

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2024 ГОДА

Выручка

227,2

млрд руб.

Чистые
открытия

+477

магазинов

Валовая маржа

33,4%

Чистая прибыль

15,1

млрд руб.

FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 3 КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2024 ГОДА

Создаем ценность для покупателей в условиях внешних вызовов

31 октября 2024 года, Астана, Казахстан – Fix Price Group PLC (AIX: FIXP.Y; MOEX: FIXP, «Fix Price», «Компания» или «Группа»), одна из крупнейших в мире и ведущая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные результаты и финансовые результаты по МСФО на основании управленческой отчетности за 3 квартал и 9 месяцев 2024 года, закончившихся 30 сентября 2024 года.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 3 КВАРТАЛ 2024 ГОДА

- Выручка увеличилась на 5,7% г/г до 78,8 млрд рублей
 - Розничная выручка выросла на 8,3% г/г до 71,6 млрд рублей
 - Оптовая выручка составила 7,2 млрд рублей
- LFL продажи¹ незначительно выросли на 5 б.п. г/г. С учетом макроэкономической нестабильности и более сдержанного потребительского спроса, покупатели совершали крупные покупки в непродовольственных категориях, ограничивая траты на «поиск сокровищ» среди недорогих товаров. Компания продолжила инициативы по вводу новых товарных единиц и выявлению категорий товаров, пользующихся наибольшим спросом у покупателей, уделяя особое внимание поддержанию низких цен на весь ассортимент
- За отчетный период Компания увеличила сеть на 169 магазинов (включая 10 франчайзинговых магазинов). На 30 сентября 2024 года общее количество магазинов достигло 6 891
- В 3 квартале 2024 года общая торговая площадь увеличилась на 35 987 кв. м (+11,8% г/г) и составила 1 492 908 кв. м
- В 3 квартале 2024 года количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price выросло на 0,7 млн² и на 30 сентября 2024 года достигло 27,9 млн человек (+12,4% г/г). Доля покупок с картой лояльности составила 60,0% от общего объема розничных продаж. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности,

¹ Здесь и далее сопоставимые (LFL) продажи, 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. LFL продажи и средний чек рассчитаны на основании розничных продаж 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 все данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России

составил 489 рублей и почти вдвое превысил средний чек покупателей, не использующих карту

- Валовая прибыль увеличилась на 5,0% г/г до 26,5 млрд рублей. Валовая маржа составила 33,6%, на фоне роста транспортных расходов, что было частично нивелировано сокращением списаний запасов
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP³ и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 18,0% по сравнению с 15,0% в 3 квартале 2023 года, в основном за счет увеличения доли расходов на персонал и прочих расходов, а также отрицательного эффекта операционного рычага
- Скорр. EBITDA⁴ по МСФО (IFRS) 16 составила 12,4 млрд рублей на фоне увеличения SG&A расходов. Рентабельность по скорр. EBITDA составила 15,7%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 12,3 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 15,6%
- Чистая прибыль за отчетный период составила 6,0 млрд рублей при рентабельности по чистой прибыли на уровне 7,6%.
- Капитальные затраты составили 2,3% от выручки, практически не изменившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (2,1% в 3 квартале 2023 года). Основной объем инвестиций в отчетном периоде пришелся на открытие новых магазинов

³ Расходы на LTIP – расходы в рамках программы долгосрочной мотивации (от англ. long-term incentive programme)

⁴ Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP. EBITDA рассчитывается как прибыль за определенный период до вычета расходов по налогу на прибыль, чистых процентных доходов / (расходов), расходов на износ и амортизацию, а также прибыли / (убытков) от курсовых разниц

