

## КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 1 КВАРТАЛ 2025 ГОДА

Выручка

**74,4**  
млрд руб.

Чистые  
открытия

**+117**  
магазинов

Валовая маржа

**33,3%**

Чистая прибыль

**3,4**  
млрд руб.

# FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 1 КВАРТАЛ 2025 ГОДА

## Приверженность созданию ценности для покупателей и защите интересов акционеров

**30 апреля 2025 года, Астана, Казахстан** – Fix Price Group PLC (AIX: FIXP.Y; MOEX: FIXP, «Fix Price», «Компания» или «Группа»), одна из крупнейших в мире и ведущая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные и финансовые результаты по МСФО на основании управленческой отчетности за 1 квартал 2025 года, закончившийся 31 марта 2025 года.

### ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 1 КВАРТАЛ 2025 ГОДА

- Выручка увеличилась на 3,9% г/г до 74,4 млрд рублей
  - Розничная выручка выросла на 8,4% г/г до 68,7 млрд рублей
  - Оптовая выручка составила 5,8 млрд рублей
- В 1 квартале 2025 года LFL продажи<sup>1</sup> увеличились на 1,6% г/г с учетом эффекта високосного года (на 0,4% без учета эффекта). Компания сохранила положительную динамику LFL среднего чека благодаря эффективной работе с ассортиментом. Несмотря на то, что на фоне высоких процентных ставок и инфляционных ожиданий покупатели отдают приоритет крупным покупкам в категории непродовольственных товаров длительного хранения, Группа продолжила улучшать показатели LFL трафика<sup>2</sup> в квартальном сопоставлении
- В 1 квартале 2025 года Компания увеличила сеть на 117 магазинов (чистые открытия), при этом количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 118, а количество франчайзинговых магазинов сократилось на 1. На 31 марта 2025 года общее количество магазинов достигло 7 282
- В отчетном периоде торговая площадь увеличилась на 24 934 кв. м (+11,0% г/г) и на 31 марта 2025 года составила 1 575 492 кв. м
- В 1 квартале 2025 года количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price выросло на 1,1 млн<sup>3</sup> и на 31 марта 2025

<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> LFL трафик рассчитан с учетом корректировки на один дополнительный рабочий день ввиду того, что 2024 год был високосным

<sup>3</sup> Здесь и далее все данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России, если не указано иное

года достигло 29,9 млн человек (+13,1% г/г). Доля покупок с картой лояльности составила 67,1% от общего объема розничных продаж. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 480 рублей и почти вдвое превысил средний чек покупателей, не использующих карту

- Валовая прибыль увеличилась на 5,8% г/г до 24,8 млрд рублей. Валовая маржа составила 33,3%, что в основном связано с увеличением доли более высокомаржинальной розничной выручки в общем объеме выручки Группы
- В 1 квартале 2025 года отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP<sup>4</sup> и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 21,5% в основном за счет увеличения доли расходов на персонал, ремонт и техобслуживание, коммунальные услуги и прочих расходов, что было частично нивелировано сокращением доли расходов на банковские комиссии, рекламу, охрану и аренду
- Скорр. EBITDA<sup>5</sup> по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 2,3% г/г и составила 10,2 млрд рублей на фоне роста валовой прибыли и прочих операционных доходов, что было частично нивелировано увеличением расходов на персонал. Рентабельность по скорр. EBITDA составила 13,7% по сравнению с 13,9% в 1 квартале 2024 года
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 2,7% г/г до 10,0 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA составила 13,5% по сравнению с 13,6% в 1 квартале 2024 года
- Чистая прибыль за отчетный период увеличилась на 4,4% г/г и достигла 3,4 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 4,6%
- Отношение скорректированного чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 на 31 марта 2025 года находилось на комфортном уровне в 0,2x
- Капитальные затраты в 1 квартале 2025 года увеличились до 3,0% от выручки по сравнению с 1,9% в 1 квартале 2024 года, что в основном связано с инвестициями в строительство нового распределительного центра в Казани и открытием новых магазинов

<sup>4</sup> Расходы на LTIP – расходы в рамках программы долгосрочной мотивации (от англ. long-term incentive programme)

