

## КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2024 ГОДА

Выручка

**148,4**  
млрд руб.

Чистые  
открытия

**+308**  
магазинов

Валовая маржа

**33,3%**

Чистая прибыль

**9,1**  
млрд руб.

# **FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2 КВАРТАЛ И 1 ПОЛУГОДИЕ 2024 ГОДА**

## **Верность стратегическим приоритетам и совершенствование покупательского опыта в условиях сложной рыночной конъюнктуры**

**8 августа 2024 года, Астана, Казахстан** – Fix Price Group PLC (LSE и MOEX: FIXP; AIX: FIXP.Y; «Fix Price», «Компания» или «Группа»), одна из крупнейших в мире и ведущая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные результаты за 1 полугодие 2024 года и финансовые результаты по МСФО за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2024 года (1 полугодие 2024 года), ревьюированные аудитором.

### **ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 2 КВАРТАЛ 2024 ГОДА**

- Выручка увеличилась на 9,9% г/г до 76,7 млрд рублей
  - Розничная выручка выросла на 11,8% г/г до 69,3 млрд рублей
  - Оптовая выручка составила 7,4 млрд рублей
- LFL продажи<sup>1</sup> выросли на 3,2% г/г благодаря инициативам в управлении товарными категориями и росту импульсных покупок на фоне признаков восстановления потребительской уверенности
- За отчетный период Компания увеличила сеть на 177 магазинов (включая 15 франчайзинговых магазинов). На 30 июня 2024 года общее количество магазинов достигло 6 722
- Во 2 квартале 2024 года общая торговая площадь увеличилась на 37 800 кв. м (+11,4% г/г) и составила 1 456 920 кв. м
- Во 2 квартале 2024 года количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price выросло на 0,7 млн<sup>2</sup> и достигло 27,1 млн человек (+13,0% г/г). Доля покупок с картой лояльности составила 59,9% от общего объема розничных продаж. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, почти вдвое превысил средний чек покупателей, не использующих карту
- Валовая прибыль увеличилась на 12,4% г/г до 26,0 млрд рублей за счет оптимизации себестоимости продаж. Валовая маржа выросла на 74

<sup>1</sup> 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

<sup>2</sup> Здесь и далее все данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России

б.п. до 34,0% благодаря эффективному управлению ассортиментом и улучшению коммерческих условий закупок, что позволило нивелировать давление со стороны волатильности валютных курсов

- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP<sup>3</sup> и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 17,3% по сравнению с 15,3% во 2 квартале 2023 года, в основном за счет увеличения доли расходов на персонал, рекламу, ремонт и техобслуживание и прочих расходов, что было частично нивелировано сокращением расходов на банковские комиссии, аренду, охрану и коммунальные услуги
- Скорр. EBITDA<sup>4</sup> по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 2,3% г/г и составила 13,0 млрд рублей, поскольку значительный рост валовой маржи позволил нивелировать увеличение SG&A расходов. Рентабельность по скорр. EBITDA составила 16,9%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 3,0% г/г до 12,8 млрд рублей. Рентабельность по EBITDA составила 16,7%
- Чистая прибыль за отчетный период составила 5,8 млрд рублей при рентабельности по чистой прибыли на уровне 7,6%
- Капитальные затраты снизились до 1,7% от выручки по сравнению с 1,9% во 2 квартале 2023 года, что отражает стабильный уровень инвестиций в открытие новых магазинов на фоне роста выручки

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

<sup>4</sup> 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 1 ПОЛУГОДИЕ 2024 ГОДА

