

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2023 ГОДА

Выручка

135,7
млрд руб.

Чистые
открытия

+376
магазинов

Валовая маржа

33,3%

Чистая прибыль

19,6
млрд руб.

FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2 КВАРТАЛ И 1 ПОЛУГОДИЕ 2023 ГОДА

Фокус на развитии сети и создании ценности для покупателей на фоне сильных фундаментальных показателей

7 сентября 2023 года, Лимасол, Кипр – Fix Price Group PLC (LSE и MOEX: FIXP, «Fix Price», «Компания» или «Группа»), крупнейшая в России и одна из ведущих в мире сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные и финансовые результаты по МСФО за шесть месяцев 2023 года, закончившихся 30 июня 2023 года (1 полугодие 2023 года), ревьюированные аудитором.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 2 КВАРТАЛ 2023 ГОДА

- Выручка увеличилась на 0,9% г/г до 69,8 млрд рублей
 - Розничная выручка выросла на 1,1% г/г до 62,0 млрд рублей
 - Оптовая выручка составила 7,8 млрд рублей (-0,8% г/г)
- Динамика LFL продаж¹ составила -7,9% г/г на фоне сохраняющейся макроэкономической неопределенности и эффекта высокой базы прошлого года
- В отчетном квартале Компания открыла 191 магазин (с учетом закрытий, а также включая 25 франчайзинговых магазинов); общее количество магазинов на конец периода достигло 6 039
- Общая торговая площадь магазинов под управлением Компании увеличилась на 41,9 тыс. кв. м (+15,0% г/г) и составила 1 308,2 тыс. кв. м
- Во 2 квартале 2023 года количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price выросло на 0,9 млн² и достигло 24,0 млн человек (+25,4% г/г). Доля покупок с картой лояльности увеличилась на 10,3 п.п. и составила 62,5% 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

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2023 ГОДА

- Выручка выросла на 3,0% г/г и составила 135,7 млрд рублей
 - Розничная выручка увеличилась на 2,9% г/г до 120,1 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 3,3% г/г до 15,6 млрд рублей
- Динамика LFL продаж составила -6,6%
- За 1 полугодие 2023 года количество чистых открытий составило 376, включая 333 магазина под управлением Компании и 43 франчайзинговых магазина, что соответствует прогнозу Компании по чистым открытиям на 2023 год
- В 1 полугодии 2023 года общая торговая площадь магазинов сети увеличилась на 82,8 тыс. кв. м до 1 308,2 тыс. кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 2,2 млн и достигло 24,0 млн человек. Доля покупок с картой лояльности составила 62,9% от общего объема розничных продаж
- Валовая прибыль увеличилась на 3,8% г/г до 45,1 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 29 б.п. г/г и составила 33,3%
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP³ и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 15,7% по сравнению с 13,8% годом ранее за счет роста расходов на персонал на фоне эффекта отрицательного операционного рычага и высокой конкуренции на рынке труда
- Скорр. EBITDA⁴ по МСФО (IFRS) 16 составила 24,1 млрд рублей. Рентабельность по скорр. EBITDA достигла 17,8%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 23,6 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA — 17,4%, в связи с тем, что рост валовой маржи был нивелирован увеличением SG&A расходов (за вычетом расходов на LTIP и D&A)
- Операционная прибыль составила 16,3 млрд рублей, а операционная маржа — 12,0% по сравнению с 14,9% в 1 полугодии 2022 года
- Чистая прибыль за отчетный период увеличилась на 286,0% до 19,6 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли выросла до 14,5% по сравнению с 3,9% в 1 полугодии 2022 года
- В 1 полугодии 2023 года капитальные затраты снизились до 2,5% от выручки по сравнению с 2,8% в 1 полугодии 2022 года, что было

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

связано с завершением этапа активного строительства распределительных центров, которое было начато в 2022 году

«С момента создания Компании мы стремились построить эффективный, прибыльный и масштабируемый бизнес. Спустя 16 лет Fix Price — безусловный лидер рынка товаров низких фиксированных цен с мощной закупочной силой, надежной логистической платформой для бесперебойных поставок и поддержания роста сети, а также продвинутыми ИТ-системами. Все это в сочетании с гибкой бизнес-моделью, низким долгом и чистой денежной позицией дает нам большой запас прочности в разные стадии экономических циклов.