<sup>5</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

---

*В отчетном периоде мы продолжили последовательную работу по укреплению лидерства в сегменте товаров по низким фиксированным ценам и реализации комплексных решений, отвечающих существующим рыночным вызовам. С января по март более 160 новых магазинов начали работу в регионах присутствия Fix Price, и мы подтверждаем план развития с 700 чистыми открытиями на 2025 год. Как и прежде, мы видим значительные возможности для дальнейшего роста сети и оцениваем потенциал рынка в 18 600 магазинов в России, Казахстане и Беларуси.*

*С самого начала жизни бизнеса мы делали особую ставку на постоянную связь с нашими покупателями. Каждый отчетный период я отмечаю итоги работы в рамках программы лояльности Fix Price. Не стал исключением и прошедший квартал — с начала года более миллиона посетителей стали держателями бонусных карт Fix Price. Таким образом количество участников программы лояльности, позволяющей наращивать оборот и уровень вовлеченности покупателей, достигло почти 30 миллионов человек. В конце января мы обновили коммуникационный подход и условия программы – на 83% увеличили количество товаров, доступных участникам по специальным ценам. В результате продажи таких товаров выросли почти в три раза, а их доля в обороте удвоилась.*

*Уровень рентабельности по EBITDA и чистой прибыли остался стабильным год к году, несмотря на сложную операционную среду и высокую конкуренцию за кадры на рынке труда. Мы также продолжаем тестирование, внедрение и реализацию инициатив по повышению операционной эффективности.*

*Благодаря сильному операционному денежному потоку мы финансируем открытие новых магазинов и складов за счет собственных средств. В результате размер долговой нагрузки Компании остается на околонулевом уровне, что подтверждает исключительную устойчивость и эффективность бизнес-модели Fix Price. Также отмечу, что в условиях аномально высоких процентных ставок мы продолжаем работу по снижению долга и оптимизации структуры капитала.*

*Защита интересов инвесторов и устранение инфраструктурных ограничений для реализации их прав остается нашей важной задачей. Мы продолжаем вести подготовительные мероприятия для получения листинга основного операционного актива и последующего проведения обмена ГДР Компании на акции этого актива. Если решение об осуществлении обмена будет принято, мы своевременно проинформируем все заинтересованные стороны о деталях процесса.*

*Наш бизнес существует уже на протяжении почти двух десятилетий. Мы благополучно адаптировали и развивали Fix Price в условиях разных экономических циклов и состояния конкурентной среды. Нашим ключевым активом всегда были и остаются люди. Конечно, это наши покупатели, для которых мы работаем и ведем непрерывную работу по созданию привлекательного ценностного предложения в любых макроэкономических условиях. Второе – это наша команда. Важно отметить, что многие, кто создавал Fix Price и данный формат в России и СНГ – до сих пор в компании и занимают ключевые управленческие позиции. Я уверен, что вместе мы сможем вывести Fix Price на качественно новый уровень развития, отвечающий современным запросам потребителей.*

**Дмитрий Курсанов, Управляющий директор Fix Price**

---

## Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	31.03.2025	31.12.2024	31.03.2024
<b>Общее количество магазинов</b>	<b>7 282</b>	<b>7 165</b>	<b>6 545</b>
Россия	6 499	6 400	5 874
Казахстан	349	337	287
Беларусь	341	335	299
Латвия	43	44	45
Узбекистан	24	24	22
Грузия	6	6	7
Кыргызстан	7	6	6
Армения	5	5	2
Монголия	4	4	3
ОАЭ	4	4	-
<b>Количество магазинов под управлением Компании</b>	<b>6 561</b>	<b>6 443</b>	<b>5 836</b>
Россия	5 899	5 798	5 277
Казахстан	332	320	270
Беларусь	330	325	289
<b>Количество франчайзинговых магазинов</b>	<b>721</b>	<b>722</b>	<b>709</b>
Россия	600	602	597
Латвия	43	44	45
Узбекистан	24	24	22
Казахстан	17	17	17
Беларусь	11	10	10
Грузия	6	6	7
Кыргызстан	7	6	6
Армения	5	5	2
Монголия	4	4	3
ОАЭ	4	4	-
<b>Торговая площадь (кв. м)</b>	<b>1 575 492</b>	<b>1 550 559</b>	<b>1 419 120</b>
Магазины под управлением Компании	1 414 997	1 389 973	1 261 559
Франчайзинговые магазины	160 495	160 586	157 561