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2024 ГОДА

- Выручка увеличилась на 8,1% г/г до 227,2 млрд рублей
 - Розничная выручка выросла на 9,7% г/г до 204,3 млрд рублей
 - Оптовая выручка составила 22,9 млрд рублей
- LFL продажи увеличились на 1,2%
- Общее количество чистых открытий с начала года составило 477 магазинов, включая 446 магазинов под управлением Компании и 31 франчайзинговый магазин, что соответствует прогнозу Компании по чистым открытиям на 2024 год
- Общая торговая площадь магазинов увеличилась на 102 296 кв. м и составила 1 492 908 кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price с начала года выросло на 2,2 млн и достигло 27,9 млн человек. Доля покупок с картой лояльности составила 60,2% от общего объема розничных продаж
- Валовая прибыль увеличилась на 7,9% г/г до 76,0 млрд рублей. Валовая маржа составила 33,4%
- Отношение SG&A расходов (без учета расходов на LTIP и D&A) к выручке достигло 18,1% по сравнению с 15,5% за 9 месяцев 2023 года за счет увеличения доли расходов на персонал, рекламу и прочих расходов в выручке, что было частично нивелировано сокращением расходов на банковские комиссии
- Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 35,3 млрд рублей. Рентабельность по скорр. EBITDA была на уровне 15,6%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 34,8 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 15,3%
- Чистая прибыль за отчетный период составила 15,1 млрд рублей при рентабельности по чистой прибыли на уровне 6,6%

В 3 квартале 2024 года наша Компания продолжила укрепление лидерства в сегменте магазинов низких фиксированных цен в России и за рубежом. Мы зашли в 48 новых населенных пунктов, увеличили сеть на 169 магазинов и уверенно движемся к выполнению годового плана по 750 чистым открытиям в 2024 году. Этим летом мы открыли первые два магазина Fix Price в ОАЭ, таким образом, расширив географию присутствия сети до 10 стран.

Вместе с тем рост процентных ставок и инфляционные ожидания по-прежнему способствовали укреплению тренда на экономию на товарах повседневного спроса среди российских покупателей, что, в свою очередь, оказало влияние на динамику продаж Группы. В этих условиях наши усилия были направлены на сдерживание цен, чтобы покупатель с любым бюджетом мог порадовать себя приятными покупками из Fix Price.

Кадровый дефицит на рынке труда, а также рост транспортных тарифов на фоне нехватки водителей оказали давление на рентабельность Группы в отчетном периоде, что было частично нивелировано увеличением доли более прибыльных непродовольственных товаров в продажах. Сложная операционная среда мотивирует нас наращивать внедрение перспективных цифровых технологий, помогающих автоматизировать бизнес-процессы и повышать устойчивость к внешним вызовам. Кассы самообслуживания, голосовые роботы-помощники, видеоаналитика для контроля очередей, наполняемости полок, соблюдения порядка в торговом зале и помощи в других задачах сотрудников наших магазинов – наиболее перспективные сферы, которые помогают не только снизить потребность в кадрах, но и повысить качество клиентского обслуживания, точность анализов и прогнозов, а также уменьшить количество ошибок. Убежден, что эти меры, наряду с уникальным ценностным предложением сети позволят Компании уверенно сохранять позицию крупнейшего игрока в отрасли.

Fix Price входит в топ-3 торговых сетей страны по охвату покупательской аудитории и доле в кошельке россиян, [по данным Ромир](#). При этом охват нашей программы лояльности продолжает уверенно расти – только в третьем квартале более 700 тысяч человек присоединились к бонусной системе Fix Price, которая, наряду с получением баллов за покупки, позволяет участникам приобретать отдельные товары на 10-20% дешевле. К концу сентября общее количество участников программы достигло почти 28 миллионов человек в России, а средний чек держателей карт лояльности стабильно превышает размер чека остальных покупателей практически в два раза.

В заключение отмечу, что мы продолжаем непрерывную работу для обеспечения защиты интересов всех акционеров, вне зависимости от юрисдикции и размера участия в капитале Компании. В частности, 11 октября 2024 года был завершен перевод программы глобальных депозитарных расписок к депозитарию-преемнику – RCS Trust and Corporate Services Ltd, что позволило сохранить депозитарную программу и первичный листинг на Международной бирже Астаны. В качестве дальнейших стратегических шагов, Компания рассматривает различные варианты, включая возможность получения листинга для основного операционного актива Группы с последующей возможностью перехода на этот уровень владения для миноритарных акционеров.

