себестоимость импортных товаров. Этот эффект был частично нивелирован снижением маржинальности зарубежных магазинов под управлением Компании на фоне ослабления национальных валют по отношению к российскому рублю
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (без учета расходов на износ и амортизацию) (SG&A без D&A) к выручке выросло на 87 б.п. г/г до 14,1% на фоне роста доли расходов на персонал и аренду, что было частично компенсировано снижением доли остальных SG&A расходов в выручке
- EBITDA⁴ увеличилась на 19,8% до 13,1 млрд рублей. Рентабельность по EBITDA незначительно снизилась г/г на 21 б.п. до 18,7%, поскольку рост валовой маржи был нивелирован увеличившимися SG&A расходами (без D&A), при этом рентабельность по EBITDA по МСФО (IAS) 17 увеличилась на 25 б.п. до 14,8%. Разница в динамике показателей обусловлена исключительно особенностями учета аренды по стандарту МСФО (IFRS) 16, в соответствии с которым Компания представляет свои результаты
- Операционная прибыль выросла на 24,6% до 9,8 млрд рублей. Операционная маржа увеличилась на 39 б.п. г/г до 14,0%
- Чистая прибыль за отчетный период увеличилась на 36,7% до 7,0 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли выросла до 10,0% против 8,8% за аналогичный период 2021 года
- Соотношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 составило 0,2х, что значительно ниже порогового значения 1,0х, заложенного в прогнозе Группы

³ Здесь и далее все данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России

⁴ EBITDA рассчитывается как прибыль за определенный период за вычетом расходов по налогу на прибыль, чистых процентных доходов / (расходов), расходов на износ и амортизацию а также прибыль / (убыток) от курсовых разниц

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2022 ГОДА

- Выручка выросла на 23,1% г/г и составила 201,9 млрд рублей
 - Розничная выручка увеличилась на 24,0% г/г до 178,9 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 16,7% г/г и составила 23,0 млрд рублей
- Показатель сопоставимых (LFL) продаж, скорректированный на эффект укрепления рубля, увеличился на 13,4% г/г (на 12,6% без учета корректировки)
 - Рост LFL среднего чека, скорректированный на эффект укрепления рубля, составил 15,7% (14,9% без учета корректировки)
 - LFL трафик снизился на 2,0%
- Общее количество магазинов увеличилось на 558, включая 487 магазинов под управлением Компании и 71 франчайзинговый магазин
- Общая торговая площадь магазинов Fix Price увеличилась на 123,8 тыс. кв. м.
- Валовая прибыль увеличилась на 28,5% г/г до 66,2 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 136 б.п. г/г и составила 32,8%
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (без учета расходов на износ и амортизацию) (SG&A без D&A) к выручке увеличилось на 87 б.п. г/г до 13,9% по сравнению с 13,1% за 9 месяцев 2021 года
- EBITDA увеличилась на 27,1% до 39,1 млрд рублей. Рентабельность по EBITDA выросла на 60 б.п. г/г до 19,4% благодаря значительному увеличению валовой маржи, которое было частично нивелировано ростом SG&A расходов
- Операционная прибыль увеличилась на 33,6% до 29,4 млрд рублей. Операционная маржа выросла до 14,6% по сравнению с 13,4% за 9 месяцев 2021 года
- Чистая прибыль за отчетный период составила 12,1 млрд рублей

«В третьем квартале мы продолжили развивать наш бизнес в условиях турбулентности и быстро меняющейся среды. Гибкость бизнес-модели Fix Price позволила нам оперативно реагировать на внешние изменения, продолжать расти и, как и прежде, в полной мере и своевременно выполнять обязательства перед широким кругом заинтересованных сторон. Третий квартал подряд сопоставимые продажи росли двузначными темпами, выручка увеличилась на 21.2% по сравнению с прошлым годом, а операционная маржа улучшилась на 39 б.п. до 14,0%, что остается одним из самых высоких показателей в секторе. В третьем квартале мы показали уверенный рост, что является следствием упорной работы нашей команды, а также служит доказательством неизменного доверия наших покупателей.