## Динамика магазинов под управлением Компании

	1КВ 2025	1КВ 2024
<b>Общее количество открытых магазинов</b>	<b>165</b>	<b>164</b>
Россия	142	143
Казахстан	16	12

	1КВ 2025	1КВ 2024
Беларусь	7	9
<b>Количество закрытых магазинов</b>	<b>47</b>	<b>39</b>
Россия	41	32
Казахстан	4	5
Беларусь	2	2
<b>Чистый прирост количества магазинов</b>	<b>118</b>	<b>125</b>
Россия	101	111
Казахстан	12	7
Беларусь	5	7

## ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

### Расширение сети магазинов

- Общее количество магазинов достигло 7 282, увеличившись на 11,3% г/г. Доля франчайзинговых магазинов составила 9,9% от общего количества магазинов сети, снизившись на 93 б.п. г/г
- В 1 квартале 2025 года общее количество чистых открытий составило 117 магазинов (количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 118, количество франчайзинговых магазинов сократилось на 1) по сравнению со 131 магазином в 1 квартале 2024 года (125 из которых — магазины под управлением Компании, а 6 — франчайзинговые магазины)
- В 1 квартале 2025 года наибольшее число чистых открытий пришлось на Россию — 84,6% (99 магазинов), Казахстан — 10,3% (12 магазинов) и Беларусь — 5,1% (6 магазинов)
- Торговая площадь магазинов Fix Price увеличилась на 24 934 кв. м и составила 1 575 492 кв. м (рост на 11,0% г/г) на конец отчетного квартала. Средняя торговая площадь магазина Fix Price на 31 марта 2025 года составила 216 кв. м
- В 1 квартале 2025 года Компания начала работу в 27 новых населенных пунктах в странах присутствия. По состоянию на 31 марта 2025 года магазины Fix Price были представлены в 10 странах

### Динамика LFL продаж

- В 1 квартале 2025 года LFL продажи увеличились на 1,6% г/г с учетом эффекта високосного года (на 0,4% без учета эффекта). Тем не менее экономическая неопределенность, инфляционные ожидания, конкурентная среда и высокие процентные ставки всё еще оказывают влияние на потребительский спрос. Покупатели продолжают ограничивать необязательные расходы, отдавая приоритет крупным

покупкам в категории непродовольственных товаров длительного пользования

- LFL средний чек увеличился на 3,1% г/г с учетом эффекта високосного года (на 3,2% без учета эффекта). Компания по-прежнему стремится обеспечивать наилучшее ценностное предложение для покупателей и в то же время повышать средний чек благодаря регулярному эффективному обновлению ассортимента
- В 1 квартале 2025 года LFL трафик оставался под давлением и снизился на 1,5% г/г с учетом эффекта високосного года (на 2,7% без учета эффекта). Тем не менее динамика LFL трафика улучшилась по сравнению со снижением на 1,8% г/г в 4 квартале 2024 года, что связано с положительным влиянием инициатив по вводу в ассортимент новинок, способствующих росту трафика
- Динамика LFL продаж магазинов под управлением Компании в России составила 1,7% г/г с учетом эффекта високосного года (0,5% без учета эффекта). Магазины в Беларуси способствовали улучшению общих показателей LFL продаж Группы. Благодаря эффективным маркетинговым кампаниям и снятию регуляторных ограничений в отношении ряда товаров, магазины в Беларуси продемонстрировали уверенный рост LFL среднего чека в рублевом выражении и в национальной валюте. В Казахстане на динамику LFL среднего чека в 1 квартале 2025 года оказал отрицательное влияние эффект конвертации валют. В то же время магазины в Казахстане показали положительную динамику LFL продаж в национальной валюте на фоне роста LFL трафика, что обусловлено их привлекательным ценностным предложением