Дмитрий Кирсанов, Управляющий директор Fix Price

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	30.09.2024	31.12.2023	30.09.2023
Общее количество магазинов	6 891	6 414	6 162
Россия	6 168	5 756	5 537
Беларусь	320	292	282
Казахстан	312	280	262
Латвия	43	46	42
Узбекистан	24	22	22
Грузия	7	7	6
Кыргызстан	6	6	6
Монголия	4	3	3
Армения	5	2	2
ОАЭ	2	-	-
Количество магазинов под управлением Компании	6 157	5 711	5 476
Россия	5 552	5 166	4 966
Беларусь	310	282	272
Казахстан	295	263	238
Количество франчайзинговых магазинов	734	703	686
Россия	616	590	571
Латвия	43	46	42
Узбекистан	24	22	22
Казахстан	17	17	24
Беларусь	10	10	10
Грузия	7	7	6
Кыргызстан	6	6	6
Монголия	4	3	3
Армения	5	2	2
ОАЭ	2	-	-
Торговая площадь (кв. м)	1 492 908	1 390 611	1 335 363
Магазины под управлением Компании	1 329 467	1 234 312	1 183 229
Франчайзинговые магазины	163 441	156 299	152 134

Динамика магазинов под управлением Компании

	3КВ 2024	3КВ 2023	9М 2024	9М 2023
Общее количество открытых магазинов	197	144	568	537
Россия	175	126	496	472
Казахстан	11	10	40	40

	3КВ 2024	3КВ 2023	9М 2024	9М 2023
Беларусь	11	8	32	25
Количество закрытых магазинов	38	40	122	100
Россия	35	32	110	81
Беларусь	-	4	4	6
Казахстан	3	4	8	13
Чистый прирост количества магазинов	159	104	446	437
Россия	140	94	386	391
Казахстан	8	6	32	27
Беларусь	11	4	28	19

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Расширение сети магазинов

- На конец отчетного периода общее количество магазинов достигло 6 891, увеличившись на 11,8% г/г. Доля франчайзинговых магазинов составила 10,7% от общего количества магазинов сети, снизившись на 48 б.п. г/г
- В 3 квартале 2024 года общее количество чистых открытий составило 169 магазинов (159 магазинов под управлением Компании и 10 франчайзинговых магазинов) по сравнению со 123 магазинами (104 магазина под управлением Компании и 19 франчайзинговых магазинов) в 3 квартале 2023 года
- В 3 квартале 2024 года Компания закрыла 38 магазинов под собственным управлением, по сравнению с 40 магазинами годом ранее, сохраняя фокус на контроле расходов на аренду в условиях высокой конкуренции
- В отчетном квартале Fix Price продолжил расширение сети в России и за рубежом: 13,0% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки, а доля зарубежных магазинов в общем количестве магазинов сети выросла до 10,5% по сравнению с 10,1% на конец 3 квартала 2023 года
- Общая торговая площадь магазинов Fix Price увеличилась на 35 987 кв. м и составила 1 492 908 кв. м (рост на 11,8% г/г) на конец квартала. Средняя торговая площадь магазина Fix Price в 3 квартале 2024 года составила 217 кв. м
- В 3 квартале 2024 года Компания вышла на рынок ОАЭ, открыв первые два магазина Fix Price в стране, таким образом в отчетном периоде Компания начала работу в 48 новых населенных пунктах в странах присутствия. По состоянию на 30 сентября 2024 года Fix Price был представлен в 10 странах

Динамика LFL продаж

- В 3 квартале 2024 года LFL продажи составили 0,05%. Компания продолжила инициативы по вводу в ассортимент новых товарных единиц и выявлению категорий товаров, пользующихся наибольшим спросом у покупателей, уделяя особое внимание поддержанию низких цен на весь ассортимент
- Сложная макроэкономическая среда и высокая конкуренция в условиях меняющихся потребительских предпочтений оказали влияние на динамику LFL трафика, который снизился на 3,1% г/г. LFL средний чек увеличился на 3,2% благодаря постепенному увеличению доли более дорогих товаров в структуре ассортиментной матрицы
- Динамика LFL продаж магазинов под управлением Компании в России составила 0,03%. Магазины в Беларуси вновь продемонстрировали уверенный рост трафика и стабильный уровень среднего чека, что способствовало улучшению общих показателей LFL продаж Группы в рублевом выражении несмотря на высокую волатильность курса рубля. Такая динамика была частично нивелирована результатами LFL продаж в Казахстане, обусловленными отрицательным эффектом пересчета валют
- В национальных валютах магазины в Беларуси и Казахстане продемонстрировали рост LFL продаж за счет последовательного увеличения трафика, благодаря эффективной работе с ассортиментом и привлекательному ценностному предложению. При этом сохраняющееся инфляционное давление повлияло на потребительские настроения в Казахстане и оказало сдерживающий эффект на динамику LFL среднего чека в стране