Несмотря на текущую макроэкономическую нестабильность, мы подтверждаем прогноз по чистым открытиям на уровне 750 магазинов в 2022 году. Компания также продолжает инвестировать в развитие логистической инфраструктуры для поддержания темпов расширения сети. В частности, мы возобновили работу распределительного центра в Новосибирске площадью 23 тыс. кв. м. и подписали договор на строительство нового склада в Екатеринбурге площадью 68 тыс. кв. м, который планируем открыть в 2023 году.

Понимание людей и их потребностей является основой бизнеса и философии Компании. Чтобы быть еще ближе к покупателям, мы постоянно совершенствуем и расширяем нашу программу лояльности, которая в третьем квартале преодолела важный рубеж в 20 млн участников. Для нас ценно, что, несмотря на быстрый прирост пользователей, доля активных участников программы систематически превышает 50%, а средний чек с картой лояльности в 1,8 раза выше среднего чека без карты. В текущих условиях, когда покупатели все больше экономят, это снова доказывает привлекательность регулярно обновляемого ассортимента и уровня цен в Fix Price.

Постоянное взаимодействие с поставщиками – еще один приоритет Компании, который позволяет совершенствовать ассортимент и быстро переключаться на альтернативные производственные мощности при выявлении сложностей в логистических цепочках и бизнес-процессах. Для нас важно предоставить покупателям широкий спектр товаров, что достигается благодаря тщательному планированию закупок и гибким механизмам расчетов с поставщиками.

Ежедневно мы создаем рабочие места во всех регионах нашего присутствия, запускаем работу с местными поставщиками и делаем формат Fix Price более доступным для большего количества людей. Я хочу поблагодарить всех сотрудников Fix Price за эту работу и вклад в развитие не только нашей Компании, но и всего ритейла».

Дмитрий Курсанов, Генеральный директор Fix Price

Динамика LFL, скорректированная на эффект укрепления рубля, %

	3КВ 2022	3КВ 2021	9М 2022	9М 2021
LFL продажи	12,9%	4,4%	13,4%	9,0%
LFL трафик	(4,4%)	0,3%	(2,0%)	5,8%
LFL средний чек	18,1%	4,1%	15,7%	3,1%

Динамика LFL без учета корректировок на эффект укрепления рубля, %

	3КВ 2022	3КВ 2021	9М 2022	9М 2021
LFL продажи	11,1%	4,4%	12,6%	9,0%
LFL трафик	(4,4%)	0,3%	(2,0%)	5,8%
LFL средний чек	16,2%	4,1%	14,9%	3,1%

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	30.09.2022	31.12.2021	30.09.2021
Общее количество магазинов	5 462	4 904	4 753
Россия	4 932	4 445	4 333
Беларусь	247	212	194
Казахстан	221	172	154
Узбекистан	19	42	44
Латвия	32	24	22
Грузия	5	4	4
Киргизия	6	5	2
Количество магазинов под управлением Компании	4 855	4 368	4 237
Россия	4 421	3 975	3 878
Беларусь	237	203	185
Казахстан	197	148	130
Узбекистан	-	42	44
Количество франчайзинговых магазинов	607	536	516
Россия	511	470	455
Беларусь	10	9	9
Казахстан	24	24	24
Латвия	32	24	22
Грузия	5	4	4
Киргизия	6	5	2
Узбекистан	19	-	-
Торговая площадь (кв. м)	1 180 683	1 056 840	1 022 442
Магазины под управлением Компании	1 046 287	938 392	908 946
Франчайзинговые магазины	134 396	118 448	113 497

Динамика магазинов под управлением Компании

	3КВ 2022	3КВ 2021	9М 2022	9М 2021
Количество открытых магазинов, всего	193	185	581	589
Россия	167	149	497	461
Беларусь	10	14	34	43
Казахстан	16	16	50	55
Узбекистан	-	6	-	30
Количество закрытых магазинов	27	47	94	94
Россия	17	46	51	90
Беларусь	-	-	-	1
Казахстан	-	1	1	2
Узбекистан	10	-	42	1
Чистый прирост количества магазинов	166	138	487	495
Россия	150	103	446	371
Беларусь	10	14	34	42
Казахстан	16	15	49	53
Узбекистан	(10)	6	(42)	29