- Выручка увеличилась на 9,4% г/г до 148,4 млрд рублей
  - Розничная выручка выросла на 10,5% г/г до 132,7 млрд рублей
  - Оптовая выручка увеличилась на 0,9% г/г до 15,7 млрд рублей
- LFL продажи увеличились на 1,9%
- За 1 полугодие 2024 года количество чистых открытий составило 308 магазинов, включая 287 магазинов под управлением Компании и 21 франчайзинговый магазин, что соответствует прогнозу Компании по чистым открытиям на 2024 год. Некоторое замедление темпов открытия новых магазинов по сравнению с прошлым годом обусловлено решением Компании сместить сроки открытий магазинов на традиционно более прибыльную вторую половину года
- В 1 полугодии 2024 года общая торговая площадь магазинов увеличилась на 66 309 кв. м и составила 1 456 920 кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price с начала года выросло на 1,4 млн и достигло 27,1 млн человек. Доля покупок с картой лояльности составила 60,4% от общего объема розничных продаж
- Валовая прибыль увеличилась на 9,6% г/г до 49,5 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 7 б.п. г/г и составила 33,3%
- Отношение SG&A расходов (без учета расходов на LTIP и D&A) к выручке достигло 18,1% по сравнению с 15,7% в 1 полугодии 2023 года, в основном за счет увеличения доли расходов на персонал, рекламу, ремонт и техобслуживание и прочих расходов в выручке, что было частично нивелировано сокращением расходов на банковские комиссии, аренду и охрану
- Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 22,9 млрд рублей. Рентабельность по скорр. EBITDA была на уровне 15,5%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 22,5 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA — 15,2%
- Чистая прибыль за период составила 9,1 млрд рублей, что отражает рост налоговых расходов в связи с удержанием налога на внутригрупповые дивиденды, а также высокую базу прошлого года после высвобождения налоговых резервов на фоне переоценки определенных налоговых рисков. Рентабельность по чистой прибыли составила 6,1%
- Капитальные затраты снизились до 1,8% от выручки по сравнению с 2,5% в 1 полугодии 2023 года

---

«Во втором квартале мы наблюдали продолжение тренда на восстановление потребительского спроса, что нашло отражение в укреплении положительной динамики LFL-продаж Группы, которые выросли на 3,2% год к году. Население чаще радуется приятными покупками, однако инфляционные ожидания и общая неопределенность по-прежнему способствуют формированию долгосрочного тренда на экономию и поиск наилучших предложений. Со своей стороны Fix Price сохраняет фокус на поддержании низких цен во всех предлагаемых товарных категориях.

В отчетном периоде мы уделили особое внимание сезонному ассортименту, что благоприятно повлияло на рост LFL среднего чека до 5,7%. Мы фиксировали повышенный интерес к товарам для комфортного отпуска и отдыха и неизменно высокий спрос на товары для кухни, дома, ремонта и праздника. Мы также усиливаем ассортимент продуктов питания, таких как мороженое, молоко и крупы, которые стимулируют покупателей чаще посещать наши магазины и, в свою очередь, приобретать интересные и регулярно обновляемые товары из непродовольственных категорий, которые преобладают в структуре нашей ассортиментной матрицы.

Горжусь тем, что наши инициативы по улучшению ценностного предложения магазинов находят отклик у покупателей. Так, по данным недавнего исследования компании Vector, доля посетителей, которые положительно оценивают формат магазинов Fix Price, выросла за последний год на 2 процентных пункта до 92%.

Мы стремимся к тому, чтобы преимущества уникального покупательского опыта Fix Price стали доступны широким слоям населения во всех географиях нашего присутствия. Поэтому во втором квартале Группа продолжила органическое развитие, расширив сеть на 177 магазинов и сохраняя прогноз на 750 чистых открытий в 2024 году. Отмечу, что в отчетном периоде около 17% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки: недавно мы преодолели отметку в 600 магазинов совокупно в Беларуси и Казахстане, которые показывают сильный рост LFL продаж, а в июле первый магазин Fix Price открыл свои двери в Объединенных Арабских Эмиратах.

Вместе с тем операционная среда на российском розничном рынке остается сложной: острый дефицит рабочей силы продолжает оказывать давление на рентабельность, а ситуация с перевозками все еще нестабильная. Однако благодаря многолетнему опыту в управлении логистикой, мы обеспечиваем своевременные поставки товаров на полки наших магазинов, включая сезонный ассортимент. Постоянный фокус Компании на внедрении решений для повышения операционной эффективности, среди которых стоит отметить активную установку касс самообслуживания и снижение банковских комиссий, позволяет частично нивелировать давление на рентабельность. Так, в отчетном периоде скорректированная рентабельность по EBITDA показала поквартальное улучшение до 16,9%, что остается одним из самых высоких показателей в секторе. Всего за первое полугодие мы заработали 9,1 млрд рублей чистой прибыли; при этом на показатель повлиял налог у источника, уплаченный в связи с выплатой дивидендов, которые Компания смогла объявить, несмотря на все инфраструктурные сложности.