## **Ассортимент и товарные категории<sup>6</sup>**

- В 1 квартале 2025 года доля продовольственных товаров в розничных продажах увеличилась на 3,6 п.п. до 29,5% в результате инициатив Компании, направленных на повышение трафика и ввод в ассортимент востребованных продуктов питания с длительным сроком хранения. В результате доля непродовольственных товаров в розничных продажах снизилась на 4,1 п.п. г/г до 44,6%, а доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики увеличилась до 25,9% в 1 квартале 2025 года по сравнению с 25,5% в 1 квартале 2024 года. В отчетном квартале основными факторами роста LFL продаж были продовольственные товары, игрушки, товары из сезонного ассортимента и товары для дома
- Доля импорта в розничных продажах в 1 квартале 2025 года сократилась до 22,0% по сравнению с 23,4% в 1 квартале 2024 года, что обусловлено увеличением доли продовольственных товаров из РФ
- Доля товаров стоимостью выше 100 рублей в розничных продажах выросла до 70,1% в 1 квартале 2025 года по сравнению с 58,3% в 1 квартале 2024 года, что отражает развитие ассортимента среднего и высокого ценовых сегментов. Доля товаров стоимостью выше 200

<sup>6</sup> Если не указано иное, данные в этом разделе посчитаны для магазинов под управлением Компании в РФ

рублей в розничных продажах увеличилась до 19,7% в 1 квартале 2025 года по сравнению с 15,2% в 1 квартале 2024 года. В настоящее время Компания также тестирует прайс поинт 449 руб.

- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 3,4% г/г до 355 рублей

### **Развитие программы лояльности**

- На 31 марта 2025 года общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 29,9 млн человек, увеличившись на 13,1% г/г. В 1 квартале 2025 года количество зарегистрированных участников выросло на 1,1 млн. Доля активных держателей карт лояльности<sup>7</sup> среди участников программы составила 40,6%<sup>8</sup>
- Доля покупок с использованием карты лояльности составила 67,1% от общего объема розничных продаж сети в 1 квартале 2025 года по сравнению с 61,0% в 1 квартале 2024 года
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 480 рублей, что почти вдвое выше среднего чека покупателей, не использующих карту, который составил 255 рублей

<sup>7</sup> Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

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



## ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 1 КВАРТАЛ 2025 ГОДА

### Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	1КВ 2025	1КВ 2024	Изменение
<b>Выручка</b>	<b>74 444</b>	<b>71 684</b>	<b>3,9%</b>
Розничная выручка	68 691	63 349	8,4%
Оптовая выручка	5 753	8 335	(31,0)%
Себестоимость	(49 644)	(48 250)	2,9%
<b>Валовая прибыль</b>	<b>24 800</b>	<b>23 434</b>	<b>5,8%</b>
Валовая маржа, %	33,3%	32,7%	62 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	(16 013)	(13 599)	17,8%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	1 428	153	833,3%
<b>Скорр. EBITDA<sup>9</sup></b>	<b>10 215</b>	<b>9 988</b>	<b>2,3%</b>
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	13,7%	13,9%	(21) б.п.
<b>EBITDA</b>	<b>10 041</b>	<b>9 773</b>	<b>2,7%</b>
Рентабельность по EBITDA, %	13,5%	13,6%	(15) б.п.
D&A	(4 480)	(4 043)	10,8%
<b>Операционная прибыль</b>	<b>5 561</b>	<b>5 730</b>	<b>(2,9)%</b>
Операционная маржа, %	7,5%	8,0%	(52) б.п.
Чистые финансовые (расходы) / доходы	(1 384)	21	н/п
Чистый доход от курсовых разниц	283	59	379,7%
<b>Прибыль до налогообложения</b>	<b>4 460</b>	<b>5 810</b>	<b>(23,2)%</b>
Расходы по налогу на прибыль	(1 025)	(2 520)	(59,3)%
<b>Прибыль за период</b>	<b>3 435</b>	<b>3 290</b>	<b>4,4%</b>
Рентабельность по чистой прибыли, %	4,6%	4,6%	2 б.п.

### Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы<sup>10</sup>

млн руб.	1КВ 2025	1КВ 2024	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	13 031	10 519	23,9%
% от выручки	17,5%	14,7%	283 б.п.
Банковские комиссии	598	892	(33,0)%
% от выручки	0,8%	1,2%	(44) б.п.
Расходы на аренду	346	353	(2,0)%
% от выручки	0,5%	0,5%	(3) б.п.
Расходы на охрану	436	506	(13,8)%
% от выручки	0,6%	0,7%	(12) б.п.

