

Fix Price объявляет ключевые операционные показатели и финансовые результаты за 1 полугодие и 2 квартал 2021 года

Устойчивая и гибкая бизнес-модель обеспечивает высокий рост EBITDA на уровне 24,1%

12 августа 2021 года, Москва - Fix Price (LSE и MOEX: FIXP, "Компания" или "Группа"), крупнейшая в России и одна из ведущих в мире сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные показатели и финансовые результаты по МСФО за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2021 года (1 полугодие 2021 г.), просмотренные аудитором.

Компания также объявляет о решении выплатить промежуточные дивиденды за 1 полугодие 2021 года в размере 11,5 рублей на ГДР/акцию и повышает прогноз по чистым открытиям магазинов на текущий год до 730.

Основные операционные и финансовые показатели за 1 полугодие 2021 года

- Выручка увеличилась на 28,1% г/г до 106,1 млрд рублей благодаря продолжению двузначного роста сопоставимых продаж (LFL) и расширению сети магазинов
 - Розничная выручка выросла на 30,1% до 93,0 млрд рублей
 - Оптовая выручка увеличилась на 15,2% до 13,1 млрд рублей
- LFL продажи¹ выросли на 11,9% (на 12,6% с учетом корректировки на один дополнительный рабочий день ввиду того, что 2020 год был високосным)
 - LFL трафик вырос на 9,0% (на 9,7% с учетом эффекта високосного года), что свидетельствует об изменении тенденций, вызванных COVID-19, и превышает уровни до начала пандемии, благодаря быстрой ротации ассортимента и рекламным мероприятиям для трафикаобразующих категорий
 - LFL средний чек вырос на 2,6% благодаря введению новых прайс-поинтов на фоне нормализации ситуации после высокой базы прошлого года
- Общее количество магазинов увеличилось на 418 до 4 585 (из них 486 работают по франшизе), с опережением плана, что стало возможным благодаря ускорению расширения сети. Это позволило получить выгоду от более низких капитальных затрат и компенсировать инфляцию цен на сырьевые товары. Общая торговая площадь магазинов, работающих под брендом Fix Price, увеличилась на 94,4 тыс. кв. м и составила 983,9 тыс. кв. м (рост на 22,7% по сравнению с прошлым годом)
- Валовая прибыль увеличилась на 22,3% г/г до 33,1 млрд рублей. Валовая маржа ожидаемо нормализовалась относительно 1 полугодия 2020 года, в котором было зафиксировано аномальное увеличение доли непродовольственных товаров в продажах, вызванное закрытием заведений гостинично-ресторанной сферы (HoReCa) и

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

специализированных розничных магазинов на фоне пандемии. По сравнению с аналогичным периодом 2019 года, валовая маржа улучшилась на 21 б.п. и составила 31,2% благодаря устойчивости и высокой гибкости бизнес-модели Fix Price, позволившей Компании полностью компенсировать рост транспортных расходов и инфляцию на сырьевые товары

- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (без учета расходов на износ и амортизацию) (SG&A без D&A) к выручке снизилось на 61 б.п. до 12,9% по сравнению с 13,6% в 1 полугодии 2020 года и 14,0% в 1 полугодии 2019 года. Подобная динамика отражает улучшение условий аренды благодаря сильной позиции Fix Price в переговорах с арендодателями, а также рост производительности труда и влияние других факторов повышения эффективности
- EBITDA² выросла на 24,1% до 19,8 млрд рублей, что отражает рост валовой прибыли и положительный эффект операционного рычага. Рентабельность по EBITDA составила 18,7%, оставаясь на стабильно высоком уровне относительно аномально высокого показателя 19,3% в 1 полугодии 2020 года, а давление на валовую маржу удалось в значительной степени компенсировать за счет контроля издержек и операционного рычага. По сравнению с уровнем 17,3% в 1 полугодии 2019 года, в период до пандемии, рентабельность по EBITDA увеличилась на 138 б.п., отражая произошедшие структурные изменения с точки зрения роста операционной эффективности бизнеса
- Операционная прибыль выросла на 26,4% и составила 14,2 млрд рублей. Операционная маржа составила 13,3% по сравнению с 13,5% в 1 полугодии 2020 года и 11,0% в 1 полугодии 2019 года
- Чистая прибыль увеличилась на 8,6% и составила 9,8 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 9,2% по сравнению с 10,9% и 6,4% за аналогичные периоды 2020 и 2019 годов, соответственно
- Отношение скорректированного чистого долга к EBITDA согласно МСФО (IAS) 17 осталось на консервативном уровне 0,4х, что значительно ниже порогового значения 1,0х, заложенного в прогнозе Компании