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Расширение сети магазинов

- По состоянию на 30 сентября 2022 года общее количество магазинов составило 5 462 (рост на 14,9% г/г), при этом доля франчайзинговых магазинов составила 11,1% от общего количества магазинов сети (рост на 26 б.п. г/г)
- Общее количество чистых открытий в 3 квартале 2022 года составило 195 магазинов, в том числе 166 магазинов под управлением Компании и 29 франчайзинговых магазинов, по сравнению с 168 чистыми открытиями в 3 квартале 2021 года, включая 138 магазинов под управлением Компании и 30 франчайзинговых магазинов
- В 3 квартале 2022 года Компания закрыла 27 магазинов, находящихся под ее управлением, по сравнению с 47 магазинами в 3 квартале 2021 года. Большинство закрытий было направлено на улучшение условий аренды
- В 3 квартале 2022 года Fix Price продолжила расширение сети как в России, так и за рубежом: 17,9% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки. Доля зарубежных магазинов в общем количестве магазинов сети выросла до 9,7% по сравнению с 8,8% по состоянию на 30 сентября 2021 года
- В 3 квартале 2022 года общая торговая площадь увеличилась на 43,5 тыс. кв. м и достигла 1 180,7 тыс. кв. м (рост на 15,5% г/г). Средняя

торговая площадь одного магазина Fix Price составила 216 кв. м по сравнению с 215 кв. м годом ранее

- В 3 квартале 2022 года Компания начала работу в 34 новых населенных пунктах в странах своего присутствия

Динамика LFL продаж

- В 3 квартале 2022 года LFL продажи, скорректированные на эффект укрепления рубля, выросли на 12,9% г/г (на 11,1% без учета корректировки) за счет увеличения LFL среднего чека, скорректированного на эффект укрепления рубля, на 18,1% (на 16,2% без учета корректировки), что было частично компенсировано снижением LFL трафика на 4,4%. Быстрая ротация ассортимента, умение адаптироваться к меняющимся потребностям покупателей и обеспечивать наличие на полке товаров по наиболее привлекательным ценам способствовали двузначному росту LFL среднего чека. Рост LFL среднего чека был также обусловлен увеличением доли более высоких ценовых категорий в розничных продажах, в то время как экономическая неопределенность привела к дальнейшему снижению потребительской уверенности и LFL трафика
- Предоставление покупателям наиболее привлекательного ценностного предложения способствовало значительному росту LFL продаж в 3 квартале 2022 года. При этом месячная динамика сопоставимых продаж была неравномерна с пиковым показателем в июле и более нормализованным в августе и сентябре. Жаркая погода в августе благоприятствовала путешествиям, поэтому закупки к новому школьному сезону начались позже. Стоит отметить, что в августе и сентябре 2021 года на LFL продажи положительно повлияли государственные стимулирующие выплаты пенсионерам и семьям с детьми школьного возраста
- LFL продажи в России выросли на 13,5% в 3 квартале 2022 года. Сдерживающее влияние на LFL продажи в Казахстане и Беларуси оказал эффект пересчета валют на фоне укрепления рубля. Однако, несмотря на непростые макроэкономические условия, которые способствовали дальнейшему снижению реального располагаемого дохода в обеих странах, месячная динамика сопоставимых продаж в 3 квартале 2022 года показала признаки восстановления в национальных валютах. Компания нормализовала ассортимент в Беларуси после его временного сокращения в связи с государственным регулированием. На динамику LFL продаж в Казахстане оказал влияние эффект низкой базы 3 квартала 2021 года на фоне жестких ограничений, связанных с COVID-19, которые были введены в июле 2021 года. К тому же Fix Price продолжила предоставлять покупателям в обеих странах товары по привлекательным ценам, даже несмотря на инфляционное давление