Ассортимент и товарные категории⁵

- В 3 квартале 2024 года доля непродовольственных товаров выросла до 46,1% от общего объема розничных продаж по сравнению с 45,8%⁶ в 3 квартале 2023 года, что отражает постепенное восстановление уровня продаж некоторых категорий непродовольственных товаров. Доля продуктов питания в розничных продажах увеличилась до 27,3% по сравнению с 25,7% в 3 квартале 2023 года в результате инициатив Компании по вводу товаров высокого спроса, способствующих росту трафика. Доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики сократилась до 26,7% от общего объема розничных продаж по сравнению с 28,5% в 3 квартале 2023 года. В отчетном квартале основными факторами роста LFL продаж были товары из сезонного ассортимента и игрушки, а также товары для дома, праздника и продукты питания
- Доля импорта в розничных продажах в 3 квартале 2024 года выросла до 22,9% по сравнению с 21,9% в 3 квартале 2023 года, что связано с

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

⁶ Структура ассортимента за 3 квартал 2023 года была пересмотрена на основании обновленного подхода

увеличением доли непродовольственных товаров в розничных продажах

- Доля товаров стоимостью выше 100 рублей в розничных продажах выросла до 60,8% в 3 квартале 2024 года по сравнению с 47,4% в 3 квартале 2023 года. Доля товаров стоимостью выше 200 рублей в розничных продажах увеличилась до 16,9% в 3 квартале 2024 года по сравнению с 14,5% в 3 квартале 2023 года
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 3,6% г/г до 349 рублей

Развитие программы лояльности

- На 30 сентября 2024 года общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 27,9 млн человек, увеличившись на 12,4% г/г. В отчетном периоде количество зарегистрированных участников выросло на 0,7 млн. Доля активных держателей карт лояльности⁷ среди участников программы составила 39,9%⁸
- Доля покупок с использованием карты лояльности составила 60,0% от общего объема розничных продаж сети в 3 квартале 2024 года по сравнению с 61,4% в 3 квартале 2023 года
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 489 рублей, что почти вдвое выше среднего чека покупателей, не использующих карту, который составил 260 рублей

⁷ Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

⁸ Изменение методики расчета: со 2 квартала 2024 года в общем количестве зарегистрированных участников программы учитываются держатели виртуальных карт лояльности

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 3 КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2024 ГОДА

