

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

Выручка

210,2
млрд руб.

Чистые
открытия

+499
магазинов

Валовая маржа

33,5%

Чистая прибыль

27,1
млрд руб.

FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 3 КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

Гибкая бизнес-модель — основа долгосрочного лидерства и создания акционерной стоимости в периоды неопределенности

31 октября 2023 года, Лимасол, Кипр – Fix Price Group PLC (LSE и MOEX: FIXP, AIX: FIXP.Y, «Fix Price», «Компания» или «Группа»), крупнейшая в России и одна из ведущих в мире сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные результаты и финансовые результаты по МСФО на основании управленческой отчетности за 3 квартал и 9 месяцев 2023 года, закончившиеся 30 сентября 2023 года.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 3 КВАРТАЛ 2023 ГОДА

- Выручка увеличилась на 6,3% г/г до 74,5 млрд рублей
 - Розничная выручка увеличилась на 6,3% г/г до 66,1 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 6,0% г/г до 8,4 млрд рублей
- В 3 квартале 2023 года динамика LFL продаж¹ составила -2,8% г/г на фоне эффекта высокой базы прошлого года и осторожного потребительского поведения
- В отчетном квартале Компания открыла 123 магазина (с учетом закрытий, а также включая 19 франчайзинговых магазинов); общее количество магазинов на конец отчетного периода достигло 6 162. Некоторое замедление темпов открытия новых магазинов обусловлено решением Компании сместить сроки открытий магазинов на традиционно более прибыльный четвертый квартал
- Общая торговая площадь магазинов увеличилась на 27,2 тыс. кв. м (+13,1% г/г) и составила 1 335,4 тыс. кв. м
- В 3 квартале 2023 года количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price выросло на 0,8 млн² и достигло 24,8 млн человек (+21,5% г/г). Доля покупок с картой лояльности увеличилась на 5,0 п.п. и составила 61,4% от общего объема розничных продаж. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, в 1,9 раза превысил средний чек покупателей, не использующих карту

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. LFL продажи 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 все данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России

- Валовая прибыль увеличилась на 11,0% г/г до 25,2 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 143 б.п. г/г и составила 33,9% благодаря эффективному управлению ассортиментом и товарными категориями, увеличению доли непродовольственных товаров и положительному влиянию результатов деятельности Компании в Казахстане и Беларуси
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP³ и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 15,0% по сравнению с 14,1% годом ранее за счет роста расходов на персонал, банковские комиссии, рекламу, ремонт и техобслуживание, а также эффекта отрицательного операционного рычага, что было частично нивелировано сокращением расходов на аренду, охрану и прочих расходов
- Скорр. EBITDA⁴ по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 8,0% г/г и составила 14,2 млрд рублей. Рентабельность по скорр. EBITDA увеличилась на 29 б.п. и достигла 19,0%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 5,8% г/г до 13,9 млрд рублей. Рентабельность по EBITDA практически не изменилась и составила 18,7% в связи с тем, что рост валовой маржи был частично нивелирован увеличением SG&A расходов (за вычетом расходов на D&A)
- Чистая прибыль за отчетный период увеличилась на 6,4% г/г до 7,4 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли выросла на 1 б.п. г/г и составила 10,0%
- В 3 квартале 2023 года капитальные затраты снизились до 2,1% от выручки по сравнению с 2,6% в 3 квартале 2022 года на фоне сокращения инвестиций в логистическую инфраструктуру, что было связано с плановым завершением активного строительства распределительных центров, которое было начато в 2022 году