Генеральный директор Fix Price Дмитрий Кирсанов отметил:

"Я горжусь первыми финансовыми результатами по МСФО Fix Price в качестве публичной компании. Наша бизнес-модель сохраняет устойчивость и гибкость, несмотря на непростые для ритейла макроэкономические условия. Благодаря нашей способности предлагать наилучшее соотношение цены и качества и в условиях давления растущей инфляции на реальные располагаемые доходы, Fix Price остается наиболее привлекательным для покупателей выбором на всех рынках присутствия сети.

Выручка за 1 полугодие превысила 100 млрд рублей, увеличившись на 28,1% до 106,1 млрд рублей благодаря двузначному росту сопоставимых продаж и продолжению расширения сети магазинов. EBITDA составила 19,8 млрд рублей, прибавив 24,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. При этом рентабельность по

² EBITDA рассчитывается как прибыль за соответствующий период, скорректированная на расходы по налогу на прибыль, процентные расходы, процентные доходы, расходы на амортизацию и величину чистого дохода от курсовых разниц

EBITDA составила 18,7%, лишь немногим уступая повышенному уровню прошлого года и значительно опережая показатель за аналогичный период 2019 года. Подобный результат стал возможен благодаря тщательной работе менеджмента по контролю издержек и максимизации эффекта операционного рычага. Отношение коммерческих и административных расходов к выручке продолжает снижаться - это связано с улучшением условий аренды и эффектами от других инициатив по повышению операционной эффективности.

В первом полугодии менеджмент был сфокусирован на поддержании операционной гибкости и постепенной адаптации к новым условиям ведения бизнеса в условиях постпандемийного восстановления экономики, что сопровождалось запуском новых прайс-поинтов и обеспечением быстрой ротации ассортимента. Мы были также сосредоточены на инициативах по увеличению трафика, чтобы быть готовыми к ожидаемому во втором полугодии росту импульсных покупок и незапланированных трат со стороны потребителей. Кроме того, мы ускорили программу открытия магазинов, что было обусловлено нашим стремлением зафиксировать более низкие капитальные затраты и компенсировать ожидаемый рост стоимости сырья до конца года, за первые шесть месяцев выполнив годовой план на 60% и начав работать в 65 новых населенных пунктах.

В период после отчетной даты менеджмент запустил ряд мер для поддержания будущего роста сопоставимых продаж в ответ на дополнительное давление со стороны внешних макроэкономических факторов. Несмотря на эти факторы, менеджмент сохраняет приверженность объявленным при IPO прогнозным значениям и целям. Наша уверенность в устойчивости бизнеса выражается в решении выплатить дивиденды в размере, эквивалентном 100% от чистой прибыли по МСФО за 1 полугодие 2021 года, что существенно выше минимального уровня, определенного дивидендной политикой Компании".

Динамика LFL, %

	1П 2021	1П 2020	1П 2019
Динамика LFL продаж	11,9%	13,3%	18,6%
Динамика LFL трафика	9,0%	(4,5%)	10,3%
Динамика LFL среднего чека	2,6%	18,7%	7,5%

	2кв 2021	2кв 2020	2кв 2019
Динамика LFL продаж	11,8%	10,8%	18,3%
Динамика LFL трафика	21,8%	(15,3%)	9,9%
Динамика LFL среднего чека	(8,2%)	30,8%	7,7%