Ассортимент и продуктовые категории⁵

- В отчетном периоде, как и в предыдущих кварталах, структура ассортимента была смещена в сторону товаров первой необходимости, поскольку потребители были более осторожны в своих покупках на фоне растущей макроэкономической неопределенности. При этом Fix Price продолжила поставлять привлекательные товары по выгодным ценам. Доля продуктов питания в общем объеме розничных продаж начала снижаться и составила 27,2% в 3 квартале 2022 года против 27,9% в 3 квартале 2021 года и 30,9% во 2 квартале 2022 года. Доля drogery (товары личной гигиены и бытовой химии) оставалась высокой на уровне 28,3% в 3 квартале 2022 года по сравнению с 23,1% в 3 квартале 2021 года, что свидетельствует о привлекательности ассортимента и ценового предложения Компании в этой категории
- Совокупный темп прироста LFL продаж drogery и продуктов питания составил 22,7% г/г. LFL продажи товаров для животных, кухонной утвари и сезонных товаров также продемонстрировали двухзначные темпы прироста. Положительная динамика LFL продаж книг и канцтоваров, товаров для дома и рукоделия, одежды и товаров для праздников свидетельствует о начале восстановления спроса на непродовольственные товары не первой необходимости
- Компания продолжает переходить на местных производителей по ряду непродовольственных категорий, что позволяет оптимизировать затраты на производство и доставку. В результате доля импорта в розничных продажах российских магазинов под управлением Компании продолжила снижаться с 25,7% в 3 квартале 2021 года до 22,0% в отчетном периоде
- Доля розничных продаж товаров стоимостью выше 200 рублей выросла до 15,1% по сравнению с 7,8% в 3 квартале 2021 года, а доля товаров стоимостью выше 100 рублей составила 38,0% против 23,3% в 3 квартале 2021 года
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 16,3% до 328 рублей в 3 квартале 2022 года за счет увеличения доли товаров из более высоких ценовых категорий в структуре розничных продаж

Развитие программы лояльности

- В 3 квартале 2022 года общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 20,4 млн человек, увеличившись на 32,4% г/г. Привлечение 1,3 млн новых участников программы лояльности в отчетном квартале было обусловлено проведением рекламных кампаний и наличием разнообразных привилегий для держателей карт. Доля активных держателей карт

⁵ Если не указано иное, данные в этом разделе посчитаны для магазинов под управлением Компании в РФ

лояльности⁶ среди участников программы осталась на уровне, превышающем 50%

- Доля покупок с использованием карты лояльности продолжила расти и составила 56,4% от общего объема розничных продаж сети в 3 квартале 2022 года по сравнению с 46,4% в 3 квартале 2021 года
- В 3 квартале 2022 года средний чек по покупкам, совершенным с картами лояльности, увеличился до 469 рублей по сравнению с 410 рублями в 3 квартале 2021 года, что в 1,8 раз выше среднего чека покупателей, не использующих карту, который в 3 квартале 2022 года составил 255 рублей

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 3 КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2022

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

Млн руб.	3КВ 2022	3КВ 2021	Изменение	9М 2022	9М 2021	Изменение
Выручка	70 099	57 850	21,2%	201 887	163 966	23,1%
Розничная выручка	62 173	51 216	21,4%	178 861	144 242	24,0%
Оптовая выручка	7 926	6 634	19,5%	23 026	19 724	16,7%
Себестоимость	(47 371)	(39 464)	20,0%	(135 682)	(112 432)	20,7%
Валовая прибыль	22 728	18 386	23,6%	66 205	51 534	28,5%
Валовая маржа, %	32,4%	31,8%	64 б.п.	32,8%	31,4%	136 б.п.
SG&A (без D&A) ⁷	(9 907)	(7 671)	29,1%	(28 126)	(21 412)	31,4%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	315	249	26,5%	1 048	670	56,4%
ЕБИТДА	13 136	10 964	19,8%	39 127	30 792	27,1%
Рентабельность по EBITDA, %	18,7%	19,0%	(21 б.п.)	19,4%	18,8%	60 б.п.
D&A	(3 317)	(3 084)	7,6%	(9 690)	(8 760)	10,6%
Операционная прибыль	9 819	7 880	24,6%	29 437	22 032	33,6%
Операционная маржа, %	14,0%	13,6%	39 б.п.	14,6%	13,4%	114 б.п.
Чистые финансовые расходы	(811)	(370)	119,2%	(2 437)	(1 017)	139,6%
Чистый доход / (убыток) от курсовых разниц	434	(14)	н/п	(1 454)	82	н/п
Прибыль до налогообложения	9 442	7 496	26,0%	25 546	21 097	21,1%
Расходы по налогу на прибыль	(2 444)	(2 377)	2,8%	(13 453)	(6 190)	117,3%
Прибыль за период	6 998	5 119	36,7%	12 093	14 907	(18,9%)
Рентабельность по чистой прибыли, %	10,0%	8,8%	113 б.п.	6,0%	9,1%	(310 б.п.)