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	3КВ 2024	3КВ 2023	Изменение	9М 2024	9М 2023	Изменение
Выручка	78 799	74 519	5,7%	227 190	210 196	8,1%
Розничная выручка	71 629	66 119	8,3%	204 290	186 205	9,7%
Оптовая выручка	7 170	8 400	(14,6)%	22 900	23 991	(4,5)%
Себестоимость	(52 307)	(49 289)	6,1%	(151 217)	(139 818)	8,2%
Валовая прибыль	26 492	25 230	5,0%	75 973	70 378	7,9%
Валовая маржа, %	33,6%	33,9%	(24) б.п.	33,4%	33,5%	(4) б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	(14 216)	(11 207)	26,8%	(41 060)	(32 563)	26,1%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	131	158	(17,1)%	435	459	(5,2)%
Скорр. EBITDA⁹	12 407	14 181	(12,5)%	35 348	38 274	(7,6)%
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	15,7%	19,0%	(328) б.п.	15,6%	18,2%	(265) б.п.
EBITDA	12 278	13 903	(11,7)%	34 823	37 465	(7,1)%
Рентабельность по EBITDA, %	15,6%	18,7%	(308) б.п.	15,3%	17,8%	(250) б.п.
D&A	(4 226)	(3 935)	7,4%	(12 488)	(11 170)	11,8%
Операционная прибыль	8 052	9 968	(19,2)%	22 335	26 295	(15,1)%
Операционная маржа, %	10,2%	13,4%	(316) б.п.	9,8%	12,5%	(268) б.п.
Чистые финансовые расходы	(175)	(25)	600,0%	(383)	(616)	(37,8)%
Чистый (убыток)/доход от курсовых разниц	(199)	(373)	(46,6)%	(909)	534	н/п
Прибыль до налогообложения	7 678	9 570	(19,8)%	21 043	26 213	(19,7)%
(Расходы)/доходы по налогу на прибыль	(1 677)	(2 123)	(21,0)%	(5 942)	880	н/п
Прибыль за период	6 001	7 447	(19,4)%	15 101	27 093	(44,3)%
Рентабельность по чистой прибыли, %	7,6%	10,0%	(238) б.п.	6,6%	12,9%	(624) б.п.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы¹⁰

млн руб.	3КВ 2024	3КВ 2023	Изменение	9М 2024	9М 2023	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	11 233	8 227	36,5%	31 925	24 169	32,1%
% от выручки	14,3%	11,0%	322 б.п.	14,1%	11,5%	255 б.п.
Банковские комиссии	616	902	(31,7)%	2 309	2 547	(9,3)%
% от выручки	0,8%	1,2%	(43) б.п.	1,0%	1,2%	(20) б.п.
Расходы на аренду	496	475	4,4%	1 305	1 276	2,3%

⁹ Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP

¹⁰ Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

млн руб.	3КВ 2024	3КВ 2023	Изменение	9М 2024	9М 2023	Изменение
% от выручки	0,6%	0,6%	(1) б.п.	0,6%	0,6%	(3) б.п.
Расходы на охрану	496	508	(2,4)%	1 525	1 500	1,7%
% от выручки	0,6%	0,7%	(5) б.п.	0,7%	0,7%	(4) б.п.
Расходы на рекламу	252	278	(9,4)%	832	640	30,0%
% от выручки	0,3%	0,4%	(5) б.п.	0,4%	0,3%	6 б.п.
Ремонт и техобслуживание	296	277	6,9%	869	746	16,5%
% от выручки	0,4%	0,4%	0 б.п.	0,4%	0,4%	3 б.п.
Коммунальные услуги	245	204	20,1%	751	669	12,3%
% от выручки	0,3%	0,3%	4 б.п.	0,3%	0,3%	1 б.п.
Прочие расходы	582	336	73,2%	1 544	1 016	52,0%
% от выручки	0,7%	0,5%	29 б.п.	0,7%	0,5%	20 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	14 216	11 207	26,8%	41 060	32 563	26,1%
% от выручки	18,0%	15,0%	300 б.п.	18,1%	15,5%	258 б.п.
Расходы на LTIP	129	278	(53,6)%	525	809	(35,1)%
% от выручки	0,2%	0,4%	(21) б.п.	0,2%	0,4%	(15) б.п.
Амортизация прав пользования	3 202	2 999	6,8%	9 429	8 486	11,1%
% от выручки	4,1%	4,0%	4 б.п.	4,2%	4,0%	11 б.п.
Прочая амортизация	1 024	936	9,4%	3 059	2 684	14,0%
% от выручки	1,3%	1,3%	4 б.п.	1,3%	1,3%	7 б.п.
Итого SG&A	18 571	15 420	20,4%	54 073	44 542	21,4%
% от выручки	23,6%	20,7%	287 б.п.	23,8%	21,2%	261 б.п.

Выручка Группы в 3 квартале 2024 года выросла на 5,7% г/г и составила 78,8 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 8,3%, что позволило компенсировать снижение оптовой выручки на 14,6%.

Розничная выручка Компании достигла 71,6 млрд рублей в основном за счет роста торговой площади сети. **Оптовая выручка** составила 7,2 млрд рублей, при этом доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась на 217 б.п. до 9,1% на фоне роста доли магазинов под управлением Компании и снижения продаж франчайзинговых магазинов.