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	30.06.2021	31.12.2020	30.06.2020
Кол-во магазинов	4 585	4 167	3 773
Россия	4 204	3 891	3 589
Беларусь	180	152	116
Казахстан	138	89	52
Узбекистан	38	15	0
Латвия	19	14	10
Грузия	4	4	4
Кыргызстан	2	2	2
Кол-во магазинов под управлением Компании	4 099	3 742	3 363
Россия	3 775	3 507	3 251
Беларусь	171	143	67
Казахстан	115	77	45
Узбекистан	38	15	0
Кол-во франчайзинговых магазинов	486	425	410
Россия	429	384	338
Беларусь	9	9	49
Казахстан	23	12	7
Латвия	19	14	10
Грузия	4	4	4
Кыргызстан	2	2	2
Торговая площадь магазинов (кв. м)	983 919	889 526	801 710
Магазины под управлением Компании	877 518	797 352	712 317
Франчайзинговые магазины	106 401	92 174	89 393

Операционные результаты

Расширение сети магазинов

- За первые шесть месяцев 2021 года Fix Price открыл 418 новых магазинов, включая 357 магазинов, работающих под управлением Компании, и 61 франчайзинговый магазин.
- Fix Price продолжает активно расширять свою сеть по всей России и за рубежом. Примерно четверть чистого прироста магазинов приходится на регионы за пределами России, что обеспечило увеличение доли зарубежных магазинов на 169 б.п. с начала года до 8,3% от совокупного количества магазинов по состоянию на 30 июня 2021 года.
- Количество магазинов достигло 4 585, увеличившись на 21,5% г/г, при этом франчайзинговые магазины составили 10,6% от общего числа (на 27 б.п. ниже по сравнению с прошлым годом).
- В 1 полугодии 2021 года общая торговая площадь увеличилась на 94,4 тыс. кв. м, и составила 983,9 тыс. кв. м (рост на 22,7% по сравнению с аналогичным периодом)

прошлого года). Средняя торговая площадь одного магазина Fix Price составила 215 кв. м по сравнению с 212 кв. м год назад.

- Компания ускорила открытие магазинов в первой половине года, выполнив 60% плана на весь год для получения преимущества от более низких капитальных затрат, а также предвидя рост цен на строительные материалы до конца года. На фоне этого ускорения, план чистого прироста магазинов на весь 2021 год был пересмотрен в сторону увеличения до приблизительно 730 магазинов.

Динамика LFL продаж

- Во 2 квартале 2021 года Компания в очередной раз зафиксировала двузначный рост LFL продаж, который составил 11,8%. Рост показателя LFL трафика на 21,8% полностью компенсировал снижение LFL среднего чека на 8,2%. По сравнению с периодом до наступления пандемии COVID-19, оба показателя продемонстрировали положительную динамику – LFL продажи в 1 полугодии 2021 года выросли на 25,4% по сравнению с 1 полугодием 2019 года за счет увеличения LFL трафика на 2,8% и роста среднего чека на 22,0%.
- Покупательские привычки после COVID-19 изменились: начиная с конца марта трафик вернулся в положительную область, а величина среднего чека нормализовалась, несколько снизившись при годовом сопоставлении. Это обусловлено ослаблением ограничений, вызванных пандемией, что в результате способствовало увеличению частоты посещений.
- Как и ожидалось, в апреле 2021 года наблюдался высокий уровень продаж по сравнению с низкой базой апреля 2020 года, когда в России были введены ограничительные меры. Магазины Fix Price продолжали работать во время карантина в 2020 году. В этот период наблюдался повышенный спрос на непродовольственные товары, кроме того, дополнительный приток покупателей был обеспечен закрытием практически всех заведений гостинично-ресторанной сферы. В мае и июне 2021 года динамика была сдержанной, учитывая относительно высокий уровень продаж в мае-июне 2020 года, а также аномально жаркую погоду в июне 2021 года и новые ограничения в связи с ростом числа заболевших COVID-19 в России.
- Рост показателя LFL трафика во 2 квартале 2021 года был обусловлен активным продвижением продуктов питания по более низким ценам на фоне роста инфляции, которая оказала давление на реальные располагаемые доходы населения. Положительная динамика трафика по сравнению с 1 полугодием 2019 года формирует прочную базу для получения преимущества из ожидаемого восстановления импульсных трат со стороны потребителей, которые, вероятно, будут дополнительно поддержаны государственными стимулирующими мерами во второй половине года.