Соблюдение прав и защита интересов всех инвесторов, а также открытый диалог с инвестиционным сообществом – наши неизменные приоритеты. Компания ведет непрерывную работу для адаптации к изменяющимся условиям на рынках капитала. Среди принимаемых мер – выработка решений, направленных на устранение ключевых инфраструктурных ограничений для любых инвесторов и миноритарных акционеров Fix Price вне зависимости от юрисдикции. В настоящее время ведутся переговоры по привлечению депозитария-преемника для программы ГДР Группы. Как и прежде, мы будем своевременно сообщать рынку обо всех изменениях и принятых решениях.»

**Дмитрий Курсанов, Управляющий директор Fix Price**

---

## Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	30.06.2024	31.12.2023	30.06.2023
<b>Общее количество магазинов</b>	<b>6 722</b>	<b>6 414</b>	<b>6 039</b>
Россия	6 021	5 756	5 428
Беларусь	309	292	278
Казахстан	304	280	256
Латвия	45	46	40
Узбекистан	23	22	21
Грузия	7	7	6
Кыргызстан	5	6	6
Монголия	4	3	2
Армения	4	2	2
<b>Количество магазинов под управлением Компании</b>	<b>5 998</b>	<b>5 711</b>	<b>5 372</b>
Россия	5 412	5 166	4 872
Беларусь	299	282	268
Казахстан	287	263	232
<b>Количество франчайзинговых магазинов</b>	<b>724</b>	<b>703</b>	<b>667</b>
Россия	609	590	556
Латвия	45	46	40
Узбекистан	23	22	21
Казахстан	17	17	24
Беларусь	10	10	10
Грузия	7	7	6
Кыргызстан	5	6	6
Монголия	4	3	2
Армения	4	2	2
<b>Торговая площадь (кв. м)</b>	<b>1 456 920</b>	<b>1 390 611</b>	<b>1 308 198</b>
Магазины под управлением Компании	1 295 981	1 234 312	1 160 261
Франчайзинговые магазины	160 940	156 299	147 937

## Динамика магазинов под управлением Компании

	2КВ 2024	2КВ 2023	1П 2024	1П 2023
<b>Общее количество открытых магазинов</b>	<b>207</b>	<b>195</b>	<b>371</b>	<b>393</b>
Россия	178	177	321	346
Казахстан	17	12	29	30
Беларусь	12	6	21	17

	2КВ 2024	2КВ 2023	1П 2024	1П 2023
<b>Количество закрытых магазинов</b>	<b>45</b>	<b>29</b>	<b>84</b>	<b>60</b>
Россия	43	26	75	49
Беларусь	2	1	4	2
Казахстан	-	2	5	9
<b>Чистый прирост количества магазинов</b>	<b>162</b>	<b>166</b>	<b>287</b>	<b>333</b>
Россия	135	151	246	297
Казахстан	17	10	24	21
Беларусь	10	5	17	15

## ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

### Расширение сети магазинов

- Общее количество магазинов достигло 6 722, увеличившись на 11,3% г/г. Доля франчайзинговых магазинов составила 10,8% от общего количества магазинов сети, снизившись на 27 б.п. г/г
- В отчетном квартале общее количество чистых открытий составило 177 магазинов (162 магазина под управлением Компании и 15 франчайзинговых магазинов) по сравнению со 191 магазином (166 магазинов под управлением Компании и 25 франчайзинговых магазинов) во 2 квартале 2023 года
- Во 2 квартале 2024 года Компания закрыла 45 магазинов под собственным управлением, по сравнению с 29 магазинами годом ранее, сохраняя фокус на контроле расходов на аренду
- Во 2 квартале 2024 года Fix Price продолжил расширение сети в России и за рубежом: 16,9% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки, а доля зарубежных магазинов в общем количестве магазинов сети выросла до 10,4% по сравнению с 10,1% на 30 июня 2023 года
- Общая торговая площадь магазинов Fix Price увеличилась на 37 800 кв. м и составила 1 456 920 кв. м (рост на 11,4% г/г) на конец квартала. Средняя торговая площадь магазина Fix Price во 2 квартале 2024 года составила 217 кв. м
- В отчетном квартале Компания начала работу в 40 новых населенных пунктах. По состоянию на 30 июня 2024 года Fix Price был представлен в девяти странах

