

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 1 КВАРТАЛ 2024 ГОДА

Выручка

71,7
млрд руб.

Чистые
открытия

+131
магазин

Валовая маржа

32,7%

Чистая прибыль

3,3
млрд руб.

FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 1 КВАРТАЛ 2024 ГОДА

**Сохранение фокуса на реализации долгосрочного потенциала
бизнеса, несмотря на вызовы рынка**

26 апреля 2024 года, Лимасол, Кипр – Fix Price Group PLC (LSE и MOEX: FIXP, AIX: FIXP.Y, «Fix Price», «Компания» или «Группа»), крупнейшая в России и одна из ведущих в мире сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные и финансовые результаты по МСФО на основании управленческой отчетности за 1 квартал 2024 года, закончившийся 31 марта 2024 года.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 1 КВАРТАЛ 2024 ГОДА

- Выручка увеличилась на 8,8% г/г до 71,7 млрд рублей
 - Розничная выручка выросла на 9,0% г/г до 63,3 млрд рублей
 - Оптовая выручка увеличилась на 6,9% г/г до 8,3 млрд рублей
- Динамика LFL продаж¹ стала положительной и достигла 0,4% г/г на фоне роста LFL среднего чека и постепенного восстановления LFL трафика. Макроэкономическая неопределенность всё еще оказывает влияние на потребительский спрос, тем не менее, динамика LFL продаж продолжила улучшаться и во втором квартале, превысив 2% за первые 24 дня апреля 2024 года
- За отчетный период Компания открыла 131 магазин (с учетом закрытий, а также включая 6 франчайзинговых магазинов). На 31 марта 2024 года общее количество магазинов достигло 6 545
- В 1 квартале 2024 года общая торговая площадь увеличилась на 28,5 тыс. кв. м (+12,1% г/г) и составила 1 419,1 тыс. кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price за год выросло на 3,4 млн² и достигло 26,4 млн человек (+14,6% г/г). Доля покупок с картой лояльности составила 61,0% от общего объема розничных продаж. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, в 1,8 раза превысил средний чек покупателей, не использующих карту

¹ 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 розничной выручки с учетом НДС. Показатели LFL не учитывают магазины, которые были временно закрыты в течение семи и более дней подряд за отчетный и/или сопоставимый периоды

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

- Валовая прибыль увеличилась на 6,7% г/г до 23,4 млрд рублей в результате роста выручки. Валовая маржа составила 32,7% на фоне увеличения себестоимости товаров в связи с ослаблением курса рубля и ростом транспортных расходов, что было частично нивелировано увеличением доли более прибыльных непродовольственных товаров в общем объеме розничных продаж
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP³ и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 19,0% по сравнению с 16,2% в 1 квартале 2023 года за счет роста долей расходов на персонал, рекламу и прочих расходов, а также эффекта отрицательного операционного рычага. Рост затрат был частично скомпенсирован сокращением долей расходов на аренду и охрану в выручке
- Скорр. EBITDA⁴ по МСФО (IFRS) 16 составила 10,0 млрд рублей в связи с давлением на валовую маржу и увеличением SG&A расходов. Рентабельность по скорр. EBITDA составила 13,9%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 9,8 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 13,6%
- Чистая прибыль Fix Price за отчетный период составила 3,3 млрд рублей при рентабельности по чистой прибыли на уровне 4,6%
- Капитальные затраты снизились до 1,9% от выручки по сравнению с 3,2% в 1 квартале 2023 года, что было связано с плановым завершением строительства распределительных центров в 2023 году

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

⁴ Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP. EBITDA рассчитывается как прибыль за определенный период до вычета расходов по налогу на прибыль, чистых процентных доходов / (расходов), расходов на износ и амортизацию, а также прибыли / (убытков) от курсовых разниц

«С начала 2024 года мы фиксировали признаки восстановления потребительской уверенности, что позволило вывести динамику LFL-продаж Группы в положительную зону. Вместе с тем на фоне высоких процентных ставок и инфляционных ожиданий покупатели по-прежнему отдают предпочтение сбережениям и крупным покупкам в непродовольственных категориях, ограничивая траты на недорогие товары.

Высокая конкуренция на рынке труда продолжает оказывать давление на рентабельность бизнеса, а поиск и удержание линейного персонала остается основным вызовом для Компании и российского ритейла в целом. Мы ожидаем, что этот фактор будет влиять на финансовые показатели Группы в среднесрочной перспективе. Со своей стороны мы сохраняем приверженность консервативной финансовой политике, поддерживая высокий запас ликвидности и низкий уровень долговой нагрузки. Мы внедряем цифровые решения для повышения операционной эффективности бизнеса, в том числе на основе искусственного интеллекта, позволяющие автоматизировать бизнес-процессы, снижать расходы и повышать устойчивость к внешним вызовам.