Ассортимент и продуктовые категории

- Товарный ассортимент сместился в сторону продовольственных категорий, на которые приходилось 29% от общего объема продаж в 1 полугодии 2021 года по сравнению с 26% за аналогичный период 2020 года, поскольку повсеместный рост цен привел к тому, что покупатели стали реже совершать импульсные покупки товаров непродовольственного характера. Уверенный рост LFL продаж продовольственных товаров на уровне свыше 20% поддерживал высокий уровень рекламной активности, направленной на продвижение товаров первой необходимости по более низким ценам для сохранения восприятия Fix

Price как ритейлера с наиболее привлекательным ценовым предложением. Другими категориями, продемонстрировавшими двузначный рост LFL, стали товары для праздников, сезонные товары и товары для дома. При этом все категории продемонстрировали положительный рост LFL продаж.

- Доля продаж товаров новых прайс-поинтов (249 руб. и 299 руб.) достигла 3,7% в 1 полугодии 2021 года, а доля товаров стоимостью выше 100 руб. выросла до 23,6% по сравнению с 17,4% в 1 полугодии 2020 года и 19,2% в 2020 году. Подобный результат стал возможен благодаря эффективному введению нового ассортимента в категориях товаров для дома и электроники, а также постепенному изменению цен на существующий ротируемый ассортимент для снижения давления на себестоимость.
- Средний чек составил 272 руб., увеличившись на 4,1% с 261 руб. в 1 полугодии 2020 года, что отражает постепенное использование потенциала более высоких прайс-поинтов.

Развитие программы лояльности

- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 2,3 млн и достигло 13,8 млн человек благодаря улучшенным условиям программы, введенным в апреле 2021 года. Доля покупок с картой программы лояльности составила 41,8% от общего объема розничных продаж сети в 1 полугодии 2021 года по сравнению с 33,8% за тот же период прошлого года.
- Средний чек по покупкам, совершенным с картами программы лояльности, вырос с 396 руб. в 1 полугодии 2020 г. до 402 руб. в 1 полугодии 2021 г. Средний чек покупателей, не использующих карту, в 1 полугодии 2021 г. составил 226 руб.

Финансовые результаты за 1 полугодие 2021 г.

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

Млн рублей	1П 2021	1П 2020	1П 2019	Изменение 1П 2021 - 1П 2020, %	CAGR 1П 2019 - 1П 2021, %
Выручка	106 116	82 869	64 088	28,1%	28,7%
Розничная выручка	93 026	71 506	55 482	30,1%	29,5%
Оптовая выручка	13 090	11 363	8 606	15,2%	23,3%
Себестоимость	(72 968)	(55 771)	(44 200)	30,8%	28,5%
Валовая прибыль	33 148	27 098	19 888	22,3%	29,1%
Валовая маржа, %	31,2%	32,7%	31,0%		
SG&A (без D&A)	(13 741)	(11 238)	(8 968)	22,3%	23,8%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в других организациях	421	121	168	247,9%	58,3%
EBITDA	19 828	15 981	11 091	24,1%	33,7%
Рентабельность по EBITDA, %	18,7%	19,3%	17,3%		
D&A	(5 676)	(4 782)	(4 008)	18,7%	19,0%
Операционная прибыль	14 152	11 199	7 080	26,4%	41,4%
Рентабельность по операционной прибыли, %	13,3%	13,5%	11,0%		
Чистые финансовые расходы	(647)	(317)	(469)	104,1%	17,5%

Млн рублей	1П 2021	1П 2020	1П 2019	Изменение 1П 2021 - 1П 2020, %	CAGR 1П 2019 - 1П 2021, %
Чистый доход /(убыток) от курсовых разниц	96	1 100	(351)	(91,3%)	n/a
Прибыль доналогообложения	13 601	11 982	6 260	13,5%	47,4%
Налог на прибыль	(3 813)	(2 968)	(2 151)	28,5%	33,1%
Прибыль за период	9 788	9 014	4 109	8,6%	54,3%
<i>Рентабельность чистой прибыли, %</i>	<i>9,2%</i>	<i>10,9%</i>	<i>6,4%</i>		