### Динамика LFL продаж

- Во 2 квартале 2024 года LFL продажи увеличились 3,2%, в то время как LFL средний чек вырос на 5,7%, а динамика LFL трафика составила -2,3%. Восстановление потребительской уверенности способствовало росту импульсных покупок, при этом трафик по-прежнему находился под давлением. Сезонный ассортимент, отвечающий потребностям и вкусам покупателей, поддержал рост LFL среднего чека. Росту LFL продаж также помогли инициативы по вводу дополнительных товарных позиций, таких как мороженое, молоко длительного хранения и крупы в продуктовой категории, направленные на привлечение дополнительного трафика
- Динамика LFL продаж магазинов под управлением Компании в России составила 2,0%. При этом LFL продажи в Казахстане и Беларуси в рублевом выражении способствовали улучшению общих показателей LFL продаж Группы на фоне сильных показателей продаж и эффекта пересчета валют
- В национальных валютах магазины в Беларуси и Казахстане продемонстрировали рост LFL продаж за счет последовательного

увеличения трафика, при этом эффект высокой базы прошлого года отрицательно повлиял на динамику LFL среднего чека в Казахстане

## Ассортимент и товарные категории<sup>5</sup>

- Во 2 квартале 2024 года доля непродовольственных товаров выросла до 47,7% от общего объема розничных продаж по сравнению с 44,5% во 2 квартале 2023 года благодаря сильной динамике LFL продаж таких категорий, как товары для кухни, дома, ремонта и праздника, а также сезонных товаров. В отчетном квартале доля продуктов питания в розничных продажах снизилась на 97 б.п. до 26,7%, в то время как доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики сократилась до 25,6% от общего объема розничных продаж по сравнению с 27,9% во 2 квартале 2023 года
- Доля импорта в розничных продажах во 2 квартале 2024 года увеличилась и составила 23,5% по сравнению с 21,4% во 2 квартале 2023 года, что отражает увеличение доли непродовольственных товаров в розничных продажах
- Доля товаров стоимостью выше 100 рублей в розничных продажах выросла до 59,9% во 2 квартале 2024 года по сравнению с 42,4% во 2 квартале 2023 года в результате увеличения доли более дорогих непродовольственных товаров стоимостью выше 100 рублей. Компания также продолжила расширять ассортимент товаров среднего и высокого ценовых сегментов. Доля товаров стоимостью выше 200 рублей в розничных продажах увеличилась до 15,6% во 2 квартале 2024 года по сравнению с 13,7% во 2 квартале 2023 года
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 6,1% г/г до 333 рублей благодаря постоянной ротации ассортимента и постепенному пересмотру цен

## Развитие программы лояльности

- На 30 июня 2024 года общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 27,1 млн человек, увеличившись на 13,0% г/г. В отчетном периоде количество зарегистрированных участников выросло на 0,7 млн. Доля активных держателей карт лояльности<sup>6</sup> среди участников программы составила 41,9%
- Доля покупок с использованием карты лояльности составила 59,9% от общего объема розничных продаж сети во 2 квартале 2024 года по сравнению с 62,5% во 2 квартале 2023 года
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 472 рубля, что почти вдвое выше среднего чека покупателей, не использующих карту, который составил 244 рубля

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

<sup>6</sup> Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

## ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2 КВАРТАЛ И 1 ПОЛУГОДИЕ 2024 ГОДА

### Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	2КВ 2024	2КВ 2023	Изменение	1П 2024	1П 2023	Изменение
<b>Выручка</b>	<b>76 707</b>	<b>69 782</b>	<b>9,9%</b>	<b>148 391</b>	<b>135 677</b>	<b>9,4%</b>
Розничная выручка	69 312	61 987	11,8%	132 661	120 086	10,5%
Оптовая выручка	7 395	7 795	(5,1)%	15 730	15 591	0,9%
Себестоимость	(50 660)	(46 600)	8,7%	(98 910)	(90 529)	9,3%
<b>Валовая прибыль</b>	<b>26 047</b>	<b>23 182</b>	<b>12,4%</b>	<b>49 481</b>	<b>45 148</b>	<b>9,6%</b>
Валовая маржа, %	34,0%	33,2%	74 б.п.	33,3%	33,3%	7 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	(13 245)	(10 666)	24,2%	(26 844)	(21 356)	25,7%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	151	142	6,3%	304	301	1,0%
<b>Скорр. EBITDA<sup>7</sup></b>	<b>12 953</b>	<b>12 658</b>	<b>2,3%</b>	<b>22 941</b>	<b>24 093</b>	<b>(4,8)%</b>
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	16,9%	18,1%	(125) б.п.	15,5%	17,8%	(230) б.п.
<b>EBITDA</b>	<b>12 772</b>	<b>12 401</b>	<b>3,0%</b>	<b>22 545</b>	<b>23 562</b>	<b>(4,3)%</b>
Рентабельность по EBITDA, %	16,7%	17,8%	(112) б.п.	15,2%	17,4%	(217) б.п.
D&A	(4 219)	(3 661)	15,2%	(8 262)	(7 235)	14,2%
<b>Операционная прибыль</b>	<b>8 553</b>	<b>8 740</b>	<b>(2,1)%</b>	<b>14 283</b>	<b>16 327</b>	<b>(12,5)%</b>
Операционная маржа, %	11,2%	12,5%	(137) б.п.	9,6%	12,0%	(241) б.п.
Чистые финансовые доходы	(229)	(254)	(9,8)%	(208)	(591)	(64,8)%
Чистый (убыток)/доход от курсовых разниц	(769)	424	н/п	(710)	907	н/п
<b>Прибыль до налогообложения</b>	<b>7 555</b>	<b>8 910</b>	<b>(15,2)%</b>	<b>13 365</b>	<b>16 643</b>	<b>(19,7)%</b>
(Расходы)/доходы по налогу на прибыль	(1 745)	4 883	н/п	(4 265)	3 003	н/п
<b>Прибыль за период</b>	<b>5 810</b>	<b>13 793</b>	<b>(57,9)%</b>	<b>9 100</b>	<b>19 646</b>	<b>(53,7)%</b>
Рентабельность по чистой прибыли, %	7,6%	19,8%	(1 219) б.п.	6,1%	14,5%	(835) б.п.

### Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы<sup>8</sup>

млн руб.	2КВ 2024	2КВ 2023	Изменение	1П 2024	1П 2023	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	10 173	7 920	28,4%	20 692	15 942	29,8%
% от выручки	13,3%	11,3%	191 б.п.	13,9%	11,7%	219 б.п.
Банковские комиссии	801	848	(5,5)%	1 693	1 645	2,9%

<sup>7</sup> Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP

<sup>8</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

млн руб.	2КВ 2024	2КВ 2023	Изменение	1П 2024	1П 2023	Изменение
% от выручки	1,0%	1,2%	(17) б.п.	1,1%	1,2%	(7) б.п.
Расходы на аренду	456	429	6,3%	809	801	1,0%
% от выручки	0,6%	0,6%	(2) б.п.	0,5%	0,6%	(5) б.п.
Расходы на охрану	523	488	7,2%	1 029	992	3,7%
% от выручки	0,7%	0,7%	(2) б.п.	0,7%	0,7%	(4) б.п.
Расходы на рекламу	277	158	75,3%	580	362	60,2%
% от выручки	0,4%	0,2%	13 б.п.	0,4%	0,3%	12 б.п.
Ремонт и техобслуживание	305	246	24,0%	573	469	22,2%
% от выручки	0,4%	0,4%	5 б.п.	0,4%	0,3%	4 б.п.
Коммунальные услуги	234	227	3,1%	506	465	8,8%
% от выручки	0,3%	0,3%	(2) б.п.	0,3%	0,3%	(0) б.п.
Прочие расходы	476	350	36,0%	962	680	41,5%
% от выручки	0,6%	0,5%	12 б.п.	0,6%	0,5%	15 б.п.
<b>SG&amp;A (без LTIP и D&amp;A)</b>	<b>13 245</b>	<b>10 666</b>	<b>24,2%</b>	<b>26 844</b>	<b>21 356</b>	<b>25,7%</b>
<b>% от выручки</b>	<b>17,3%</b>	<b>15,3%</b>	<b>198 б.п.</b>	<b>18,1%</b>	<b>15,7%</b>	<b>235 б.п.</b>
Расходы на LTIP	181	257	(29,6)%	396	531	(25,4)%
% от выручки	0,2%	0,4%	(13) б.п.	0,3%	0,4%	(12) б.п.
Амортизация прав пользования	3 145	2 769	13,6%	6 227	5 487	13,5%
% от выручки	4,1%	4,0%	13 б.п.	4,2%	4,0%	15 б.п.
Прочая амортизация	1 074	892	20,4%	2 035	1 748	16,4%
% от выручки	1,4%	1,3%	12 б.п.	1,4%	1,3%	8 б.п.
<b>Итого SG&amp;A</b>	<b>17 645</b>	<b>14 584</b>	<b>21,0%</b>	<b>35 502</b>	<b>29 122</b>	<b>21,9%</b>
<b>% от выручки</b>	<b>23,0%</b>	<b>20,9%</b>	<b>210 б.п.</b>	<b>23,9%</b>	<b>21,5%</b>	<b>246 б.п.</b>

**Выручка** Группы во 2 квартале 2024 года выросла на 9,9% г/г и составила 76,7 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 11,8%, что позволило компенсировать снижение оптовой выручки на 5,1%.