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 2023 ГОДА

- Выручка увеличилась на 4,1% г/г до 210,2 млрд рублей
 - Розничная выручка увеличилась на 4,1% г/г до 186,2 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 4,2% г/г до 24,0 млрд рублей
- Динамика LFL продаж составила -5,3%
- За 9 месяцев 2023 года количество чистых открытий составило 499, включая 437 магазинов под управлением Компании и 62 франчайзинговых магазина
- За 9 месяцев 2023 года общая торговая площадь магазинов сети увеличилась на 110,0 тыс. кв. м до 1 335,4 тыс. кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 3,0 млн и достигло 24,8 млн человек. Доля покупок с картой лояльности составила 62,4% от общего объема розничных продаж
- Валовая прибыль увеличилась на 6,3% г/г до 70,4 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 69 б.п. г/г и составила 33,5%
- Отношение SG&A расходов без учета расходов на LTIP и D&A к выручке составило 15,5% по сравнению с 13,9% годом ранее за счет эффекта отрицательного операционного рычага и высокой конкуренции на рынке труда
- Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 38,3 млрд рублей по сравнению с 39,1 млрд рублей за 9 месяцев 2022 года. Рентабельность по скорр. EBITDA составила 18,2%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 37,5 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA — 17,8%, в связи с тем, что рост валовой маржи был нивелирован увеличением SG&A расходов (без D&A)
- Чистая прибыль за отчетный период увеличилась на 124,0% г/г до 27,1 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли выросла до 12,9% по сравнению с 6,0% за 9 месяцев 2022 года

«В отчетном периоде наша бизнес-модель в очередной раз подтвердила свою эффективность – мы смогли показать высокий уровень рентабельности в условиях осторожных потребительских настроений. Так, выручка за 3 квартал 2023 года достигла 75 млрд рублей, а маржа по операционной прибыли составила 13,4%. В дальнейшем мы намерены продолжить активную экспансию сети, соблюдая баланс роста и прибыльности. Несмотря на то, что план открытий в отчетном периоде был несколько смещен в сторону более высокодоходного четвертого квартала, годовой прогноз по чистым открытиям на уровне 750 магазинов остается неизменным.

В третьем квартале мы увидели поквартальное улучшение LFL показателей на фоне ускорения роста оборота розничной торговли в России. Однако население по-прежнему отдавало предпочтение крупным покупкам в непродовольственных категориях ввиду ослабления рубля и инфляционного давления. Со своей стороны мы продолжаем непрерывно работать над улучшением ценностного предложения магазинов и еще глубже изучаем потребности клиентов на основе данных продаж, программы лояльности и исследований рынка. Так, мы расширили предложение модных новинок в непродовольственном сегменте и видим положительную динамику LFL продаж в категориях кухонной утвари, аксессуаров и товаров для праздника.

Горжусь тем, что за последний год нам удалось привлечь около 4,5 млн новых участников программы лояльности, и в результате общее количество держателей карт перешагнуло отметку в 25 млн человек. Важно, что наряду с активным ростом пользователей эффективность программы и вовлеченность ее участников также возросли – так, в отчетном периоде средний чек лояльных покупателей был в 1,9 раз выше, чем у покупателей без карты лояльности; в то время как год назад этот разрыв составлял 1,8 раз.

Ситуация на рынке труда остается высококонкурентной, и мы ожидаем, что расходы на персонал продолжат оказывать давление на рентабельность бизнеса в среднесрочной перспективе. Тем не менее в отчетном периоде мы смогли улучшить динамику валовой маржи и обеспечить уверенные показатели рентабельности скорректированной EBITDA на уровне 19,0%. В третьем квартале нам также удалось улучшить оборачиваемость рабочего капитала, несмотря на умеренные темпы роста бизнеса, за счет более эффективного планирования и управления ассортиментом.

Наряду с повышением операционной эффективности, для нас также важно найти решения, которые смогут обеспечить максимальную защиту интересов всех стейкхолдеров и повысить стоимость бизнеса для акционеров. Так, в ноябре этого года пройдет внеочередное собрание акционеров, на которое будет вынесен вопрос редомициляции в Казахстан, а 16 октября ГДР Fix Price получили листинг на международной бирже Астаны AIX. Мы надеемся, что это поможет диверсифицировать структуру акционеров и потенциально будет способствовать росту ликвидности ценных бумаг Компании.

Одним из приоритетов для нас остается вопрос дивидендов. Fix Price сохраняет приверженность возврату к выплате дивидендов и сейчас активно прорабатывает возможные опции, которые, принимая во внимание регуляторную среду, учитывали бы интересы всех акционеров».