⁶ Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

⁷ SG&A (без D&A) – коммерческие, общехозяйственные и административные расходы (без учета расходов на износ и амортизацию)

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

Млн руб.	ЗКВ 2022	ЗКВ 2021	Изменение	9М 2022	9М 2021	Изменение
Расходы на персонал	7 302	5 310	37,5%	20 302	14 871	36,5%
% от выручки	10,4%	9,2%	124 б.п.	10,1%	9,1%	99 б.п.
Амортизация прав пользования	2 552	2 378	7,3%	7 374	6 803	8,4%
% от выручки	3,6%	4,1%	(47 б.п.)	3,7%	4,1%	(50 б.п.)
Прочая амортизация	765	706	8,4%	2 316	1 957	18,3%
% от выручки	1,1%	1,2%	(13 б.п.)	1,1%	1,2%	(5 б.п.)
Банковские комиссии	595	646	(7,9%)	1 904	1 797	6,0%
% от выручки	0,8%	1,1%	(27 б.п.)	0,9%	1,1%	(15 б.п.)
Расходы на аренду	584	404	44,6%	1 639	1 112	47,4%
% от выручки	0,8%	0,7%	13 б.п.	0,8%	0,7%	13 б.п.
Расходы на охрану	491	433	13,4%	1 348	1 177	14,5%
% от выручки	0,7%	0,7%	(5 б.п.)	0,7%	0,7%	(5 б.п.)
Расходы на рекламу	173	199	(13,1%)	551	555	(0,7%)
% от выручки	0,2%	0,3%	(10 б.п.)	0,3%	0,3%	(7 б.п.)
Ремонт и техобслуживание	227	217	4,6%	825	619	33,3%
% от выручки	0,3%	0,4%	(5 б.п.)	0,4%	0,4%	3 б.п.
Коммунальные услуги	194	175	10,9%	619	515	20,2%
% от выручки	0,3%	0,3%	(3 б.п.)	0,3%	0,3%	(1 б.п.)
Другие расходы	341	287	18,8%	938	766	22,5%
% от выручки	0,5%	0,5%	(1 б.п.)	0,5%	0,5%	-
SG&A (без D&A)	9 907	7 671	29,1%	28 126	21 412	31,4%
% от выручки	14,1%	13,3%	87 б.п.	13,9%	13,1%	87 б.п.
Итого SG&A	13 224	10 755	23,0%	37 816	30 172	25,3%
% от выручки	18,9%	18,6%	27 б.п.	18,7%	18,4%	33 б.п.

Выручка Группы в 3 квартале 2022 года выросла на 21,2% до 70,1 млрд рублей, при этом розничная выручка увеличилась на 21,4%, а оптовая выручка – на 19,5%.

Рост розничной выручки Fix Price до 62,2 млрд рублей был обусловлен расширением портфеля магазинов под управлением Компании и двузначным ростом сопоставимых продаж, что было частично компенсировано замедлением динамики выручки магазинов под управлением Компании в Беларуси и Казахстане в результате укрепления рубля и непростой макроэкономической ситуации. Рост **оптовой выручки** до 7,9 млрд руб. связан с открытием новых франчайзинговых магазинов и ростом выручки в расчете на один франчайзинговый магазин. Доля оптовой выручки в общей выручке Компании по сравнению с

прошлым годом снизилась на 16 б.п. до 11,3% на фоне опережающего роста розничной выручки.

В 3 квартале 2022 года **валовая прибыль** выросла на 23,6% г/г до 22,7 млрд рублей. **Валовая маржа** улучшилась на 64 б.п. г/г до 32,4%, за счет проактивной работы с ассортиментом и его ротации между ценовыми категориями, а также положительного влияния укрепления рубля на себестоимость импортных товаров. Рост валовой прибыли был частично нивелирован результатами работы зарубежных магазинов под управлением Компании. Поскольку часть их ассортимента закупается в рублях, магазины в Беларуси и Казахстане продемонстрировали более низкие показатели маржинальности в сравнении с российскими магазинами на фоне укрепления рубля, сохранив при этом конкурентное ценовое предложение, несмотря на инфляционное давление.

Доля транспортных расходов в выручке в 3 квартале 2022 года снизилась на 13 б.п. г/г до 1,6% благодаря положительному эффекту операционного рычага.