Несмотря на то, что сдержанные потребительские настроения и эффект высокой базы прошлого года повлияли на динамику выручки и сопоставимых продаж за второй квартал, наши фундаментальные показатели остаются сильными. Показатели рентабельности и возврата на инвестиции наших магазинов являются одними из самых высоких в отрасли.

В первом полугодии мы продолжили активное развитие — наша сеть прироста на 376 новых магазинов, и мы уверены в успешной реализации годового плана по 750 чистым открытиям в 2023 году. Весной этого года независимое агентство Infoline подтвердило потенциал розничного рынка фиксированных цен России и стран ближнего зарубежья, на котором Fix Price является безусловным лидером, примерно в 18 600 магазинов, что предполагает дальнейший рост нашей сети более чем в три раза.

Во втором квартале мы продолжили международную экспансию сети, открыв первые магазины Fix Price в Армении по программе франчайзинга. Мы видим значительный потенциал для расширения нашего бренда на этом перспективном рынке. Ранее в этом году Fix Price начал работу в Монголии, открыв два магазина в Улан-Баторе. Таким образом, наша Компания теперь представлена в девяти странах. Сейчас мы также работаем над запуском нашей сети в Объединенных Арабских Эмиратах и надеемся, что первые магазины Fix Price в этом регионе откроют свои двери для покупателей уже в следующем году.

Наряду с активным развитием, забота о потребностях клиентов, как и прежде, остается нашим приоритетом. Наша команда внимательно отслеживает изменение потребительских предпочтений, расширяет базу поставщиков и проводит регулярную работу по ротации ассортимента, чтобы обеспечить покупателям все необходимое по оптимальной цене.

Я хотел бы поблагодарить всю команду Fix Price за преданность делу создания лучшего покупательского опыта в эти непростые времена. Я верю, что реализуемые нами инициативы приносят важные долгосрочные выгоды для наших клиентов, акционеров, сотрудников и общества в целом».

Дмитрий Курсанов, Генеральный директор Fix Price

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

| | 30.06.2023 | 31.12.2022 | 30.06.2022 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Общее количество магазинов | 6 039 | 5 663 | 5 267 |
| Россия | 5 428 | 5 098 | 4 772 |
| Беларусь | 278 | 263 | 236 |
| Казахстан | 256 | 235 | 206 |
| Латвия | 40 | 36 | 28 |
| Узбекистан | 21 | 19 | 13 |
| Грузия | 6 | 6 | 6 |
| Кыргызстан | 6 | 6 | 6 |
| Монголия | 2 | - | - |
| Армения | 2 | - | - |
| Количество магазинов под управлением Компании | 5 372 | 5 039 | 4 689 |
| Россия | 4 872 | 4 575 | 4 271 |
| Беларусь | 268 | 253 | 227 |
| Казахстан | 232 | 211 | 181 |
| Узбекистан | - | - | 10 |
| Количество франчайзинговых магазинов | 667 | 624 | 578 |
| Россия | 556 | 523 | 501 |
| Латвия | 40 | 36 | 28 |
| Казахстан | 24 | 24 | 25 |
| Узбекистан | 21 | 19 | 3 |
| Беларусь | 10 | 10 | 9 |
| Грузия | 6 | 6 | 6 |
| Кыргызстан | 6 | 6 | 6 |
| Монголия | 2 | - | - |
| Армения | 2 | - | - |
| Торговая площадь (кв. м) | 1 308 198 | 1 225 360 | 1 137 140 |
| Магазины под управлением Компании | 1 160 261 | 1 087 047 | 1 009 087 |
| Франчайзинговые магазины | 147 937 | 138 313 | 128 053 |

Динамика магазинов под управлением Компании

| | 2КВ 2023 | 2КВ 2022 | 1П 2023 | 1П 2022 |
|---|------------|------------|------------|------------|
| Количество открытых магазинов, всего | 195 | 200 | 393 | 388 |
| Россия | 177 | 171 | 346 | 330 |
| Казахстан | 12 | 19 | 30 | 34 |
| Беларусь | 6 | 10 | 17 | 24 |
| Узбекистан | - | - | - | - |

| | 2КВ 2023 | 2КВ 2022 | 1П 2023 | 1П 2022 |
|--|------------|------------|------------|------------|
| Количество закрытых магазинов | 29 | 34 | 60 | 67 |
| Россия | 26 | 14 | 49 | 34 |
| Казахстан | 2 | - | 9 | 1 |
| Беларусь | 1 | - | 2 | - |
| Узбекистан | - | 20 | - | 32 |
| Чистый прирост количества магазинов | 166 | 166 | 333 | 321 |
| Россия | 151 | 157 | 297 | 296 |
| Казахстан | 10 | 19 | 21 | 33 |
| Беларусь | 5 | 10 | 15 | 24 |
| Узбекистан | - | (20) | - | (32) |