**Розничная выручка** Компании достигла 69,3 млрд рублей благодаря расширению сети и росту LFL продаж. **Оптовая выручка** составила 7,4 млрд рублей, при этом доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась на 153 б.п. до 9,6% на фоне ускорения темпов открытия магазинов под управлением Компании и небольшого снижения продаж франчайзинговых магазинов.

Во 2 квартале 2024 года **валовая прибыль** выросла на 12,4% г/г до 26,0 млрд рублей. **Валовая маржа** увеличилась на 74 б.п. г/г до 34,0% за счет эффективного управления ассортиментом и товарными категориями. Кроме того, используя значительный запас денежных средств, Компания работала с поставщиками частично на условиях ранней оплаты в целях

улучшения коммерческих условий, что позволило нивелировать давление неблагоприятных валютных курсов на валовую маржу.

Во 2 квартале 2024 года доля **транспортных расходов** в выручке увеличилась на 34 б.п. г/г до 2,0% на фоне роста тарифов в России.

Величина  **списания запасов**  снизилась до 0,7% от выручки по сравнению с 1,1% во 2 квартале 2023 года, что отражает более низкий уровень начислений на основании фактических потерь за 2023 год.

**Отношение SG&A без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 198 б.п. г/г до 17,3%, в основном за счет увеличения доли расходов на персонал, рекламу, ремонт и техобслуживание и прочих расходов в выручке, что было частично нивелировано сокращением расходов на банковские комиссии, аренду, охрану и коммунальные услуги.

Увеличению доли **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке на 191 б.п. г/г до 13,3% способствовали индексация заработных плат ввиду сохраняющейся нехватки рабочей силы на рынке труда, а также роста количества сотрудников в связи с открытием новых распределительных центров в 2023 году.

**Расходы на LTIP** составили 181 млн рублей во 2 квартале 2024 года по сравнению с 257 млн рублей во 2 квартале 2023 года.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** увеличилась на 25 б.п. г/г до 5,5% от выручки. Доля амортизации активов в форме права пользования выросла на 13 б.п. до 4,1% от выручки, что отражает увеличение соответствующих активов на фоне расширения сети. Доля прочих расходов на износ и амортизацию увеличилась на 12 б.п. до 1,4% от выручки.

**Расходы на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16)** снизились на 2 б.п. г/г до 0,6% от выручки (на 3 б.п. г/г до 0,7% от розничной выручки), поскольку более сдержанный темп роста выручки привел к снижению доли переменного компонента в структуре расходов на аренду.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17)** увеличилась на 15 б.п. г/г до 5,2% от выручки (на 7 б.п. до 5,8% от розничной выручки), отражая влияние расходов по договорам аренды с фиксированной ставкой (34% в общем портфеле договоров), которые не зависят от динамики выручки магазинов, и фиксированного компонента договоров с переменной ставкой аренды.

**Расходы на банковские комиссии** снизились на 17 б.п. г/г до 1,0% 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 2 б.п. г/г до 0,7% от выручки благодаря эффекту операционного рычага, 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 роста расходов на обслуживание касс

самообслуживания, которые Компания активно устанавливает в магазинах сети, и увеличения затрат на закупку расходных материалов.

Доля **затрат на коммунальные услуги** не изменилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 0,3% от выручки, а доля **прочих расходов** увеличилась на 12 б.п. г/г и составила 0,6% от выручки.

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

Доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 210 б.п. г/г до 23,0%. Основные факторы роста: рост в выручке доли расходов на персонал без учета LTIP (+191 б.п.), а также доли расходов на D&A (+25 б.п.).

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** не изменилась по сравнению с предыдущим годом и составила 0,2% от выручки.