В 3 квартале 2024 года **валовая прибыль** выросла на 5,0% г/г до 26,5 млрд рублей. **Валовая маржа** снизилась на 24 б.п. г/г до 33,6% за счет повышения транспортных расходов, что было частично нивелировано снижением списания запасов.

В 3 квартале 2024 года доля **транспортных расходов** в выручке увеличилась на 45 б.п. г/г до 2,0% на фоне роста тарифов в России, связанного с дефицитом водителей.

Величина **списания запасов** снизилась до 0,8% от выручки по сравнению с 1,0% в 3 квартале 2023 года, что связано с более низким уровнем начислений на основании фактических потерь за 2023 год.

Отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 300 б.п. г/г до 18,0%, в основном за счет роста доли расходов на персонал и прочих расходов, а также отрицательного эффекта операционного рычага. Рост затрат был частично нивелирован сокращением доли расходов на банковские комиссии в выручке.

Увеличению доли **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке на 322 б.п. г/г до 14,3% способствовали индексация заработных плат на фоне высокой конкуренции на рынке труда и повсеместной нехватки рабочей силы, а также рост количества сотрудников в связи с открытием новых распределительных центров в 2023 году.

Расходы на LTIP составили 129 млн рублей в 3 квартале 2024 года по сравнению с 278 млн рублей в 3 квартале 2023 года.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** увеличилась на 8 б.п. г/г до 5,4% от выручки. Доля амортизации активов в форме права пользования выросла на 4 б.п. г/г до 4,1% от выручки. Доля прочих расходов на износ и амортизацию увеличилась на 4 б.п. до 1,3% от выручки на фоне расширения сети магазинов.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16)** не изменилась по сравнению с прошлым годом и составила 0,6% от выручки (0,7% от розничной выручки).

Доля расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17) увеличилась на 29 б.п. г/г до 5,3% от выручки (на 19 б.п. до 5,8% от розничной выручки), в основном в результате отрицательного эффекта операционного рычага как по договорам аренды с фиксированной ставкой, так и по договорам с фиксированным компонентом и переменной ставкой аренды.

Расходы на банковские комиссии снизились на 43 б.п. г/г до 0,8% от выручки благодаря снижению эквайринговых комиссий за оплату картами на фоне улучшения коммерческих условий сотрудничества с банками и платежными системами, а также роста доли платежей через систему быстрых платежей (СБП), при которых банковские комиссии ниже.

Расходы на охрану снизились на 5 б.п. г/г до 0,6% от выручки благодаря последовательным усилиям Компании по оптимизации затрат.

Доля **расходов на ремонт и техобслуживание и затрат на коммунальные услуги** практически не изменилась и составила 0,4% и 0,3% от выручки соответственно, в то время как доля **прочих расходов** увеличилась на 29 б.п. г/г и составила 0,7% от выручки.

Доля **расходов на рекламу** снизилась на 5 б.п. г/г до 0,3% от выручки.

Доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 287 б.п. г/г до 23,6%. Основные факторы роста: рост в выручке доли расходов на персонал без учета LTIP (+322 б.п.) и доли прочих расходов (+29 б.п.).

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** сократилась на 5 б.п. г/г до 0,2% от выручки.

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

млн руб.	3КВ 2024	3КВ 2023	Изменение	9М 2024	9М 2023	Изменение
EBITDA (МСФО (IFRS) 16)	12 278	13 903	(11,7)%	34 823	37 465	(7,1)%
Рентабельность по EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %	15,6%	18,7%	(308) б.п.	15,3%	17,8%	(250) б.п.
Расходы на LTIP	129	278	(53,6)%	525	809	(35,1)%
Скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16)	12 407	14 181	(12,5)%	35 348	38 274	(7,6)%
Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %	15,7%	19,0%	(328) б.п.	15,6%	18,2%	(265) б.п.
Расходы на аренду	(3 646)	(3 225)	13,1%	(10 606)	(9 322)	13,8%
Коммунальные услуги	(62)	(55)	12,7%	(179)	(164)	9,1%
Скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17)	8 699	10 901	(20,2)%	24 563	28 788	(14,7)%
Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17), %	11,0%	14,6%	(359) б.п.	10,8%	13,7%	(288) б.п.
Расходы на LTIP	(129)	(278)	(53,6)%	(525)	(809)	(35,1)%
EBITDA (МСФО (IAS) 17)	8 570	10 623	(19,3)%	24 038	27 979	(14,1)%
Рентабельность по EBITDA (МСФО (IAS) 17), %	10,9%	14,3%	(338) б.п.	10,6%	13,3%	(273) б.п.

Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 снизилась на 12,5% г/г до 12,4 млрд рублей на фоне увеличения себестоимости продукции и SG&A расходов. **Рентабельность по скорр. EBITDA** составила 15,7% по сравнению с 19,0% в 3 квартале 2023 года.

EBITDA по МСФО (IFRS) 16 снизилась на 11,7% г/г до 12,3 млрд рублей. **Рентабельность по EBITDA** составила 15,6% по сравнению с 18,7% в 3 квартале 2023 года.

Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 8,7 млрд рублей. **Рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17** составила 11,0% по сравнению с 14,6% в 3 квартале 2023 года.

Чистые финансовые расходы увеличились до 175 млн рублей в 3 квартале 2024 года по сравнению с 25 млн рублей годом ранее, что в основном связано с увеличением процентных расходов по кредитам, а также ростом расходов по арендным обязательствам на фоне повышения процентных ставок и расширения сети магазинов. Это увеличение было в значительной степени нивелировано за счет роста процентных доходов по вкладам Группы на фоне повышения процентных ставок.

В 3 квартале 2024 года Группа зафиксировала **убыток от курсовых разниц** в размере 199 млн рублей, по сравнению с убытком в размере 373 млн рублей в 3 квартале 2023 года, на фоне ослабления рубля в отчетном периоде и связанного с этим убытка от переоценки торговой кредиторской задолженности, что было частично нивелировано доходом

от переоценки остатков на банковских счетах и вкладах Группы в иностранных валютах, переоценки форвардных контрактов и переоценки внутригрупповой рублевой кредиторской задолженности зарубежных компаний Группы.

Расходы Компании по налогу на прибыль составили 1,7 млрд рублей в 3 квартале 2024 года по сравнению с 2,1 млрд рублей в 3 квартале 2023 года. Снижение расходов связано с сокращением налоговой базы.

Прибыль за отчетный период снизилась на 19,4% г/г до 6,0 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 7,6%.

Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	30.09.2024	31.12.2023	30.09.2023
Краткосрочные кредиты и займы	15 043	10 024	15 026
Долгосрочные кредиты и займы	4 947	4 675	4 584
Краткосрочные обязательства по аренде	9 572	8 800	8 564
Долгосрочные обязательства по аренде	4 859	4 974	4 731
Денежные средства и их эквиваленты	(39 726)	(37 343)	(35 981)
(Чистые денежные средства)	(5 305)	(8 870)	(3 076)
(Чистые денежные средства) к EBITDA по МСФО (IFRS) 16¹¹	(0,1)х	(0,2)х	(0,06)х
Краткосрочные обязательства по аренде	(9 572)	(8 800)	(8 564)
Долгосрочные обязательства по аренде	(4 859)	(4 974)	(4 731)
(Чистые денежные средства) по МСФО (IAS) 17	(19 736)	(22 644)	(16 371)
(Чистые денежные средства) к EBITDA по МСФО (IAS) 17	(0,5)х	(0,6)х	(0,4)х

Краткосрочные кредиты и займы не изменились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составили 15,0 млрд рублей, поскольку Компания стремится поддерживать оптимальный уровень долга с незначительными колебаниями на протяжении года. Долгосрочные кредиты и займы составили 4,9 млрд рублей, увеличившись на 0,4 млрд рублей в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и на 0,3 млрд рублей – в сравнении с началом года. **Общая сумма кредитов и займов** увеличилась до 20,0 млрд рублей по сравнению с 19,6 млрд рублей на 30 сентября 2023 года и 14,7 млрд рублей на 31 декабря 2023 года. Обязательства по аренде составили 14,4 млрд рублей по сравнению с 13,3 млрд рублей на 30 сентября 2023 года и 13,8 млрд рублей в начале 2024 года. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании составила 34,4 млрд рублей, увеличившись на 4,6% г/г в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и на 20,9% – в сравнении с началом года.