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Расширение сети магазинов

- По состоянию на 30 июня 2023 года общее количество магазинов достигло 6 039, увеличившись на 14,7% г/г. Доля франчайзинговых магазинов не изменилась и составила 11,0% от общего количества магазинов сети
- Общее количество чистых открытий во 2 квартале 2023 года составило 191 магазин, включая 166 магазинов под управлением Компании и 25 франчайзинговых магазинов, по сравнению со 184 магазинами, включая 166 магазинов под управлением Компании и 18 франчайзинговых магазинов, во 2 квартале 2022 года
- Во 2 квартале 2023 года Компания закрыла 29 магазинов под собственным управлением, по сравнению с 34 магазинами во 2 квартале 2022 года. Компания продолжает работать над улучшением условий аренды
- Во 2 квартале 2023 года Fix Price продолжил расширение сети за рубежом: 9,9% 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 9,4% на 30 июня 2022 года
- Во 2 квартале 2023 года общая торговая площадь магазинов Fix Price увеличилась на 41,9 тыс. кв. м и составила 1 308,2 тыс. кв. м (+15,0% г/г). Средняя торговая площадь магазина Fix Price на 30 июня 2023 года составила 217 кв. м
- Во 2 квартале 2023 года Компания начала работу в 41 новом населенном пункте, среди которых первые два магазина в Армении — девятой стране присутствия Fix Price

Динамика LFL продаж

- Во 2 квартале 2023 года динамика LFL продаж составила -7,9% г/г в связи с эффектом высокой базы прошлого года, когда население совершало закупки впрок на фоне растущей инфляции и опасений, связанных с возможным дефицитом товаров первой необходимости. LFL средний чек вырос на 1,8%, в то время как динамика LFL трафика составила -9,6%, поскольку в связи с нестабильной макроэкономической ситуацией потребительские настроения по-прежнему находились на низком уровне, и покупатели продолжали ограничивать незапланированные траты, особенно на приобретение хозяйственных мелочей
- Динамика LFL продаж магазинов под управлением Компании в России составила -9,3%. При этом LFL продажи в Казахстане и Беларуси в рублевом выражении выросли на фоне низкой базы прошлого года и эффекта пересчета валют в связи с ослаблением курса рубля
- В национальной валюте магазины в Беларуси продемонстрировали рост LFL продаж благодаря низкой базе прошлого года, когда Компании пришлось временно сократить ассортимент в связи с правительственными ограничениями. В Казахстане показатели LFL продаж по-прежнему находились под давлением инфляции, оказывающей отрицательное влияние на потребительский спрос

Ассортимент и товарные категории⁵

- Доля продуктов питания в розничных продажах снизилась и составила 27,7% по сравнению с рекордно высоким уровнем в 30,9% во 2 квартале 2022 года, когда продажи товаров первой необходимости резко выросли на фоне формирования запасов со стороны населения. Соответственно, во 2 квартале 2023 года доля непродовольственных товаров выросла и составила 44,5% от общего объема розничных продаж по сравнению с 42,7% во 2 квартале 2022 года. Спрос на drogery (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% во 2 квартале 2022 года
- Во 2 квартале 2023 года Компания зафиксировала положительную динамику LFL продаж товаров для кухни и праздника. На фоне ослабления эффекта высокой базы и стабилизации спроса в июне 2023 года LFL продажи начали восстанавливаться в таких категориях, как товары для дома и ремонта, электроника и бытовая техника, товары для животных, книги и канцелярия, косметика, товары личной гигиены и аксессуары
- Компания продолжила переориентацию в сторону местных производителей, поэтому доля импорта в розничных продажах во 2 квартале 2023 года снизилась до 21,4% по сравнению с 22,0% во 2 квартале 2022 года