В условиях непростой операционной среды мы продолжаем делать шаги для укрепления долгосрочного лидерства Группы. В отчетном периоде наша сеть перешагнула отметку в 6 500 магазинов и начала работу в 29 новых населенных пунктах, где приход Fix Price стал долгожданным событием для местных жителей. Также хотел бы отметить расширение зарубежного присутствия Группы: в 1 квартале 2024 года доля зарубежных рынков выросла год к году до 10,3% в общем количестве магазинов Компании.

Мы неизменно уделяем повышенное внимание анализу трендов в потребительских предпочтениях и поиску интересных новинок для наших покупателей. В отчетном периоде мы наблюдали постепенное восстановление спроса на товары из непродовольственных категорий, среди которых лидировали товары для кухни, ремонта и праздника.

Программа лояльности Fix Price продолжает приносить ощутимые выгоды для ее участников, количество которых увеличилось на 15% за последний год и достигло 26,4 миллионов человек к концу марта 2024 года. Средний чек покупателей с бонусной картой продолжает практически в 2 раза превосходить средний чек остальных посетителей, что свидетельствует о высокой эффективности программы.

Я рад видеть, как усилия команды находят отражение в высоком рейтинге, полученном Fix Price в ходе недавнего исследования от независимого холдинга Ромир. Согласно исследованию, наша сеть стабильно входит в топ-3 розничных сетей России по показателю доверия и индексу заметности, и 2024 год не стал исключением.

Я благодарю всех сотрудников Группы, причастных к созданию качественного клиентского опыта, и убежден, что вместе мы сможем достичь самых амбициозных целей и обеспечить долгосрочный рост стоимости бизнеса Fix Price».

Дмитрий Курсанов, Генеральный директор Fix Price

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

| | 31.03.2024 | 31.12.2023 | 31.03.2023 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Общее количество магазинов | 6 545 | 6 414 | 5 848 |
| Россия | 5 874 | 5 756 | 5 256 |
| Беларусь | 299 | 292 | 273 |
| Казахстан | 287 | 280 | 246 |
| Латвия | 45 | 46 | 39 |
| Узбекистан | 22 | 22 | 20 |
| Грузия | 7 | 7 | 6 |
| Кыргызстан | 6 | 6 | 6 |
| Монголия | 3 | 3 | 2 |
| Армения | 2 | 2 | - |
| Количество магазинов под управлением Компании | 5 836 | 5 711 | 5 206 |
| Россия | 5 277 | 5 166 | 4 721 |
| Беларусь | 289 | 282 | 263 |
| Казахстан | 270 | 263 | 222 |
| Количество франчайзинговых магазинов | 709 | 703 | 642 |
| Россия | 597 | 590 | 535 |
| Латвия | 45 | 46 | 39 |
| Казахстан | 17 | 17 | 24 |
| Узбекистан | 22 | 22 | 20 |
| Беларусь | 10 | 10 | 10 |
| Грузия | 7 | 7 | 6 |
| Кыргызстан | 6 | 6 | 6 |
| Монголия | 3 | 3 | 2 |
| Армения | 2 | 2 | - |
| Торговая площадь (кв. м) | 1 419 120 | 1 390 611 | 1 266 268 |
| Магазины под управлением Компании | 1 261 559 | 1 234 312 | 1 123 997 |
| Франчайзинговые магазины | 157 561 | 156 299 | 142 271 |

Динамика магазинов под управлением Компании

| | 1КВ 2024 | 1КВ 2023 |
|--|------------|------------|
| Общее количество открытых магазинов | 164 | 198 |
| Россия | 143 | 169 |
| Беларусь | 9 | 11 |
| Казахстан | 12 | 18 |

| | 1КВ 2024 | 1КВ 2023 |
|--|------------|------------|
| Количество закрытых магазинов | 39 | 31 |
| Россия | 32 | 23 |
| Беларусь | 2 | 1 |
| Казахстан | 5 | 7 |
| Чистый прирост количества магазинов | 125 | 167 |
| Россия | 111 | 146 |
| Беларусь | 7 | 10 |
| Казахстан | 7 | 11 |