<sup>9</sup> Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP

<sup>10</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

млн руб.	1КВ 2025	1КВ 2024	Изменение
Расходы на рекламу	252	303	(16,8)%
% от выручки	0,3%	0,4%	(8) б.п.
Ремонт и техобслуживание	359	268	34,0%
% от выручки	0,5%	0,4%	11 б.п.
Коммунальные услуги	320	272	17,6%
% от выручки	0,4%	0,4%	5 б.п.
Прочие расходы	671	486	38,1%
% от выручки	0,9%	0,7%	22 б.п.
<b>SG&amp;A (без LTIP и D&amp;A)</b>	<b>16 013</b>	<b>13 599</b>	<b>17,8%</b>
% от выручки	<b>21,5%</b>	<b>19,0%</b>	<b>254 б.п.</b>
Расходы на LTIP	174	215	(19,1)%
% от выручки	0,2%	0,3%	(7) б.п.
Амортизация прав пользования	3 331	3 082	8,1%
% от выручки	4,5%	4,3%	18 б.п.
Прочая амортизация	1 149	961	19,6%
% от выручки	1,5%	1,3%	20 б.п.
<b>Итого SG&amp;A</b>	<b>20 667</b>	<b>17 857</b>	<b>15,7%</b>
% от выручки	<b>27,8%</b>	<b>24,9%</b>	<b>285 б.п.</b>

**Выручка** Группы в 1 квартале 2025 года выросла на 3,9% г/г и составила 74,4 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 8,4%, что позволило компенсировать снижение оптовой выручки.

**Розничная выручка** Компании в 1 квартале 2025 года выросла до 68,7 млрд рублей благодаря увеличению торговой площади сети и росту LFL продаж. **Оптовая выручка** составила 5,8 млрд рублей по сравнению с 8,3 млрд рублей в 1 квартале 2024 года, что отражает давление на результаты франчайзинговых магазинов.

В 1 квартале 2025 года **валовая прибыль** выросла на 5,8% г/г до 24,8 млрд рублей. **Валовая маржа** увеличилась на 62 б.п. г/г и составила 33,3%, что в основном связано с увеличением доли более высокомаржинальной розничной выручки в общем объеме выручки Группы

В 1 квартале 2025 года доля **транспортных расходов** в выручке увеличилась на 29 б.п. г/г до 2,2% на фоне роста тарифов в России, что соответствует общей тенденции на рынке.

Величина **списания запасов** изменилась незначительно, снизившись на 3 б.п. г/г, и составила 0,8% от выручки.

Отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 254 б.п. г/г до 21,5%, в основном за счет увеличения доли расходов на персонал, ремонт и техобслуживание,

коммунальные услуги и прочих расходов в выручке, что было частично нивелировано сокращением расходов на банковские комиссии, рекламу, охрану и аренду.

Доля **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке увеличилась на 283 б.п. г/г до 17,5%, чему способствовала индексация заработных плат ввиду сохраняющейся нехватки рабочей силы на рынке труда.

Начисления по **расходам на LTIP** составили 174 млн рублей в 1 квартале 2025 года.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** увеличилась на 38 б.п. г/г до 6,0% от выручки. Доля амортизации активов в форме права пользования выросла на 18 б.п. г/г до 4,5% от выручки. Доля прочих расходов на износ и амортизацию увеличилась на 20 б.п. до 1,5% от выручки, что отражает расширение сети магазинов.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16)** не изменилась по сравнению с прошлым годом и составила 0,5% от выручки (в отношении к розничной выручке доля расходов на аренду снизилась на 5 б.п. до 0,5%). Расходы на аренду сократились в абсолютных величинах, поскольку замедление темпов роста выручки привело к снижению доли переменного компонента аренды.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17)** увеличилась на 58 б.п. г/г до 5,9% от выручки (на 38 б.п. г/г до 6,3% от розничной выручки), что обусловлено как увеличением влияния расходов по договорам аренды с фиксированной ставкой (31% в общем портфеле договоров), так и влиянием фиксированного компонента договоров с переменной ставкой аренды на фоне замедления роста выручки.

**Расходы на банковские комиссии** снизились на 44 б.п. г/г до 0,8% от выручки благодаря снижению эквайринговых комиссий за оплату картами на фоне улучшения коммерческих условий сотрудничества с банками и платежными системами, а также роста доли платежей через систему быстрых платежей (СБП), при которых банковские комиссии ниже.