Дмитрий Курсанов, Генеральный директор Fix Price

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	30.09.2023	31.12.2022	30.09.2022
Общее количество магазинов	6 162	5 663	5 462
Россия	5 537	5 098	4 932
Беларусь	282	263	247
Казахстан	262	235	221
Латвия	42	36	32
Узбекистан	22	19	19
Грузия	6	6	5
Кыргызстан	6	6	6
Монголия	3	-	-
Армения	2	-	-
Количество магазинов под управлением Компании	5 476	5 039	4 855
Россия	4 966	4 575	4 421
Беларусь	272	253	237
Казахстан	238	211	197
Количество франчайзинговых магазинов	686	624	607
Россия	571	523	511
Латвия	42	36	32
Казахстан	24	24	24
Узбекистан	22	19	19
Беларусь	10	10	10
Грузия	6	6	5
Кыргызстан	6	6	6
Монголия	3	-	-
Армения	2	-	-
Торговая площадь (кв. м)	1 335 363	1 225 360	1 180 683
Магазины под управлением Компании	1 183 229	1 087 047	1 046 287
Франчайзинговые магазины	152 134	138 313	134 396

Динамика магазинов под управлением Компании

	3КВ 2023	3КВ 2022	9М 2023	9М 2022
Общее количество открытых магазинов	144	193	537	581
Россия	126	167	472	497
Казахстан	8	10	25	34
Беларусь	10	16	40	50
Узбекистан	-	-	-	-

	3КВ 2023	3КВ 2022	9М 2023	9М 2022
Количество закрытых магазинов	40	27	100	94
Россия	32	17	81	51
Казахстан	4	-	6	-
Беларусь	4	-	13	1
Узбекистан	-	10	-	42
Чистый прирост количества магазинов	104	166	437	487
Россия	94	150	391	446
Казахстан	4	10	19	34
Беларусь	6	16	27	49
Узбекистан	-	(10)	-	(42)

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Расширение сети магазинов

- По состоянию на 30 сентября 2023 года общее количество магазинов достигло 6 162, увеличившись на 12,8% г/г. Доля франчайзинговых магазинов не изменилась и составила 11,1% от общего количества магазинов сети
- Общее количество чистых открытий в 3 квартале 2023 года составило 123 магазина (включая 104 магазина под управлением Компании и 19 франчайзинговых магазинов) по сравнению со 195 магазинами (включая 166 магазинов под управлением Компании и 29 франчайзинговых магазинов) в 3 квартале 2022 года. Некоторое замедление темпов открытия новых магазинов связано с решением Компании сместить сроки открытий магазинов на традиционно более прибыльный четвертый квартал
- В 3 квартале 2023 года Компания закрыла 40 магазинов под собственным управлением, по сравнению с 27 магазинами в 3 квартале 2022 года, в связи с продолжением работы над улучшением условий аренды
- В 3 квартале 2023 года 11,4% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки. На конец отчетного периода доля зарубежных магазинов в общем количестве магазинов сети выросла до 10,1% по сравнению с 9,7% на 30 сентября 2022 года
- В 3 квартале 2023 года общая торговая площадь магазинов Fix Price увеличилась на 27,2 тыс. кв. м и составила 1 335,4 тыс. кв. м (+13,1% г/г). Средняя торговая площадь магазина Fix Price на 30 сентября 2023 года составила 217 кв. м
- В 3 квартале 2023 года Компания начала работу в 25 новых населенных пунктах. По состоянию на 30 сентября 2023 года Компания была представлена в девяти странах

Динамика LFL продаж

- В 3 квартале 2023 года динамика LFL продаж составила -2,8% г/г в связи с продолжающимся эффектом высокой базы прошлого года. Также на фоне резкого ослабления курса рубля население отдавало предпочтение крупным покупкам в непродовольственных категориях. LFL средний чек вырос на 2,5%, в то время как динамика LFL трафика составила -5,1%
- Динамика LFL продаж магазинов под управлением Компании в России составила -5,4%. При этом LFL продажи в Казахстане и Беларуси в рублевом выражении выросли на фоне эффекта пересчета валют в связи с ослаблением курса рубля
- Магазины в Беларуси продемонстрировали рост LFL трафика, при этом на динамику LFL среднего чека в национальной валюте повлияли эффект высокой базы прошлого года и неравномерное формирование ассортиментной матрицы на фоне некоторых операционных сложностей. LFL средний чек в магазинах в Казахстане в национальной валюте вырос благодаря тщательной работе с ассортиментом. Компании удалось сохранить привлекательное ценностное предложение в обеих странах, несмотря на инфляционное давление