Величина переоценки запасов в 3 квартале 2022 года увеличилась на 19 б.п. г/г до 1,0% от выручки, что обусловлено ростом доли розничной выручки в общей выручке Компании, а также применением более высоких начислений по сравнению с 2021 годом по результатам проведения инвентаризации за полный 2021 год.

Отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на амортизацию (D&A)** к выручке выросло на 87 б.п. г/г до 14,1% за счет увеличения доли расходов на персонал и аренду, что было частично компенсировано снижением доли остальных SG&A расходов в выручке. Отношение **общих SG&A расходов** к выручке выросло всего на 27 б.п. г/г до 18,9%, что обусловлено снижением доли расходов на амортизацию на 60 б.п.

Доля **расходов на персонал** в выручке увеличилась на 124 б.п. г/г до 10,4% за счет индексации заработной платы, начатой еще во втором полугодии 2021 года с целью улучшить конкурентные позиции Fix Price на рынке труда, а также за счет более высоких компенсационных начислений за 2022 год.

Расходы на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16) увеличились на 13 б.п. г/г до 0,8% от выручки (рост на 15 б.п. до 0,9% от розничной выручки) в связи с увеличением переменных расходов по договорам с плавающей арендной ставкой на фоне сильных результатов LFL продаж, а также в связи с увеличением доли договоров аренды с плавающей ставкой в общем портфеле договоров с 57% в 3 квартале 2021 года до 61% в 3 квартале 2022 года.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17)** сократилась на 33 б.п. г/г до 4,7% от выручки (снижение на 39 б.п. до 5,3% от розничной выручки), несмотря на увеличение переменных расходов по договорам с плавающей арендной ставкой на фоне двузначного роста сопоставимых продаж, благодаря работе Компании над улучшением условий аренды.

Доля **расходов на амортизацию (D&A)** снизилась на 60 б.п. г/г до 4,7% от выручки, что обусловлено снижением на 47 б.п. доли амортизации

активов в форме права пользования в связи с ростом переменных расходов по договорам с плавающей арендной ставкой, увеличением доли таких договоров в общем портфеле договоров аренды, а также сокращением доли прочих расходов на износ и амортизацию на 13 б.п. на фоне роста выручки, опережающего темпы роста расходов на износ и амортизацию.

Расходы на банковские комиссии снизились на 27 б.п. г/г до 0,8% от выручки, что обусловлено снижением комиссий по операциям с банковскими картами в связи с решением Центрального банка Российской Федерации ограничить эквайринговые комиссии для компаний, реализующих социально значимые товары и услуги. Эта временная мера действовала до 31 августа 2022 года.

Доля **расходов на рекламу** в выручке снизилась на 10 б.п. г/г до 0,2% благодаря оптимизации затрат и положительному эффекту операционного рычага.

Доли **расходов на охрану и ремонт и техобслуживание** от выручки снизились на 5 б.п. каждая до 0,7% и 0,3% соответственно благодаря эффекту операционного рычага. Снижение доли расходов на ремонт и техобслуживание было также обусловлено сокращением затрат на расходные материалы благодаря усилиям Компании по продвижению перехода на электронные чеки. В результате, в 3 квартале 2022 года мы зафиксировали сокращение использования бумажных чеков, поскольку покупатели Fix Price активно поддержали данную инициативу.

Доли **затрат на коммунальные услуги и прочих расходов** не изменились по сравнению с прошлым годом и составили 0,3% и 0,5% от выручки соответственно.

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** также осталась на уровне прошлого года и составила 0,4% от выручки.

Сведение ЕБИТДА МСФО (IFRS) 16 и МСФО (IAS) 17

Млн руб.	3КВ 2022	3КВ 2021	Изменение	9М 2022	9М 2021	Изменение
ЕБИТДА МСФО (IFRS) 16	13 136	10 964	19,8%	39 127	30 792	27,1%
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16)</i>	<i>18,7%</i>	<i>19,0%</i>	<i>(21 б.п.)</i>	<i>19,4%</i>	<i>18,8%</i>	<i>60 б.п.</i>
Расходы на аренду	(2 715)	(2 511)	8,1%	(8 009)	(7 275)	10,1%
Коммунальные услуги	(51)	(38)	34,2%	(134)	(114)	17,5%
ЕБИТДА МСФО (IAS) 17	10 370	8 415	23,2%	30 984	23 403	32,4%
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17)</i>	<i>14,8%</i>	<i>14,5%</i>	<i>25 б.п.</i>	<i>15,3%</i>	<i>14,3%</i>	<i>107 б.п.</i>

В 3 квартале 2022 года **ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17** увеличилась на 23,2% г/г до 10,4 млрд рублей. **Рентабельность по ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17** выросла на 25 б.п. г/г до 14,8%.

ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16 выросла на 19,8% г/г до 13,1 млрд рублей в 3 квартале 2022 года. **Рентабельность по ЕБИТДА** незначительно снизилась на 21 б.п. г/г и составила 18,7%, поскольку рост валовой маржи был нивелирован увеличившимися SG&A расходами (без D&A). Разница с динамикой рентабельности по ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17 обусловлена исключительно факторами учета: рост доли договоров аренды с переменной составляющей привел к увеличению расходов на аренду в соответствии с МСФО (IFRS) 16.

Чистые финансовые расходы в 3 квартале 2022 года выросли на 119,2% г/г до 811 млн рублей в связи с увеличением средних процентных ставок и сумм кредитов и займов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а также ростом финансовых расходов по МСФО (IFRS) 16, что обусловлено повышением средневзвешенной ставки по арендным обязательствам и открытием нового арендованного распределительного центра в г. Самара в 3 квартале 2022 года.

В 3 квартале 2022 года Группа зафиксировала **прибыль от курсовых разниц** в размере 434 млн рублей по сравнению с убытком в размере 14 млн рублей в 3 квартале 2021 года. Такая динамика связана с ослаблением рубля, которое привело к положительным курсовым разницам в результате переоценки банковских счетов, депозитов, форвардных контрактов Компании в иностранной валюте, а также рублевых обязательств зарубежных компаний Группы. Прибыль от курсовых разниц была частично нивелирована убытком от переоценки торговой кредиторской задолженности.

Общие **расходы Компании по налогу на прибыль** остались практически на уровне прошлого года и составили 2,4 млрд рублей в 3 квартале 2022 года.

Чистая прибыль за период увеличилась на 36,7% г/г до 7,0 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 10,0% по сравнению с 8,8% в 3 квартале 2021 года.

Ключевые показатели отчета о финансовом положении

Млн руб.	30.09.2022	31.12.2021	30.09.2021
Краткосрочные кредиты и займы	16 514	21 523	20 617
Долгосрочные кредиты и займы	4 260	-	-
Краткосрочные обязательства по аренде	7 588	6 971	6 945
Долгосрочные обязательства по аренде	4 427	3 765	3 923
Денежные средства и их эквиваленты	(11 021)	(8 779)	(3 797)
Чистый долг	21 768	23 480	27 688
Чистый долг / ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16	0,4x	0,5x	0,7x
Краткосрочные обязательства по аренде	(7 588)	(6 971)	(6 945)
Долгосрочные обязательства по аренде	(4 427)	(3 765)	(3 923)
Чистый долг по МСФО (IAS) 17	9 753	12 744	16 820

Млн руб.	30.09.2022	31.12.2021	30.09.2021
Чистый долг / EBITDA по МСФО (IAS) 17	0,2x	0,4x	0,5x

Fix Price продолжила погашение краткосрочной задолженности в условиях повышенных процентных ставок: краткосрочные кредиты и займы с начала года сократились на 5,0 млрд рублей до 16,5 млрд рублей. Таким образом, с учетом 4,3 млрд долгосрочных долговых обязательств, привлеченных в 1 полугодии 2022 года, **общая сумма кредитов и займов** составила 20,8 млрд рублей по состоянию на 30 сентября 2022 года, что ниже 21,5 млрд рублей по состоянию на 31 декабря 2021 года. **Обязательства по аренде** выросли до 12,0 млрд рублей с 10,7 млрд рублей в начале года за счет роста рыночных процентных ставок, а также увеличения количества договоров аренды на фоне расширения сети. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании составила 32,8 млрд рублей, незначительно увеличившись на 1,6% с начала года.