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

Млн рублей	1П 2021	1П 2020	1П 2019	Изменение 1П 2021 - 1П 2020, %	CAGR 1П 2019 – 1П 2021, %
Персонал	(9 561)	(7 860)	(6 237)	21,6%	23,8%
<i>% выручки</i>	<i>(9,0%)</i>	<i>(9,5%)</i>	<i>(9,7%)</i>		
Амортизация прав пользования	(4 425)	(3 717)	(3 158)	19,0%	18,4%
<i>% выручки</i>	<i>(4,2%)</i>	<i>(4,5%)</i>	<i>(4,9%)</i>		
Прочая амортизация	(1 251)	(1 065)	(850)	17,5%	21,3%
<i>% выручки</i>	<i>(1,2%)</i>	<i>(1,3%)</i>	<i>(1,3%)</i>		
Банковские комиссии	(1 151)	(863)	(544)	33,4%	45,5%
<i>% выручки</i>	<i>(1,1%)</i>	<i>(1,0%)</i>	<i>(0,8%)</i>		
Аренда	(708)	(733)	(660)	(3,4%)	3,6%
<i>% выручки</i>	<i>(0,7%)</i>	<i>(0,9%)</i>	<i>(1,0%)</i>		
Охрана	(744)	(648)	(526)	14,8%	18,9%
<i>% выручки</i>	<i>(0,7%)</i>	<i>(0,8%)</i>	<i>(0,8%)</i>		
Реклама	(356)	(274)	(306)	29,9%	7,9%
<i>% выручки</i>	<i>(0,3%)</i>	<i>(0,3%)</i>	<i>(0,5%)</i>		
Ремонт и поддержание	(402)	(348)	(357)	15,5%	6,1%
<i>% выручки</i>	<i>(0,4%)</i>	<i>(0,4%)</i>	<i>(0,6%)</i>		
Коммунальное обслуживание	(340)	(236)	(142)	44,1%	54,7%
<i>% выручки</i>	<i>(0,3%)</i>	<i>(0,3%)</i>	<i>(0,2%)</i>		
Другие расходы	(479)	(276)	(196)	73,6%	56,3%
<i>% выручки</i>	<i>(0,5%)</i>	<i>(0,3%)</i>	<i>(0,3%)</i>		
SG&A (без D&A)	(13 741)	(11 238)	(8 968)	22,3%	23,8%
<i>% выручки</i>	<i>(12,9%)</i>	<i>(13,6%)</i>	<i>(14,0%)</i>		
Итого SG&A	(19 417)	(16 020)	(12 976)	21,2%	22,3%
<i>% выручки</i>	<i>(18,3%)</i>	<i>(19,3%)</i>	<i>(20,2%)</i>		

В 1 полугодии 2021 года Компания зафиксировала значительный рост **выручки** на 28,1% до 106,1 млрд рублей за счет увеличения розничной выручки на 30,1% и оптовой выручки на 15,2%.

Рост **розничной выручки** Fix Price до 93,0 млрд рублей был обусловлен увеличением LFL продаж на 11,9% и ростом среднего количества магазинов под управлением Компании на 21,8% по сравнению с прошлым годом. Рост **оптовой выручки** до 13,1 млрд рублей был обусловлен увеличением количества франчайзинговых магазинов. Доля оптовой выручки в общей выручке

Компании снизилась на 138 б.п. до 12,3%, что в основном обусловлено выкупом 58 франчайзинговых магазинов за пределами страны в первой половине 2020 года.

Валовая прибыль выросла на 22,3% г/г и составила 33,1 млрд рублей за 1 полугодие 2021 года, **валовая маржа** за тот же период нормализовалась на 146 б.п. до 31,2%, что отражает изменение ассортимента в сторону продовольственных товаров на фоне нетипично высокой доли непродовольственных товаров в 1 полугодии 2020 года, давления на себестоимость в связи с продолжающейся нестабильностью на глобальном рынке грузоперевозок, инфляцией цен на сырьевые товары, волатильностью валютных курсов, а также ростом транспортных расходов и потерь.

По сравнению с уровнем 1 полугодия 2019 года, периодом до пандемии, валовая маржа в 1 полугодии 2021 года выросла на 21 б.п., несмотря на влияние макроэкономических факторов, связанных с фрахтом, сырьевыми товарами и валютными курсами. Благодаря гибкости бизнес-модели, Fix Price успешно снижает воздействие перечисленных факторов за счет введения нового ассортимента в более высоких прайс-поинтах, изменения параметров собственной продукции и быстрой ротации ассортимента. Компания сохраняет существенное ценовое преимущество перед другими ритейлерами и доверие покупателей, несмотря на то, что потребители по-прежнему проявляют осторожность в условиях "новой реальности", и для возвращения к допандемийной модели покупательского поведения им потребуется время.