Ассортимент и товарные категории⁵

- Доля продуктов питания в розничных продажах продолжила нормализоваться и составила 25,8% по сравнению с 27,2% в 3 квартале 2022 года и 27,9% в 3 квартале 2021 года, когда продажи товаров первой необходимости резко выросли на фоне формирования запасов со стороны населения. Соответственно, в 3 квартале 2023 года доля непродовольственных товаров выросла и составила 44,5% от общего объема розничных продаж по сравнению с 42,7% в 3 квартале 2022 года. Спрос на дробери (товары личной гигиены и бытовой химии) остался высоким благодаря эффективному управлению ассортиментом, и в результате доля этой категории выросла до 27,9% от общего объема розничных продаж по сравнению с 26,4% в 3 квартале 2022 года
- В 3 квартале 2023 года, несмотря на эффект высокой базы прошлого года, Компания зафиксировала положительную динамику LFL продаж в таких категориях, как товары для кухни, дома и ремонта, праздника, канцелярия и книги, товары для животных и галантерея. LFL продажи этих категорий за сентябрь стали основным драйвером общих LFL продаж за квартал благодаря введению модного ассортимента и новых коллекций товаров для кухни, а также проведению сезонных кампаний
- Компания продолжила переориентацию в сторону местных производителей, поэтому доля импорта в розничных продажах в

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

3 квартале 2023 года снизилась до 21,9% по сравнению с 22,3% в 3 квартале 2022 года

- Доля товаров стоимостью выше 99 рублей в розничных продажах выросла до 47,4% в 3 квартале 2023 года по сравнению с 38,0% в 3 квартале 2022 года благодаря эффективной ротации ассортимента между ценовыми категориями при сохранении привлекательного ценностного предложения. Доля товаров стоимостью выше 199 рублей в розничных продажах составила 14,5% в 3 квартале 2023 года по сравнению с 15,1% в 3 квартале 2022 года, поскольку покупатели отдавали предпочтение товарам низкого и среднего ценового сегмента
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 2,8% г/г до 337 рублей в 3 квартале 2023 года благодаря постоянной ротации ассортимента и постепенному пересмотру цен

Развитие программы лояльности

- На 30 сентября 2023 года общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 24,8 млн человек, увеличившись на 21,5% г/г. В 3 квартале 2023 года количество участников выросло на 0,8 млн благодаря промо-кампаниям для членов программы лояльности. Доля активных держателей карт лояльности⁶ среди участников программы составила в среднем около 52% в 3 квартале 2023 года
- Доля покупок с использованием карты лояльности составила 61,4% от общего объема розничных продаж сети в 3 квартале 2023 года по сравнению с 56,4% в 3 квартале 2022 года
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 463 рубля, что в 1,9 раза выше среднего чека покупателей, не использующих карту