По состоянию на конец отчетного периода чистый долг составил 21,8 млрд рублей, а чистый долг в соответствии с МСФО (IAS) 17 – 9,8 млрд рублей по сравнению с 12,7 млрд рублей на начало года. **Отношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17** снизилось до 0,2x по сравнению с 0,4x по состоянию на 31 декабря 2021 года, что значительно ниже порогового значения 1,0x, заложенного в прогнозе Компании.

Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

Млн руб.	3КВ 2022	3КВ 2021	9М 2022	9М 2021
Прибыль до налогообложения	9 442	7 496	25 546	21 097
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	13 694	11 406	41 009	32 165
Изменения в оборотном капитале	5 110	(306)	(6 655)	(6 743)
Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности	18 804	11 100	34 354	25 422
Чистые уплаченные проценты	(725)	(411)	(2 267)	(1 152)
Уплаченный налог на прибыль	(8 452)	(3 320)	(14 093)	(6 435)
Чистые денежные средства от операционной деятельности	9 627	7 369	17 994	17 835
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	(1 729)	(1 420)	(6 512)	(5 133)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности	(4 571)	(7 096)	(8 489)	(35 335)
Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	(6)	(15)	(751)	55
Чистое (сокращение) / увеличение денежных средств и их эквивалентов	3 321	(1 162)	2 242	(22 578)

Группа продолжила придерживаться консервативного подхода в части наличия достаточного уровня товарных запасов в условиях возможных сбоев в цепочках поставок и производстве, тщательно планируя закупки, что привело к росту запасов по сравнению с прошлым годом. В целях своевременного производства ассортимента и обеспечения его закупки по оптимальным ценам Fix Price использовала гибкие механизмы расчета с новыми и существующими поставщиками. Кроме того, по ряду товарных категорий Компания перешла на местных производителей, при этом отсрочка платежа с российскими контрагентами в целом короче, чем с международными. В результате данных инициатив, которые способствовали двузначному росту сопоставимых продаж, **чистый торговый оборотный капитал**⁸ Компании составил 15,3 млрд рублей по состоянию на 30 сентября 2022 года по сравнению с 4,6 млрд рублей по состоянию на 30 сентября 2021 года, продемонстрировав улучшение с уровня 18,0 млрд руб. на 30 июня 2022 г.

Капитальные затраты в 3 квартале 2022 года составили 1,8 млрд руб. по сравнению с 1,4 млрд руб. за аналогичный период 2021 года. Рост по сравнению с прошлым годом обусловлен увеличением инвестиций в строительство новых распределительных центров, что было частично компенсировано оптимизацией инвестиций в IT-инфраструктуру и реновацию магазинов.

Изменения в корпоративной структуре Группы

В конце сентября 2022 года Fix Price Group PLC завершила процедуру реструктуризации с целью упрощения своей организационной структуры и сообщила о слиянии с дочерней компанией «Колмаз Холдингз Лимитед» («Колмаз»), в результате которого Колмаз прекратил свое существование, а Fix Price Group PLC стала его правопреемником.

⁸ Чистый торговый оборотный капитал рассчитывается как сумма величины запасов, дебиторской задолженности и прочих финансовых активов за вычетом кредиторской задолженности и прочих финансовых обязательств

О КОМПАНИИ

Fix Price (LSE и MOEX: FIXP) – одна из ведущих на международном рынке и крупнейшая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, которая помогает покупателям экономить каждый день с момента основания Компании в 2007 году. Fix Price предлагает уникальную продукцию и постоянно ротирует ассортимент, включающий непродовольственные позиции, дрогери, а также продукты питания по низким фиксированным ценам.

На 30 сентября 2022 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 5 462 магазина в России и странах ближнего зарубежья, в каждом из которых представлены порядка 2 000 позиций в примерно 20 товарных категориях. Помимо собственных торговых марок, Fix Price реализует продукцию местных производителей и ведущих мировых брендов. На 30 сентября 2022 года Компания управляла 10 распределительными центрами и работала в 80 регионах России, а также в 6 зарубежных странах.

В 2021 году выручка Компании составила 230,5 млрд руб., EBITDA – 44,2 млрд руб., чистая прибыль – 21,4 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

КОНТАКТЫ

Отдел Fix Price по связям с инвесторами

Елена Миронова
ir@fix-price.com

Отдел Fix Price по связям со СМИ

Екатерина Чарушина
echarushina@fix-price.ru