## Сведения EBITDA МСФО (IFRS) 16 и МСФО (IAS) 17

млн руб.	2КВ 2024	2КВ 2023	Изменение	1П 2024	1П 2023	Изменение
<b>ЕБИТДА МСФО (IFRS) 16</b>	<b>12 772</b>	<b>12 401</b>	<b>3,0%</b>	<b>22 545</b>	<b>23 562</b>	<b>(4,3)%</b>
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16), %</i>	16,7%	17,8%	(112) б.п.	15,2%	17,4%	(217) б.п.
Расходы на LTIP	181	257	(29,6)%	396	531	(25,4)%
<b>Скорр. ЕБИТДА МСФО (IFRS) 16</b>	<b>12 953</b>	<b>12 658</b>	<b>2,3%</b>	<b>22 941</b>	<b>24 093</b>	<b>(4,8)%</b>
<i>Рентабельность по скорр. ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16), %</i>	16,9%	18,1%	(125) б.п.	15,5%	17,8%	(230) б.п.
Расходы на аренду	(3 538)	(3 098)	14,2%	(6 960)	(6 097)	14,2%
Коммунальные услуги	(59)	(56)	5,4%	(117)	(109)	7,3%
<b>Скорр. ЕБИТДА МСФО (IAS) 17</b>	<b>9 356</b>	<b>9 504</b>	<b>(1,6)%</b>	<b>15 864</b>	<b>17 887</b>	<b>(11,3)%</b>
<i>Рентабельность по скорр. ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17), %</i>	12,2%	13,6%	(142) б.п.	10,7%	13,2%	(249) б.п.
Расходы на LTIP	(181)	(257)	(29,6)%	(396)	(531)	(25,4)%
<b>ЕБИТДА МСФО (IAS) 17</b>	<b>9 175</b>	<b>9 247</b>	<b>(0,8)%</b>	<b>15 468</b>	<b>17 356</b>	<b>(10,9)%</b>
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17), %</i>	12,0%	13,3%	(129) б.п.	10,4%	12,8%	(237) б.п.

**Скорр. ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16** увеличилась на 2,3% г/г и составила 13,0 млрд рублей, поскольку уверенный рост валовой маржи позволил нивелировать увеличение SG&A расходов. **Рентабельность по скорр. ЕБИТДА** составила 16,9% по сравнению с 18,1% во 2 квартале 2023 года.

**ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16** увеличилась на 3,0% г/г до 12,8 млрд рублей. **Рентабельность по ЕБИТДА** составила 16,7% по сравнению с 17,8% во 2 квартале 2023 года.

**Скорт. EBITDA по МСФО (IAS) 17** практически не изменилась и составила 9,4 млрд рублей. **Рентабельность по скорт. EBITDA по МСФО (IAS) 17** составила 12,2% по сравнению с 13,6% во 2 квартале 2023 года.

**Чистые финансовые расходы** снизились на 9,8% г/г до 229 млн рублей в основном благодаря значительному росту процентных доходов по вкладам Группы, что было частично нивелировано увеличением процентных расходов по кредитам, а также ростом расходов по арендным обязательствам на фоне расширения сети магазинов.

Во 2 квартале 2024 года, Группа зафиксировала **убыток от курсовых разниц** в размере 769 млн рублей, по сравнению с прибылью в размере 424 млн рублей во 2 квартале 2023 года, на фоне укрепления рубля в отчетном периоде и связанного с этим убытка от переоценки остатков на банковских счетах и вкладах Группы в иностранных валютах, переоценки форвардных контрактов и внутригрупповой рублевой кредиторской задолженности зарубежных компаний Группы, что было частично нивелировано прибылью от переоценки торговой кредиторской задолженности.

**Расходы Компании по налогу на прибыль** составили 1,7 млрд рублей во 2 квартале 2024 года по сравнению с доходами по налогу на прибыль в размере 4,9 млрд рублей во 2 квартале 2023 года, когда Группа провела переоценку определенных налоговых рисков, что в результате высвободило налоговые резервы.

Группа зафиксировала **прибыль за отчетный период** в размере 5,8 млрд рублей, по сравнению с 13,8 млрд рублей во 2 квартале 2023 года. Рентабельность по чистой прибыли составила 7,6%.

## Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	30.06.2024	31.12.2023	30.06.2023
Краткосрочные кредиты и займы	15 036	10 024	15 019
Долгосрочные кредиты и займы	4 855	4 675	4 503
Краткосрочные обязательства по аренде	9 104	8 800	8 476
Долгосрочные обязательства по аренде	4 763	4 974	4 920
Денежные средства и их эквиваленты	(39 518)	(37 343)	(29 373)
<b>(Чистые денежные средства) / чистый долг</b>	<b>(5 760)</b>	<b>(8 870)</b>	<b>3 545</b>
<b>(Чистые денежные средства) / чистый долг к EBITDA по МСФО (IFRS) 16<sup>9</sup></b>	<b>(0,1)х</b>	<b>(0,2)х</b>	0,07х
Краткосрочные обязательства по аренде	(9 104)	(8 800)	(8 476)
Долгосрочные обязательства по аренде	(4 763)	(4 974)	(4 920)
<b>(Чистые денежные средства) по МСФО (IAS) 17</b>	<b>(19 627)</b>	<b>(22 644)</b>	<b>(9 851)</b>
<b>(Чистые денежные средства) к EBITDA по МСФО (IAS) 17</b>	<b>(0,5)х</b>	<b>(0,6)х</b>	<b>(0,2)х</b>

<sup>9</sup> Здесь и далее при расчете показателей отношения чистого долга / (чистых денежных средств) к EBITDA используется показатель EBITDA за предшествующие 12 месяцев

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 0,2 млрд рублей – в сравнении с началом года. **Общая сумма кредитов и займов** составила 19,9 млрд рублей по сравнению с 19,5 млрд рублей на 30 июня 2023 года и 14,7 млрд рублей на 31 декабря 2023 года. Обязательства по аренде незначительно увеличились до 13,9 млрд рублей по сравнению с 13,4 млрд рублей на 30 июня 2023 года и 13,8 млрд рублей на 31 декабря 2023 года. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании составила 33,8 млрд рублей, увеличившись на 2,6% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и на 18,6% – в сравнении с началом года.

Чистые денежные средства Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 составили 19,6 млрд рублей по сравнению с 9,9 млрд рублей на 30 июня 2023 года, что связано с накоплением резервов денежных средств. При этом данный показатель незначительно снизился 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 0,2x на 30 июня 2023 года и 0,6x на 31 декабря 2023 года.

## Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	2КВ 2024	2КВ 2023	1П 2024	1П 2023
Прибыль до налогообложения	7 555	8 910	13 365	16 643
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	13 492	13 389	24 042	25 535
Изменения в оборотном капитале	(1 401)	(444)	(5 512)	(4 727)
<b>Поступление денежных средств от операционной деятельности</b>	<b>12 091</b>	<b>12 945</b>	<b>18 530</b>	<b>20 808</b>
Чистые уплаченные проценты	(130)	(253)	(16)	(649)
Уплаченный налог на прибыль	(818)	(748)	(3 995)	(3 018)
<b>Чистые денежные средства от операционной деятельности</b>	<b>11 143</b>	<b>11 944</b>	<b>14 519</b>	<b>17 141</b>
<b>Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности</b>	<b>(1 249)</b>	<b>(1 251)</b>	<b>(2 613)</b>	<b>(3 375)</b>
<b>Чистые денежные средства, полученные от / использованные в финансовой деятельности</b>	<b>1 918</b>	<b>(2 846)</b>	<b>(9 458)</b>	<b>(8 122)</b>

млн руб.	2КВ 2024	2КВ 2023	1П 2024	1П 2023
Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	(288)	(50)	(273)	145
<b>Чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов</b>	<b>11 524</b>	<b>7 797</b>	<b>2 175</b>	<b>5 789</b>

**Чистый торговый оборотный капитал**<sup>10</sup> Группы увеличился до 17,5 млрд рублей (5,7% от выручки)<sup>11</sup> на 30 июня 2024 года по сравнению с 14,5 млрд рублей (5,0% от выручки) на 31 декабря 2023 года, при этом оставаясь на комфортном уровне. В целях поддержки LFL продаж, Компания формировала дополнительные запасы товаров первой необходимости, способствующие росту трафика, а также сезонных товаров.

**Капитальные затраты** во 2 квартале 2024 года не изменились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составили 1,3 млрд рублей. Основная часть инвестиций пришлась на открытие новых магазинов.

<sup>10</sup> Чистый торговый оборотный капитал рассчитывается как сумма величины запасов, дебиторской задолженности и прочих финансовых активов за вычетом кредиторской задолженности и прочих финансовых обязательств

<sup>11</sup> Доля чистого оборотного капитала от выручки рассчитывается на основании выручки за предшествующие 12 месяцев

## О КОМПАНИИ

Fix Price (LSE и MOEX: FIXP; AIX: FIXP.Y) – 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 июня 2024 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 6 722 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 июня 2024 года Компания управляла 13 распределительными центрами и работала в 81 регионе России, а также в 8 близлежащих странах.

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

### Отдел Fix Price по связям со СМИ

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