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

- Доля товаров стоимостью выше 99 рублей в розничных продажах составила 42,4% во 2 квартале 2023 года по сравнению с 34,7% во 2 квартале 2022 года благодаря ротации ассортимента и тщательной работе с товарами по более высоким дробным ценам. Доля товаров стоимостью выше 199 рублей в розничных продажах практически не изменилась и составила 13,7%, поскольку в текущих условиях макроэкономической неопределенности покупатели отдавали предпочтение товарам низкого и среднего ценового сегмента
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 2,1% г/г до 314 рублей во 2 квартале 2023 года благодаря постоянной ротации ассортимента и постепенному пересмотру цен

Развитие программы лояльности

- На 30 июня 2023 года общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 24,0 млн человек, увеличившись на 25,4% г/г. Во 2 квартале 2023 года количество новых участников выросло на 0,9 млн благодаря привлекательным условиям программы и промо-кампаниям. Доля активных держателей карт лояльности⁶ среди участников программы составила в среднем 54% во 2 квартале 2023 года
- Доля покупок с использованием карты лояльности составила 62,5% от общего объема розничных продаж сети во 2 квартале 2023 года по сравнению с 52,2% во 2 квартале 2022 года
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 438 рублей, 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 1 ПОЛУГОДИЕ 2023 ГОДА

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

| млн руб. | 1П 2023 | 1П 2022 | Изменение |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Выручка | 135 677 | 131 788 | 3,0% |
| Розничная выручка | 120 086 | 116 688 | 2,9% |
| Оптовая выручка | 15 591 | 15 100 | 3,3% |
| Себестоимость | (90 529) | (88 311) | 2,5% |
| Валовая прибыль | 45 148 | 43 477 | 3,8% |
| Валовая маржа, % | 33,3% | 33,0% | 29 б.п. |
| SG&A (без LTIP и D&A) | (21 356) | (18 219) | 17,2% |
| Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х | 301 | 733 | (58,9)% |
| Скорр. EBITDA⁷ | 24 093 | 25 991 | (7,3)% |
| Рентабельность по скорр. EBITDA, % | 17,8% | 19,7% | (196) б.п. |
| EBITDA | 23 562 | 25 991 | (9,3)% |
| Рентабельность по EBITDA, % | 17,4% | 19,7% | (236) б.п. |
| D&A | (7 235) | (6 373) | 13,5% |
| Операционная прибыль | 16 327 | 19 618 | (16,8)% |
| Операционная маржа, % | 12,0% | 14,9% | (285) б.п. |
| Чистые финансовые расходы | (591) | (1 626) | (63,7)% |
| Чистый доход / (убыток) от курсовых разниц | 907 | (1 888) | н/п |
| Прибыль до налогообложения | 16 643 | 16 104 | 3,3% |
| Доходы / (расходы) по налогу на прибыль | 3 003 | (11 009) | н/п |
| Прибыль за период | 19 646 | 5 095 | 285,6% |
| Рентабельность по чистой прибыли, % | 14,5% | 3,9% | 1 061 б.п. |

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

| млн руб. | 1П 2023 | 1П 2022 | Изменение |
|--------------------------------|---------|---------|-----------|
| Расходы на персонал (без LTIP) | 15 942 | 13 000 | 22,6% |
| % от выручки | 11,7% | 9,9% | 189 б.п. |
| Банковские комиссии | 1 645 | 1 309 | 25,7% |
| % от выручки | 1,2% | 1,0% | 22 б.п. |
| Расходы на аренду | 801 | 1 055 | (24,1)% |
| % от выручки | 0,6% | 0,8% | (21) б.п. |
| Расходы на охрану | 992 | 857 | 15,8% |

⁷ Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP

| млн руб. | 1П 2023 | 1П 2022 | Изменение |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| <i>% от выручки</i> | 0,7% | 0,7% | 8 б.п. |
| Расходы на рекламу | 362 | 378 | (4,2)% |
| <i>% от выручки</i> | 0,3% | 0,3% | (2) б.п. |
| Ремонт и техобслуживание | 469 | 598 | (21,6)% |
| <i>% от выручки</i> | 0,3% | 0,5% | (11) б.п. |
| Коммунальные услуги | 465 | 425 | 9,4% |
| <i>% от выручки</i> | 0,3% | 0,3% | 2 б.п. |
| Прочие расходы | 680 | 597 | 13,9% |
| <i>% от выручки</i> | 0,5% | 0,5% | 5 б.п. |
| SG&A (без LTIP и D&A) | 21 356 | 18 219 | 17,2% |
| <i>% от выручки</i> | 15,7% | 13,8% | 192 б.п. |
| Расходы на LTIP | 531 | - | н/п |
| <i>% от выручки</i> | 0,4% | 0,0% | 39 б.п. |
| Амортизация прав пользования | 5 487 | 4 822 | 13,8% |
| <i>% от выручки</i> | 4,0% | 3,7% | 39 б.п. |
| Прочая амортизация | 1 748 | 1 551 | 12,7% |
| <i>% от выручки</i> | 1,3% | 1,2% | 11 б.п. |
| Итого SG&A | 29 122 | 24 592 | 18,4% |
| <i>% от выручки</i> | 21,5% | 18,7% | 280 б.п. |