**Расходы на охрану** снизились на 12 б.п. г/г до 0,6% от выручки благодаря усилиям Компании по оптимизации затрат.

Доля **расходов на ремонт и техобслуживание** увеличилась на 11 б.п. г/г и составила 0,5% от выручки, что в основном связано с увеличением расходов на кассы самообслуживания, которые Компания активно устанавливает в магазинах сети. Доля **затрат на коммунальные услуги** практически не изменилась и составила 0,4% от выручки, в то время как доля **прочих расходов** увеличилась на 22 б.п. г/г и составила 0,9% от выручки.

Доля **расходов на рекламу** снизилась на 8 б.п. г/г до 0,3% от выручки.

Доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 285 б.п. г/г до 27,8%. Основные факторы роста: рост в выручке доли расходов на персонал без учета LTIP (+283 б.п.), а также доли расходов на D&A (+38 б.п.). Эти факторы были частично нивелированы сокращением доли расходов на банковские комиссии, охрану, рекламу, аренду и LTIP.

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** увеличилась на 170 б.п. г/г до 1,9% от выручки, в основном за счет разовых доходов.

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

млн руб.	1КВ 2025	1КВ 2024	Изменение
<b>EBITDA (МСФО (IFRS) 16)</b>	<b>10 041</b>	<b>9 773</b>	<b>2,7%</b>
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	13,5%	13,6%	(15) б.п.
Расходы на LTIP	174	215	(19,1)%
<b>Скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16)</b>	<b>10 215</b>	<b>9 988</b>	<b>2,3%</b>
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	13,7%	13,9%	(21) б.п.
Расходы на аренду	(4 009)	(3 422)	17,2%
Коммунальные услуги	(69)	(58)	19,0%
<b>Скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17)</b>	<b>6 137</b>	<b>6 508</b>	<b>(5,7)%</b>
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	8,2%	9,1%	(83) б.п.
Расходы на LTIP	(174)	(215)	(19,1)%
<b>EBITDA (МСФО (IAS) 17)</b>	<b>5 963</b>	<b>6 293</b>	<b>(5,2)%</b>
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	8,0%	8,8%	(77) б.п.

В 1 квартале 2025 года **скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16** увеличилась на 2,3% г/г и составила 10,2 млрд рублей на фоне роста валовой прибыли и прочих операционных доходов, что было частично нивелировано увеличением расходов на персонал. **Рентабельность по скорр. EBITDA** составила 13,7% по сравнению с 13,9% в 1 квартале 2024 года.

**EBITDA по МСФО (IFRS) 16** увеличилась на 2,7% г/г до 10,0 млрд рублей. **Рентабельность по EBITDA** составила 13,5% по сравнению с 13,6% в 1 квартале 2024 года.

**Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17** составила 6,1 млрд рублей. **Рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17** составила 8,2% в 1 квартале 2025 года по сравнению с 9,1% в 1 квартале 2024 года.

**Чистые финансовые расходы** составили 1 384 млн рублей в 1 квартале 2025 года по сравнению с чистыми финансовыми доходами в размере 21 млн рублей годом ранее, что в основном связано с сокращением объема депозитов Группы после распределения дивидендов, а также повышением процентных ставок по кредитам и ростом расходов по арендным обязательствам на фоне расширения сети магазинов.

В 1 квартале 2025 года Группа зафиксировала **доход от курсовых разниц** в размере 283 млн рублей по сравнению с 59 млн рублей в 1 квартале 2024 года на фоне укрепления рубля и связанного с этим дохода от переоценки торговой кредиторской задолженности. Рост был частично нивелирован

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

**Расходы Компании по налогу на прибыль** сократились на 59,3% г/г до 1,0 млрд рублей в 1 квартале 2025 года, что обусловлено снижением налога на внутригрупповые дивиденды по сравнению с 1 кварталом 2024 года, когда были объявлены и выплачены промежуточные дивиденды за 2023 и 2024 годы, а также сокращением налоговой базы по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

**Прибыль за отчетный период** увеличилась на 4,4% г/г до 3,4 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 4,6%.

## Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	31.03.2025	31.12.2024	31.03.2024
Краткосрочные кредиты и займы	9 887	15 056	10 026
Долгосрочные кредиты и займы	3 055	3 010	4 765
Краткосрочные обязательства по аренде	10 528	10 200	9 069
Долгосрочные обязательства по аренде	6 142	5 473	4 731
Денежные средства и их эквиваленты	(4 621)	(19 579)	(27 994)
<b>Чистый долг</b>	<b>24 991</b>	<b>14 160</b>	<b>597</b>
Дивиденды к выплате	-	8 321	-
<b>Скорректированный чистый долг</b>	<b>24 991</b>	<b>22 481</b>	<b>597</b>
<b>Скорректированный чистый долг к EBITDA по МСФО (IFRS) 16</b>	<b>0,5x</b>	<b>0,4x</b>	<b>0,01x</b>
Краткосрочные обязательства по аренде	(10 528)	(10 200)	(9 069)
Долгосрочные обязательства по аренде	(6 142)	(5 473)	(4 731)
<b>Скорректированный чистый долг / (чистые денежные средства) по МСФО (IAS) 17</b>	<b>8 321</b>	<b>6 808</b>	<b>(13 203)</b>
<b>Скорректированный чистый долг / (чистые денежные средства) к EBITDA по МСФО (IAS) 17</b>	<b>0,2x</b>	<b>0,2x</b>	<b>(0,3)x</b>

Краткосрочные кредиты и займы с начала года сократились на 5,2 млрд рублей до 9,9 млрд рублей, поскольку Компания стремится минимизировать долговую нагрузку в условиях чрезвычайно высоких процентных ставок. Долгосрочные кредиты и займы практически не изменились по сравнению с началом года и составили 3,1 млрд рублей. **Общая сумма кредитов и займов** снизилась до 12,9 млрд рублей по сравнению с 18,1 млрд рублей на 31 декабря 2024 года. Обязательства по аренде увеличились до 16,7 млрд рублей по сравнению с 15,7 млрд рублей в начале 2025 года. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании

составила 29,6 млрд рублей, снизившись на 12,2% по сравнению с началом года.

Скорректированный чистый долг Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 составил 8,3 млрд рублей по сравнению с 6,8 млрд рублей на 31 декабря 2024 года. Отношение **скорректированного чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17** не изменилось по сравнению с началом года и на 31 марта 2025 года находилось на комфортном уровне в 0,2х.

## Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	1КВ 2025	1КВ 2024
Прибыль до налогообложения	4 460	5 810
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	10 778	10 550
Изменения в оборотном капитале	(3 346)	(4 111)
<b>Поступление денежных средств от операционной деятельности</b>	<b>7 432</b>	<b>6 439</b>
Чистые уплаченные проценты	(1 463)	114
Уплаченный налог на прибыль	(2 118)	(3 177)
<b>Чистые денежные средства от операционной деятельности</b>	<b>3 851</b>	<b>3 376</b>
<b>Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности</b>	<b>(2 203)</b>	<b>(1 364)</b>
<b>Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности</b>	<b>(15 719)</b>	<b>(11 376)</b>
Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	(887)	15
<b>Чистое сокращение денежных средств и их эквивалентов</b>	<b>(14 958)</b>	<b>(9 349)</b>

**Чистый торговый оборотный капитал**<sup>11</sup> Группы увеличился до 25,2 млрд рублей (7,9% от выручки)<sup>12</sup> на 31 марта 2025 года по сравнению с 22,3 млрд рублей (7,1% от выручки) на 31 декабря 2024 года, что отражает проактивный подход Группы к управлению запасами. Компания стремится поддерживать достаточные запасы товаров высокого спроса, способствующих росту трафика, во всех магазинах сети. Такой стратегический подход позволяет Компании удовлетворять потребности покупателей и стимулировать продажи.

**Капитальные затраты** в 1 квартале 2025 года составили 2,2 млрд рублей по сравнению с 1,4 млрд рублей в 1 квартале 2024 года. Основная часть инвестиций пришлась на строительство нового распределительного центра в Казани и открытие новых магазинов.

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

## О КОМПАНИИ

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

На 31 марта 2025 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 7 282 магазина в России и других странах, в каждом из которых представлены порядка 2 000 позиций в примерно 20 товарных категориях. Помимо собственных торговых марок, Fix Price реализует продукцию местных производителей и ведущих мировых брендов. На 31 марта 2025 года Компания управляла 13 распределительными центрами и работала в 81 регионе России и на территории 9 других стран.

В 2024 году выручка Компании составила 314,9 млрд руб., EBITDA – 53,1 млрд руб., чистая прибыль – 22,2 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 Макурина  
[pr@fix-price.com](mailto:pr@fix-price.com)