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

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 3 КВАРТАЛ И 9 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	3КВ 2023	3КВ 2022	Изменение	9М 2023	9М 2022	Изменение
Выручка	74 519	70 099	6,3%	210 196	201 887	4,1%
Розничная выручка	66 119	62 173	6,3%	186 205	178 861	4,1%
Оптовая выручка	8 400	7 926	6,0%	23 991	23 026	4,2%
Себестоимость	(49 289)	(47 371)	4,0%	(139 818)	(135 682)	3,0%
Валовая прибыль	25 230	22 728	11,0%	70 378	66 205	6,3%
Валовая маржа, %	33,9%	32,4%	143 б.п.	33,5%	32,8%	69 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	(11 207)	(9 907)	13,1%	(32 563)	(28 126)	15,8%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	158	315	(49,8)%	459	1 048	(56,2)%
Скорр. EBITDA	14 181	13 136	8,0%	38 274	39 127	(2,2)%
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	19,0%	18,7%	29 б.п.	18,2%	19,4%	(117) б.п.
EBITDA	13 903	13 136	5,8%	37 465	39 127	(4,2)%
Рентабельность по EBITDA, %	18,7%	18,7%	(8) б.п.	17,8%	19,4%	(156) б.п.
D&A	(3 935)	(3 317)	18,6%	(11 170)	(9 690)	15,3%
Операционная прибыль	9 968	9 819	1,5%	26 295	29 437	(10,7)%
Операционная маржа, %	13,4%	14,0%	(63) б.п.	12,5%	14,6%	(207) б.п.
Чистые финансовые расходы	(25)	(811)	(96,9)%	(616)	(2 437)	(74,7)%
Чистый доход / (убыток) от курсовых разниц	(373)	434	н/п	534	(1 454)	н/п
Прибыль до налогообложения	9 570	9 442	1,4%	26 213	25 546	2,6%
Расходы по налогу на прибыль	(2 123)	(2 444)	(13,1)%	880	(13 453)	н/п
Прибыль за период	7 447	6 998	6,4%	27 093	12 093	124,0%
Рентабельность по чистой прибыли, %	10,0%	10,0%	1 б.п.	12,9%	6,0%	690 б.п.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

млн руб.	3КВ 2023	3КВ 2022	Изменение	9М 2023	9М 2022	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	8 227	7 302	12,7%	24 169	20 302	19,0%
% от выручки	11,0%	10,4%	62 б.п.	11,5%	10,1%	144 б.п.
Банковские комиссии	902	595	51,6%	2 547	1 904	33,8%
% от выручки	1,2%	0,8%	36 б.п.	1,2%	0,9%	27 б.п.
Расходы на аренду	475	584	(18,7)%	1 276	1 639	(22,1)%
% от выручки	0,6%	0,8%	(20) б.п.	0,6%	0,8%	(20) б.п.
Расходы на охрану	508	491	3,5%	1 500	1 348	11,3%

млн руб.	3КВ 2023	3КВ 2022	Изменение	9М 2023	9М 2022	Изменение
% от выручки	0,7%	0,7%	(2) б.п.	0,7%	0,7%	5 б.п.
Расходы на рекламу	278	173	60,7%	640	551	16,2%
% от выручки	0,4%	0,2%	13 б.п.	0,3%	0,3%	3 б.п.
Ремонт и техобслуживание	277	227	22,0%	746	825	(9,6)%
% от выручки	0,4%	0,3%	5 б.п.	0,4%	0,4%	(5) б.п.
Коммунальные услуги	204	194	5,2%	669	619	8,1%
% от выручки	0,3%	0,3%	(0,3) б.п.	0,3%	0,3%	1 б.п.
Прочие расходы	336	341	(1,5)%	1 016	938	8,3%
% от выручки	0,5%	0,5%	(4) б.п.	0,5%	0,5%	2 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	11 207	9 907	13,1%	32 563	28 126	15,8%
% от выручки	15,0%	14,1%	91 б.п.	15,5%	13,9%	156 б.п.
Расходы на LTIP	278	-	-	809	-	-
% от выручки	0,4%	0,0%	37 б.п.	0,4%	0,0%	38 б.п.
Амортизация прав пользования	2 999	2 552	17,5%	8 486	7 374	15,1%
% от выручки	4,0%	3,6%	38 б.п.	4,0%	3,7%	38 б.п.
Прочая амортизация	936	765	22,4%	2 684	2 316	15,9%
% от выручки	1,3%	1,1%	16 б.п.	1,3%	1,1%	13 б.п.
Итого SG&A	15 420	13 224	16,6%	44 542	37 816	17,8%
% от выручки	20,7%	18,9%	183 б.п.	21,2%	18,7%	246 б.п.

Выручка Группы в 3 квартале 2023 года выросла на 6,3% г/г и составила 74,5 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 6,3% и оптовой выручки на 6,0%.