Выручка Группы в 1 полугодии 2023 года выросла на 3,0% г/г и составила 135,7 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 2,9% и оптовой выручки на 3,3%.

В 1 полугодии 2023 года **розничная выручка** Компании достигла 120,1 млрд рублей в основном за счет роста общей торговой площади сети. Рост **оптовой выручки** до 15,6 млрд рублей связан с открытием новых франчайзинговых магазинов. Доля оптовой выручки в общей выручке Компании почти не изменилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 11,5%.

В 1 полугодии 2023 года **валовая прибыль** выросла на 3,8% г/г до 45,1 млрд рублей. **Валовая маржа** увеличилась на 29 б.п. до 33,3% за счет эффективного управления ассортиментом и товарными категориями, а также положительного воздействия курса рубля при закупке и доставке импортных товаров, которые были проданы в отчетном периоде.

Доля **транспортных расходов** в выручке выросла на 13 б.п. г/г до 1,7% в 1 полугодии 2023 года на фоне роста тарифов в России и увеличения объема сторонних логистических услуг в связи с продажей собственных грузовых автомобилей Компании в 2022 году.

Величина **списания запасов** увеличилась на 6 б.п. г/г и достигла 1,1% от выручки на фоне отрицательного эффекта операционного рычага и более высоких начислений в 1 полугодии 2023 года по сравнению с

аналогичным периодом прошлого года по результатам проведения инвентаризации за 2022 год.

Отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 192 б.п. г/г и достигло 15,7%. Такой рост в основном обусловлен увеличением доли **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке на 189 б.п. до 11,7%. Увеличению доли расходов на персонал в выручке способствовали отрицательный эффект операционного рычага на фоне замедления роста продаж и открытие трех новых распределительных центров во 2 полугодии 2022 года и 1 квартале 2023 года. С учетом высокой конкуренции на рынке труда, также продолжается индексация заработных плат во всех странах присутствия Компании.

Расходы на LTIP достигли 531 млн рублей.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** увеличилась на 50 б.п. г/г до 5,3% от выручки. Доля амортизации активов в форме права пользования увеличилась на 39 б.п. до 4,0% от выручки, что отражает увеличение соответствующих активов на фоне расширения сети и отрицательный эффект операционного рычага. Доля прочих расходов на износ и амортизацию увеличилась на 11 б.п. в основном за счет открытия двух новых распределительных центров Компании в сентябре 2022 года и марте 2023 года.

Доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 280 б.п. г/г до 21,5%, при этом доля расходов на LTIP составила 39 б.п., а доля расходов на амортизацию увеличилась на 50 б.п.

Расходы на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16) снизились на 21 б.п. г/г до 0,6% от выручки (на 24 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 27 б.п. г/г до 5,1% от выручки (на 30 б.п. г/г до 5,7% от розничной выручки), отражая увеличение влияния расходов по договорам аренды с фиксированной ставкой, которые составляют 36% в общем портфеле договоров и в меньшей степени зависят от динамики выручки магазинов. Индексация стоимости аренды распределительных центров и открытие нового арендованного распределительного центра в Самаре во 2 полугодии 2022 года также способствовали росту расходов на аренду в отчетном периоде.

Расходы на банковские комиссии выросли на 22 б.п. г/г до 1,2% от выручки на фоне низкой базы прошлого года, когда Банк России ограничил эквайринговые комиссии за оплату картами на период с 18 апреля по 31 августа 2022 года для компаний, которые продают социально значимые товары или предоставляют социально значимые услуги.

Расходы на охрану увеличились на 8 б.п. г/г до 0,7% от выручки, что отражает рост стоимости охранных услуг, а также отрицательный эффект операционного рычага.