По мере повсеместного роста цен реальные располагаемые доходы населения остаются под давлением. Согласно последним рыночным исследованиям³, покупатели склонны сокращать расходы, воздерживаясь от импульсных покупок, приобретая преимущественно товары первой необходимости, такие как продукты питания и чистящие средства. В нынешних условиях Fix Price сместил акцент на восстановление динамики трафика за счет увеличения продаж продуктов питания, средств личной гигиены и товаров для дома, которые приносят чуть меньшую маржу по сравнению с непродовольственными товарами не первой необходимости.

В 1 полугодии 2020 года валовая маржа получила дополнительную поддержку благодаря высокой доле непродовольственных товаров в продажах в условиях начавшейся пандемии. Магазины Fix Price оставались открытыми, и со стороны покупателей дополнительным спросом пользовались более дорогие непродовольственные товары ввиду того, что люди много времени проводили дома, а также в связи с закрытием заведений гостинично-ресторанной сферы.

Доля транспортных расходов по отношению к выручке увеличилась на 16 б.п. по сравнению с предыдущим годом и достигла 1,8% в 1 полугодии 2021 года в связи с более низкой базой в 1 полугодии 2020 года (сезонные ограничения на загрузку грузового транспорта были временно сняты в 1 полугодии 2020 года в связи с COVID-19), увеличением количества более продолжительных поездок в другие географические зоны на фоне расширения сети, а также ростом доли розничной выручки в общей структуре доходов. По сравнению с 1 полугодием 2019 года транспортные расходы по отношению к выручке продемонстрировали более медленный прирост - всего на 9 б.п.

Величина переоценки запасов в связи с потерями и списанием до величины чистой цены продажи в 1 полугодии 2021 года увеличилась на 16 б.п. г/г, достигнув 0,9% от выручки. Это обусловлено применением более высоких начислений по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на основании результатов инвентаризации 4 квартала 2020 года, а также более

³ Исследование целевой аудитории магазинов Fix Price в городах-миллионниках было проведено весной 2021 года компанией Vector по запросу Компании

высокой долей розничной выручки в общей структуре выручки. Показатель потерь и списаний в процентах от выручки улучшился на 2 б.п. по сравнению с уровнем 1 полугодия 2019 года.

Соотношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A)** Компании к выручке снизилось на 103 б.п. до 18,3% за счет роста операционной эффективности (соотношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (без учета расходов на износ и амортизацию) к выручке снизилось на 61 б.п. до 12,9%). Подобная динамика была преимущественно обусловлена снижением доли расходов на аренду, персонал, износ и амортизацию относительно выручки.

Ключевым драйвером сокращения соотношения SG&A к выручке стали расходы на персонал, которые снизились на 47 б.п. до 9,0% от выручки благодаря повышению эффективности работы персонала в магазинах и головном офисе на фоне расширения сети.

Доля расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17) снизилась на 13 б.п. до 5,2% от выручки, что свидетельствует о том, что с арендодателями по-прежнему ведутся успешные переговоры, и условия аренды остаются благоприятными для арендаторов в постпандемийных условиях.

Расходы на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16) снизились на 22 б.п. до 0,7% от выручки. Расходы на аренду сократились в абсолютных величинах на 3,4% до 708 млн рублей за счет снижения средней арендной ставки по договорам аренды, а также общего снижения переменной составляющей в операционной аренде.

Расходы на амортизацию (D&A) увеличились на 18,7%, что обусловлено увеличением амортизации активов в форме права пользования на 19,0% и увеличением прочих амортизационных расходов на 17,5%.

Расходы на банковские комиссии увеличились на 4 б.п. до 1,1% от выручки, что обусловлено продолжающимся увеличением доли безналичных платежей с более высокими комиссиями по операциям с банковскими картами по сравнению с наличными операциями.