В 3 квартале 2023 года **розничная выручка** Компании достигла 66,1 млрд рублей в основном за счет роста общей торговой площади сети. Рост **оптовой выручки** до 8,4 млрд рублей связан с открытием новых франчайзинговых магазинов. Доля оптовой выручки в общей выручке Компании осталась на уровне аналогичного периода прошлого года и составила 11,3%.

В 3 квартале 2023 года **валовая прибыль** выросла на 11,0% г/г до 25,2 млрд рублей. **Валовая маржа** увеличилась на 143 б.п. г/г до 33,9% за счет эффективного управления ассортиментом и товарными категориями, положительного эффекта курса рубля при закупке и доставке импортных товаров, которые были проданы в отчетном периоде, увеличения доли непродовольственных товаров и положительного влияния результатов деятельности Компании в Казахстане и Беларуси.

Доля **транспортных расходов** в выручке практически не изменилась, несмотря на рост тарифов, и составила 1,6% в 3 квартале 2023 года.

Величина **списания запасов** также практически не изменилась в 3 квартале 2023 года и составила 1,0% от выручки.

Отношение **SG&A без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 91 б.п. г/г до 15,0% на фоне роста расходов на персонал, банковские комиссии, рекламу, ремонт и техобслуживание, а также эффекта отрицательного операционного рычага, что было частично нивелировано сокращением расходов на аренду, охрану и прочих расходов.

Увеличению доли **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке на 62 б.п. до 11,0% способствовали индексация заработных плат в целях повышения конкурентоспособности Fix Price на рынке труда в период повсеместной нехватки рабочей силы, а также рост количества сотрудников в связи с проактивным открытием новых распределительных центров.

Начисления по расходам на LTIP составили 278 млн рублей в 3 квартале 2023 года.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** увеличилась на 55 б.п. г/г до 5,3% от выручки. Доля амортизации активов в форме права пользования увеличилась на 38 б.п. до 4,0% от выручки, что отражает увеличение соответствующих активов на фоне расширения сети и открытия новых арендованных распределительных центров, а также отрицательный эффект операционного рычага. Доля прочих расходов на износ и амортизацию увеличилась на 16 б.п. в основном за счет открытия двух собственных распределительных центров в сентябре 2022 года и марте 2023 года.

Доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 183 б.п. г/г до 20,7%, при этом доля расходов на LTIP составила 37 б.п., а доля расходов на амортизацию увеличилась на 55 б.п.

Расходы на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16) снизились на 20 б.п. г/г до 0,6% от выручки (на 22 б.п. г/г до 0,7% от розничной выручки), поскольку замедление темпов роста выручки привело к снижению доли переменного компонента в структуре расходов на аренду.

Доля расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17) увеличилась на 26 б.п. г/г до 5,0% от выручки (на 29 б.п. г/г до 5,6% от розничной выручки), отражая увеличение влияния расходов по договорам аренды с фиксированной ставкой, которые составляют 37% в общем портфеле договоров и в меньшей степени зависят от динамики выручки магазинов. Открытие новых распределительных центров также способствовало росту расходов на аренду в отчетном периоде.

Расходы на банковские комиссии выросли на 36 б.п. г/г до 1,2% от выручки на фоне низкой базы прошлого года, когда Банк России сократил эквайринговые комиссии за оплату картами в период с 18 апреля по 31 августа 2022 года для компаний, которые продают социально значимые товары или предоставляют социально значимые услуги.

Расходы на охрану снизились на 2 б.п. г/г до 0,7% от выручки, несмотря на рост конкуренции на рынке труда.

Доля **расходов на ремонт и техобслуживание** увеличилась на 5 б.п. г/г до 0,4% от выручки за счет повышения затрат на ремонт и приобретение расходных материалов.

Доля **затрат на коммунальные услуги** осталась на уровне аналогичного периода прошлого года и составила 0,3% от выручки, а доля **прочих расходов** снизилась на 4 б.п. г/г и составила 0,5% от выручки.

Доля **расходов на рекламу** увеличилась на 13 б.п. г/г до 0,4% от выручки в связи с возросшей маркетинговой активностью.