Доля **расходов на ремонт и техобслуживание** снизилась на 11 б.п. г/г до 0,3% от выручки за счет продолжающегося перехода на электронные чеки,

а также снижения затрат на расходные материалы и материалы для транспортировки благодаря запасам, сформированным в прошлом году на фоне опасений дефицита таких материалов. Продажа Компанией собственных грузовых автомобилей в августе 2022 года также способствовала снижению расходов на техобслуживание.

Доля **затрат на коммунальные услуги** практически не изменилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 0,3% от выручки, а доля **прочих расходов** увеличилась на 5 б.п. г/г и составила 0,5% от выручки.

Доля **расходов на рекламу** снизилась на 2 б.п. г/г до 0,3% от выручки.

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** сократилась на 33 б.п. г/г до 0,2% от выручки, что в основном обусловлено сокращением поступлений от продажи вторсырья на фоне снижения рыночных цен. 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. | 1П 2023 | 1П 2022 | Изменение |
|--|---------------|---------------|----------------|
| EBITDA МСФО (IFRS) 16 | 23 562 | 25 991 | (9,3)% |
| <i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i> | 17,4% | 19,7% | (236) б.п. |
| Расходы на LTIP | 531 | - | н/п |
| Скорр. EBITDA МСФО (IFRS) 16 | 24 093 | 25 991 | (7,3)% |
| <i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i> | 17,8% | 19,7% | (196) б.п. |
| Расходы на аренду | (6 097) | (5 294) | 15,2% |
| Коммунальные услуги | (109) | (83) | 31,3% |
| Скорр. EBITDA МСФО (IAS) 17 | 17 887 | 20 614 | (13,2)% |
| <i>Рентабельность по скорр. EBITDA МСФО (IAS) 17, %</i> | 13,2% | 15,6% | (246) б.п. |
| Расходы на LTIP | (531) | - | н/п |
| EBITDA МСФО (IAS) 17 | 17 356 | 20 614 | (15,8)% |
| <i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i> | 12,8% | 15,6% | (285) б.п. |

Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 24,1 млрд рублей, а **рентабельность по скорр. EBITDA** составила 17,8%.

EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 23,6 млрд рублей в 1 полугодии 2023 года (-9,3% г/г). **Рентабельность по EBITDA** — 17,4% по сравнению с 19,7% в 1 полугодии 2022 года в связи с тем, что рост валовой маржи был нивелирован ростом SG&A расходов (без D&A).

EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 17,4 млрд рублей в 1 полугодии 2023 года (-15,8% г/г). Рентабельность по EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 12,8% по сравнению с 15,6% в 1 полугодии 2022 года.

Чистые финансовые расходы в 1 полугодии 2023 года снизились на 63,7% г/г до 591 млн рублей на фоне сокращения сумм кредитов и займов, снижения средних процентных ставок по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а также роста процентных доходов в связи с увеличением суммы свободной ликвидности. Эти результаты были частично нивелированы увеличением процентных расходов в связи с органическим ростом арендных обязательств.

В 1 полугодии 2023 года Группа зафиксировала **прибыль от курсовых разниц** в размере 907 млн рублей по сравнению с убытком в размере 1 888 млн рублей в 1 полугодии 2022 года на фоне полученной за счет ослабления рубля прибыли от переоценки внутригрупповой рублевой кредиторской задолженности зарубежных компаний Группы, а также прибыли от переоценки остатков на банковских счетах и депозитах Группы в иностранных валютах, что было частично нивелировано убытком от переоценки торговой кредиторской задолженности.

Доходы Компании по налогу на прибыль составили 3,0 млрд рублей в 1 полугодии 2023 года по сравнению с расходами по налогу на прибыль в размере 11,0 млрд рублей в 1 полугодии 2022 года, когда в результате переоценки руководством Группы определенных налоговых рисков были начислены резервы по налогу на прибыль. В отчетном периоде Группа вновь провела переоценку соответствующих налоговых рисков, что привело к высвобождению налоговых резервов.

Прибыль за отчетный период увеличилась на 286,0% г/г до 19,6 млрд рублей. В 1 полугодии 2023 года рентабельность по чистой прибыли выросла до 14,5% по сравнению с 3,9% годом ранее.