Доля затрат на коммунальное обслуживание в выручке осталась стабильной по сравнению с прошлым годом и составила 0,3%. Рост в абсолютных величинах на 44,1% до 340 млн рублей был обусловлен расширением сети магазинов и аномально холодной зимой 2020–2021 годов.

Расходы на охрану снизились на 8 б.п. до 0,7% от выручки, а расходы на рекламу в процентах от выручки остались на прежнем уровне – 0,3%.

Прочие расходы увеличились на 12 б.п. до 0,5% от выручки в связи с расширением бизнеса, а также разовым влиянием расходов, связанных с IPO. Последние были частично компенсированы доходом, полученным от банка-депозитария в связи с проведением IPO.

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

Млн рублей	1П 2021	1П 2020	1П 2019
EBITDA МСФО 16	19 828	15 981	11 091
Расходы на аренду	(4 764)	(3 650)	(3 373)
Затраты на коммунальное обслуживание	(76)	(80)	(74)
EBITDA МСФО (IAS) 17	14 988	12 251	7 644

ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16 выросла на 24,1% до 19,8 млрд рублей в 1 полугодии 2021 года, **рентабельность по ЕБИТДА** скорректировалась на 60 б.п. до 18,7%, что обусловлено эффектом высокой базы 1 полугодия 2020 года на фоне увеличения доли непродовольственных товаров в продажах, при этом давление на валовую маржу в значительной степени компенсировалось улучшением в части SG&A. Значительное увеличение рентабельности по ЕБИТДА на 138 б.п. по сравнению с 1 полугодием 2019 года, предшествовавшим периоду COVID, отражает произошедшие структурные изменения с точки зрения роста операционной эффективности бизнеса.

ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17 в 1 полугодии 2021 года выросла на 22,3% до 15,0 млрд рублей, рентабельность по ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17 осталась на высоком уровне – 14,1%.

Чистые финансовые расходы в 1 полугодии 2021 года выросли на 104,1% до 647 млн рублей в результате увеличения кредитов и займов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В 1 полугодии 2021 года **доходы от курсовых разниц** Компании составили 96 млн рублей по сравнению с 1,1 млрд рублей в 1 полугодии 2020 года. Снижение доходов от курсовых разниц было обусловлено значительным сокращением дохода от переоценки остатков денежных средств Компании, выраженных в иностранной валюте.

Общие **расходы Компании по налогу на прибыль** увеличились на 28,5% до 3,8 млрд рублей в 1 полугодии 2021 года. Эффективная налоговая ставка увеличилась с 24,8% в 1 полугодии 2020 года до 28,0% в отчетном периоде в связи с отложенными налоговыми расходами в отношении будущего распределения дивидендов.

Чистая прибыль за период увеличилась на 8,6% по сравнению с прошлым годом и составила 9,8 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 9,2% по сравнению с 10,9% в 1 полугодии 2020 года и 6,4% в 1 полугодии 2019 году.

Отчет о финансовом положении, млн рублей

Млн рублей	30.06.2021	31.12.2020	30.06.2020
Краткосрочные кредиты и займы	15 613	15 680	5 797
Краткосрочные обязательства по аренде	6 707	6 339	5 436
Долгосрочные обязательства по аренде	4 103	3 713	2 740
Денежные средства и их эквиваленты	(4 959)	(26 375)	(7 789)
Чистый долг/(чистая денежная позиция)	21 464	(643)	6 184
Дивиденды к выплате	-	23 658	662
Скорректированный чистый долг	21 464	23 015	6 846
Скорректированный чистый долг/ ЕБИТДА МСФО (IFRS) 16	0,5x	0,6x	0,2x
Краткосрочные обязательства по аренде	(6 707)	(6 339)	(5 436)
Долгосрочные обязательства по аренде	(4 103)	(3 713)	(2 740)
Скорректированный чистый долг/(чистая денежная позиция) на основе МСФО (IAS) 17	10 654	12 963	(1 330)
Скорректированный чистый долг/ ЕБИТДА на основе МСФО (IAS) 17	0,4x	0,5x	(0,1)x

По состоянию на 30 июня 2021 года общая сумма **кредитов, займов и арендных обязательств** Компании составила 26,4 млрд рублей. Финансовый долг остался практически неизменным по сравнению с 31 декабря 2020 года.