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** сократилась на 24 б.п. г/г до 0,2% от выручки на фоне эффекта отрицательного операционного рычага. Кроме того, с учетом сохраняющейся неопределенности в отношении нормативно-правовой базы западных стран Группа приостановила признание дохода от банка-депозитария, возникшего в связи с IPO.

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

млн руб.	3КВ 2023	3КВ 2022	Изменение	9М 2023	9М 2022	Изменение
EBITDA МСФО (IFRS) 16	13 903	13 136	5,8%	37 465	39 127	(4,2)%
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	18,7%	18,7%	(8) б.п.	17,8%	19,4%	(156) б.п.
Расходы на LTIP	278	-	-	809	-	-
Скорр. EBITDA МСФО (IFRS) 16	14 181	13 136	8,0%	38 274	39 127	(2,2)%
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	19,0%	18,7%	29 б.п.	18,2%	19,4%	(117) б.п.
Расходы на аренду	(3 225)	(2 715)	18,8%	(9 322)	(8 009)	16,4%
Коммунальные услуги	(55)	(51)	7,8%	(164)	(134)	22,4%
Скорр. EBITDA МСФО (IAS) 17	10 901	10 370	5,1%	28 788	30 984	(7,1)%
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	14,6%	14,8%	(16) б.п.	13,7%	15,3%	(165) б.п.
Расходы на LTIP	(278)	-	-	(809)	-	-
EBITDA МСФО (IAS) 17	10 623	10 370	2,4%	27 979	30 984	(9,7)%
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	14,3%	14,8%	(54) б.п.	13,3%	15,3%	(204) б.п.

Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 8,0% г/г до 14,2 млрд рублей. **Рентабельность по скорр. EBITDA** выросла на 29 б.п. и составила 19,0%.

EBITDA по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 5,8% г/г до 13,9 млрд рублей в 3 квартале 2023 года. **Рентабельность по EBITDA** практически не изменилась и составила 18,7%, в связи с тем, что рост SG&A расходов (за вычетом расходов на D&A) был нивелирован ростом валовой маржи.

Скорт. EBITDA по МСФО (IAS) 17 увеличилась на 5,1% г/г до 10,9 млрд рублей в 3 квартале 2023 года. Рентабельность по скорт. EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 14,6% по сравнению с 14,8% в 3 квартале 2022 года.

Чистые финансовые расходы в 3 квартале 2023 года снизились на 96,9% г/г до 25 млн рублей на фоне сокращения кредитов и займов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а также роста процентных доходов по вкладам Группы. Эти результаты были частично нивелированы увеличением процентных расходов по арендным обязательствам в связи с ростом процентных ставок в августе–сентябре 2023 года.

В 3 квартале 2023 года Группа зафиксировала **убыток от курсовых разниц** в размере 373 млн рублей, по сравнению с прибылью в размере 434 млн рублей в 3 квартале 2022 года, на фоне ослабления рубля и связанного с этим убытка от переоценки торговой кредиторской задолженности, который был частично нивелирован прибылью от переоценки внутригрупповой рублевой кредиторской задолженности зарубежных компаний Группы, а также прибылью от переоценки остатков на банковских счетах и депозитах Группы в иностранных валютах.

Расходы Компании по налогу на прибыль снизились на 13,1% г/г до 2,1 млрд рублей в 3 квартале 2023 года на фоне эффекта высокой базы прошлого года, когда в 3 квартале 2022 года Группа начислила резервы по налогу на прибыль.

Прибыль за отчетный период увеличилась на 6,4% г/г до 7,4 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли выросла на 1 б.п. г/г до 10,0%.

Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	30.09.2023	31.12.2022	30.09.2022
Краткосрочные кредиты и займы	15 026	17 576	16 514
Долгосрочные кредиты и займы	4 584	4 352	4 260
Краткосрочные обязательства по аренде	8 564	7 997	7 588
Долгосрочные обязательства по аренде	4 731	4 615	4 427
Денежные средства и их эквиваленты	(35 981)	(23 584)	(11 021)
(Чистые денежные средства) / чистый долг	(3 076)	10 956	21 768
(Чистые денежные средства) / чистый долг к EBITDA по МСФО (IFRS) 16⁷	(0,1)x	0,2x	0,4x
Краткосрочные обязательства по аренде	(8 564)	(7 997)	(7 588)
Долгосрочные обязательства по аренде	(4 731)	(4 615)	(4 427)
(Чистые денежные средства) / чистый долг по МСФО (IAS) 17	(16 371)	(1 656)	9 753
(Чистые денежные средства) / чистый долг к EBITDA по МСФО (IAS) 17	(0,4)x	(0,04)x	0,2x

⁷ Здесь и далее при расчете показателей отношения чистого долга / (чистых денежных средств) к EBITDA используется показатель EBITDA за предшествующие 12 месяцев

Долгосрочные кредиты и займы увеличились на 0,2 млрд рублей с начала года и составили 4,6 млрд рублей. Краткосрочные кредиты и займы с начала года сократились на 14,5% до 15,0 млрд рублей за счет того, что Компания продолжила погашение задолженности на фоне роста процентных ставок, используя накопленные денежные средства. **Общая сумма кредитов и займов** снизилась до 19,6 млрд рублей по сравнению с 21,9 млрд рублей на 31 декабря 2022 года. **Обязательства по аренде** незначительно увеличились до 13,3 млрд рублей по сравнению с 12,6 млрд рублей в начале года за счет увеличения количества договоров аренды на фоне расширения сети. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании составила 32,9 млрд рублей, снизившись на 4,7% с начала года.

По состоянию на конец отчетного периода чистые денежные средства Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 значительно выросли и составили 16,4 млрд рублей по сравнению с 1,7 млрд рублей на 31 декабря 2022 года. В результате отношение **чистой денежной позиции к EBITDA по МСФО (IAS) 17** улучшилось до 0,4х по сравнению с 0,04х на 31 декабря 2022 года, что связано с накоплением резервов денежных средств, а также сокращением краткосрочных кредитов и займов.

Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	ЗКВ 2023	ЗКВ 2022	9М 2023	9М 2022
Прибыль до налогообложения	9 570	9 442	26 213	25 546
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	14 903	13 800	40 438	41 115
Изменения в оборотном капитале	(1 648)	5 004	(6 375)	(6 761)
Поступление денежных средств от операционной деятельности	13 255	18 804	34 063	34 354
Чистые уплаченные проценты	(25)	(725)	(674)	(2 267)
Уплаченный налог на прибыль	(2 103)	(8 452)	(5 121)	(14 093)
Чистые денежные средства от операционной деятельности	11 127	9 627	28 268	17 994
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	(1 572)	(1 729)	(4 947)	(6 512)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности	(2 943)	(4 571)	(11 065)	(8 489)
Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	(4)	(6)	141	(751)
Чистое увеличение / (сокращение) денежных средств и их эквивалентов	6 608	3 321	12 397	2 242

Чистый торговый оборотный капитал⁸ улучшился до 11,5 млрд рублей (4,0% от выручки)⁹ на 30 сентября 2023 года по сравнению с 15,3 млрд рублей (5,7% от выручки) на 30 сентября 2022 года, несмотря на замедление темпов роста выручки, что отражает повышение эффективности управления ассортиментом.

Капитальные затраты в 3 квартале 2023 года снизились до 1,6 млрд рублей по сравнению с 1,8 млрд рублей в 3 квартале 2022 года на фоне сокращения инвестиций в строительство распределительных центров, которое было начато в 2022 году, и некоторого смещения плана открытий новых магазинов под управлением Компании в сторону 4 квартала 2023 года.

О КОМПАНИИ

Fix Price (LSE и MOEX: FIXP, AIX: FIXP.Y) – 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 2023 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 6 162 магазинов 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 2023 года Компания управляла 12 распределительными центрами и работала в 80 регионах России, а также в 8 зарубежных странах.

В 2022 году выручка Компании составила 277,6 млрд руб., EBITDA – 54,2 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 Гончарова
pr@fix-price.ru

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

⁹ Доля чистого оборотного капитала от выручки рассчитывается на основании выручки за предшествующие 12 месяцев