Ключевые показатели отчета о финансовом положении

| млн руб. | 30.06.2023 | 31.12.2022 | 30.06.2022 |
|---|--------------|---------------|---------------|
| Краткосрочные кредиты и займы | 15 019 | 17 576 | 18 296 |
| Долгосрочные кредиты и займы | 4 503 | 4 352 | 4 168 |
| Краткосрочные обязательства по аренде | 8 476 | 7 997 | 7 285 |
| Долгосрочные обязательства по аренде | 4 920 | 4 615 | 4 355 |
| Денежные средства и их эквиваленты | (29 373) | (23 584) | (7 700) |
| Чистый долг | 3 545 | 10 956 | 26 404 |
| Чистый долг к EBITDA по МСФО (IFRS) 16⁸ | 0,1x | 0,2x | 0,5x |
| Дивиденды к выплате | - | - | 5 800 |
| Скорректированный чистый долг | 3 545 | 10 956 | 32 204 |
| Скорректированный чистый долг к EBITDA по МСФО (IFRS) 16 | 0,1x | 0,2x | 0,6x |
| Краткосрочные обязательства по аренде | (8 476) | (7 997) | (7 285) |
| Долгосрочные обязательства по аренде | (4 920) | (4 615) | (4 355) |

⁸ Здесь и далее при расчете показателей отношения чистого долга (чистых денежных средств) к EBITDA используется показатель EBITDA за последние 12 месяцев

| млн руб. | 30.06.2023 | 31.12.2022 | 30.06.2022 |
|--|------------|------------|------------|
| (Чистые денежные средства) / чистый долг по МСФО (IAS) 17 | (9 851) | (1 656) | 20 564 |
| (Чистые денежные средства) / чистый долг к EBITDA по МСФО (IAS) 17 | (0,2)х | (0,04)х | 0,5х |

Долгосрочные кредиты и займы увеличились на 0,2 млрд рублей с начала года и составили 4,5 млрд рублей. С начала года краткосрочные кредиты и займы сократились на 2,6 млрд рублей до 15,0 млрд рублей за счет того, что Компания продолжила погашение задолженности, используя накопленные денежные средства. **Общая сумма кредитов и займов** снизилась до 19,5 млрд рублей на 30 июня 2023 года по сравнению с 21,9 млрд рублей на 31 декабря 2022 года. **Обязательства по аренде** увеличились до 13,4 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 составили 9,9 млрд рублей по сравнению с 1,7 млрд рублей на начало года, что связано с накоплением резервов денежных средств. Отношение **чистой денежной позиции к EBITDA по МСФО (IAS) 17** составило 0,2х по сравнению с 0,04х на 31 декабря 2022 года.

Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

| млн руб. | 1П 2023 | 1П 2022 |
|--|----------------|----------------|
| Прибыль до налогообложения | 16 643 | 16 104 |
| Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале | 25 535 | 27 315 |
| Изменения в оборотном капитале | (4 727) | (11 765) |
| Поступление денежных средств от операционной деятельности | 20 808 | 15 550 |
| Чистые уплаченные проценты | (649) | (1 542) |
| Уплаченный налог на прибыль | (3 018) | (5 641) |
| Чистые денежные средства от операционной деятельности | 17 141 | 8 367 |
| Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности | (3 375) | (4 783) |
| Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности | (8 122) | (3 918) |
| Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты | 145 | (745) |
| Чистое увеличение /(сокращение) денежных средств и их эквивалентов | 5 789 | (1 079) |

Чистый торговый оборотный капитал⁹ сократился до 12,0 млрд рублей на 30 июня 2023 года по сравнению с пиковым значением в 18,0 млрд рублей на 30 июня 2022 года, несмотря на органическое расширение сети и замедление темпов роста выручки, что отражает эффективность управления ассортиментом и гибкость бизнес-модели Fix Price.

Капитальные затраты в 1 полугодии 2023 года снизились до 3,4 млрд рублей по сравнению с 3,7 млрд рублей в 1 полугодии 2022 года на фоне завершения этапа активного строительства распределительных центров, которое было начато в 2022 году. Новые распределительные центры в значительной степени обеспечат потребности Группы в складских площадях в центральных регионах России на ближайшие несколько лет.

О КОМПАНИИ

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

На 30 июня 2023 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 6 039 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 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.com

⁹ Чистый торговый оборотный капитал рассчитывается как сумма величины запасов, дебиторской задолженности и прочих финансовых активов за вычетом кредиторской задолженности и прочих финансовых обязательств