По состоянию на 30 июня 2021 года, скорректированный чистый долг составил 21,5 млрд рублей, а скорректированный чистый долг на основе МСФО (IAS) 17 – 10,7 млрд рублей. Отношение скорректированного чистого долга к EBITDA на основе МСФО (IAS) 17 осталось на консервативном уровне 0,4х, что значительно ниже порогового значения 1,0х, заложенного в прогнозе Компании.

Отчет о движении денежных средств

Млн рублей	1П 2021	1П 2020	1П 2019
Прибыль до налогообложения	13 601	11 982	6 260
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	20 759	16 582	11 658
Изменения в оборотном капитале	(6 437)	(1 088)	(2 514)
Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности	14 322	15 494	9 144
Чистые уплаченные проценты	(741)	(372)	(483)
Уплаченный налог на прибыль	(3 115)	(2 299)	(1 198)
Чистые денежные средства от операционной деятельности	10 466	12 823	7 463
Чистые денежные средства от инвестиционной деятельности	(3 713)	(2 501)	(2 346)
Чистые денежные средства от финансовой деятельности	(28 239)	(15 703)	1 299
Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	70	1 289	(459)
Чистое (сокращение) / увеличение денежных средств и их эквивалентов	(21 416)	(4 092)	5 957

По состоянию на 30 июня 2021 года, чистый торговый оборотный капитал⁴ Компании составил 4,4 млрд рублей по сравнению с 1,8 млрд рублей на 30 июня 2020 года. На фоне сложностей на глобальном рынке грузоперевозок, Компания приняла ряд превентивных мер и приобрела резервные запасы, чтобы зафиксировать закупочные цены и обеспечить заполнение полок.

Капитальные вложения за отчетный период составили 3,8 млрд рублей по сравнению с 2,6 млрд рублей за аналогичный период 2020 года. Рост по сравнению с прошлым годом был ожидаемым и обусловлен инвестициями в сеть распределительных центров, более высокими темпами открытия магазинов и возобновлением программы обновления магазинов.

Объявление промежуточных дивидендов за 2021 год

Совет директоров рад сообщить, что Компания намерена выплатить промежуточные дивиденды в размере 9 788 млн рублей или 11,5 рублей на ГДР/акцию (общая сумма с учетом налогов и сборов), что составляет 100% от чистой прибыли по МСФО за шесть месяцев, завершившихся 30 июня 2021 года. Промежуточные дивиденды будут выплачены 28 сентября 2021 г. акционерам, зарегистрированным в реестре акционеров по состоянию на конец рабочего дня 24 сентября 2021 года («Дата закрытия реестра»). Экс-дивидендная дата определена на 23 сентября 2021 года.

⁴ Чистый торговый оборотный капитал рассчитывается как сумма величины запасов, дебиторской задолженности и прочих финансовых активов за вычетом кредиторской задолженности и прочих финансовых обязательств.

О Компании

Fix Price (тикер на Лондонской фондовой бирже и Московской бирже FIXP) – одна из ведущих на международном рынке и крупнейшая в России сеть магазинов низких фиксированных цен. С 2007 года, Fix Price каждый день помогает покупателям экономить при приобретении товаров повседневного спроса. Fix Price предлагает уникальную продукцию и постоянно ротирует ассортимент, включающий непродовольственные позиции, дрогери, а также продукты питания по фиксированным низким ценам.

На сегодняшний день сеть магазинов Fix Price насчитывает более 4 600 магазинов в России и странах ближнего зарубежья, в каждом из которых представлены порядка 1 800 позиций в примерно 20 товарных категориях. Помимо собственных торговых марок, Fix Price реализует продукцию местных производителей и ведущих мировых брендов.

В 2020 году выручка Компании составила 190,1 млрд руб., EBITDA – 36,8 млрд руб., чистая прибыль – 17,6 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

Контакты

Отдел Fix Price по связям с инвесторами

ir@fix-price.com

Отдел Fix Price по связям со СМИ

Екатерина Лукина

elukina@fix-price.ru

EM

Дмитрий Жадан

zhadan@em-comms.com

+7 916 770 8909

Питер Морли

morley@em-comms.com

+43 676 684 5252

Екатерина Шаталова

shatalova@em-comms.com

+7 915 321 8579