Чистые денежные средства Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 увеличились до 19,7 млрд рублей по сравнению с 16,4 млрд рублей на 30

¹¹ Здесь и далее при расчете показателей отношения чистого долга / (чистых денежных средств) к EBITDA используется показатель EBITDA за предшествующие 12 месяцев

сентября 2023 года благодаря накоплению резервов денежных средств и снизились по сравнению с 22,6 млрд рублей на 31 декабря 2023 года, что связано с выплатой промежуточных дивидендов в размере 8,4 млрд рублей в 1 квартале 2024 года. Компания поддерживает консервативный уровень отношения **чистой денежной позиции к EBITDA по МСФО (IAS) 17** в размере 0,5x по сравнению с 0,4x на 30 сентября 2023 года и 0,6x на 31 декабря 2023 года.

Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	3КВ 2024	3КВ 2023	9М 2024	9М 2023
Прибыль до налогообложения	7 678	9 570	21 043	26 213
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	13 017	14 903	37 059	40 438
Изменения в оборотном капитале	(5 412)	(1 648)	(10 924)	(6 375)
Поступление денежных средств от операционной деятельности	7 605	13 255	26 135	34 063
Чистые уплаченные проценты	(75)	(25)	(91)	(674)
Уплаченный налог на прибыль	(2 426)	(2 103)	(6 421)	(5 121)
Чистые денежные средства от операционной деятельности	5 104	11 127	19 623	28 268
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	(1 781)	(1 572)	(4 394)	(4 947)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности	(3 136)	(2 943)	(12 594)	(11 065)
Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	21	(4)	(252)	141
Чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов	208	6 608	2 383	12 397

Чистый торговый оборотный капитал¹² Группы увеличился до 21,7 млрд рублей (7,0% от выручки)¹³ на 30 сентября 2024 года по сравнению с 14,5 млрд рублей (5,0% от выручки) на 31 декабря 2023 года, при этом оставаясь на комфортном уровне. Компания сохраняла свой подход к заблаговременному пополнению товарных запасов в условиях сохраняющейся нестабильности цепочки поставок, чтобы обеспечить наличие на полках товаров, способствующих росту трафика, и товаров из сезонного ассортимента.

Капитальные затраты в 3 квартале 2024 года составили 1,8 млрд рублей по сравнению с 1,6 млрд рублей в 3 квартале 2023 года. Основная часть инвестиций пришлась на открытие новых магазинов.

¹² Чистый торговый оборотный капитал рассчитывается как сумма величины запасов, дебиторской задолженности и прочих финансовых активов за вычетом кредиторской задолженности и прочих финансовых обязательств

¹³ Доля чистого оборотного капитала от выручки рассчитывается на основании выручки за предшествующие 12 месяцев

О КОМПАНИИ

Fix Price (AIX: FIXP.Y; MOEX: FIXP) – одна из крупнейших в мире и ведущая в России сеть магазинов низких фиксированных цен. Компания предлагает своим покупателям востребованную продукцию и постоянно ротирует ассортимент, включающий непродовольственные позиции, дрогери, а также продукты питания по низким фиксированным ценам.

На 30 сентября 2024 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 6 891 магазин в России и других странах, 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 2024 года Компания управляла 13 распределительными центрами и работала в 81 регионе России и на территории 9 других стран.

В 2023 году выручка Компании составила 291,9 млрд руб., EBITDA – 53,1 млрд руб., чистая прибыль – 35,7 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

КОНТАКТЫ

Отдел Fix Price по связям с инвесторами

[Елена Миронова](mailto:ir@fix-price.com)
ir@fix-price.com

Отдел Fix Price по связям со СМИ

[Екатерина Гончарова](mailto:pr@fix-price.com)
pr@fix-price.com