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Расширение сети магазинов

- Общее количество магазинов достигло 6 545, увеличившись на 11,9% г/г. Доля франчайзинговых магазинов составила 10,8% от общего количества магазинов сети, снизившись на 15 б.п. г/г
- Общее количество чистых открытий в 1 квартале 2024 года составило 131 магазин (125 магазинов под управлением Компании и 6 франчайзинговых магазинов) по сравнению со 185 магазинами (167 магазинов под управлением Компании и 18 франчайзинговых магазинов) в 1 квартале 2023 года
- В 1 квартале 2024 года Компания закрыла 39 магазинов под собственным управлением, по сравнению с 31 магазином годом ранее, продолжая работу над улучшением условий аренды
- В отчетном периоде Fix Price продолжил расширение сети в России и за рубежом. 9,9% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки, а доля зарубежных магазинов в общем количестве магазинов сети выросла до 10,3% по сравнению с 10,1% на 31 марта 2023 года
- Общая торговая площадь магазинов Fix Price увеличилась на 28,5 тыс. кв. м и составила 1 419,1 тыс. кв. м (рост на 12,1% г/г) на 31 марта 2024 года. Средняя торговая площадь магазина Fix Price на конец отчетного периода составила 217 кв. м
- В 1 квартале 2024 года Компания начала работу в 29 новых населенных пунктах

Динамика LFL продаж

- В 1 квартале 2024 года динамика LFL продаж стала положительной и составила 0,4% благодаря росту LFL среднего чека на 3,7% г/г, который компенсировал снижение LFL трафика на 3,2%. Тем не менее, сокращение LFL трафика замедлилось г/г на фоне постепенного восстановления потребительской уверенности. При этом покупатели по-прежнему отдавали предпочтение продуктам питания и крупным

покупкам в непродовольственных категориях, ограничивая траты на недорогие товары, а также сбережениям на фоне рекордно высоких процентных ставок на вклады

- В 1 квартале 2024 года динамика LFL продаж магазинов под управлением Компании в России составила -1,1%. При этом LFL продажи в Казахстане и Беларуси в рублевом выражении способствовали улучшению общих показателей LFL продаж Группы на фоне эффекта пересчета валют в связи с ослаблением курса рубля
- В национальных валютах магазины в Беларуси и Казахстане продемонстрировали рост LFL продаж за счет увеличения трафика благодаря привлекательному ценностному предложению, при этом эффект высокой базы прошлого года отрицательно повлиял на динамику LFL среднего чека в обеих странах
- В первые 24 дня апреля 2024 года LFL продажи выросли более чем на 2%

Ассортимент и товарные категории⁵

- В 1 квартале 2024 года доля непродовольственных товаров выросла до 48,7% от общего объема розничных продаж по сравнению с 44,5% в 1 квартале 2023 года благодаря сильной динамике LFL продаж таких категорий, как товары для кухни, дома, ремонта и праздника. В отчетном квартале доля продуктов питания в розничных продажах снизилась до 25,9% по сравнению с 26,8% годом ранее, а доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики сократилась до 25,5% от общего объема розничных продаж по сравнению с аномально высоким уровнем в 28,7% в 1 квартале 2023 года
- Доля импорта в розничных продажах в 1 квартале 2024 года слегка увеличилась и составила 23,4% по сравнению с 22,8% в 1 квартале 2023 года
- Доля товаров стоимостью выше 100 рублей в розничных продажах выросла до 58,3% в 1 квартале 2024 года по сравнению с 40,1% в 1 квартале 2023 года в результате увеличения доли более дорогих непродовольственных товаров и введению в ассортимент модных новинок по дробным ценам выше 100 рублей. Компания также продолжила расширять ассортимент товаров среднего и высокого ценовых сегментов. Доля товаров стоимостью выше 200 рублей в розничных продажах увеличилась до 15,2% в 1 квартале 2024 года по сравнению с 14,2% в 1 квартале 2023 года
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 4,2% г/г до 344 рублей

Развитие программы лояльности⁶

- В отчетном квартале общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 26,4 млн человек,

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

⁶ Все данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России

увеличившись на 14,6% г/г. За прошедший год количество зарегистрированных участников выросло на 3,4 млн благодаря привлекательным условиям программы и промо-кампаниям для держателей карт. Доля активных держателей карт лояльности⁷ среди участников программы составила 49%

- Доля покупок с использованием карты лояльности составила 61,0% от общего объема розничных продаж сети в 1 квартале 2024 года по сравнению с 63,4% в 1 квартале 2023 года
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 469 рублей, что в 1,8 раза выше среднего чека покупателей, не использующих карту, который составил 255 рублей

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 1 КВАРТАЛ 2024 ГОДА

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

| млн руб. | 1КВ 2024 | 1КВ 2023 | Изменение |
|---|---------------|---------------|----------------|
| Выручка | 71 684 | 65 895 | 8,8% |
| Розничная выручка | 63 349 | 58 099 | 9,0% |
| Оптовая выручка | 8 335 | 7 796 | 6,9% |
| Себестоимость | (48 250) | (43 929) | 9,8% |
| Валовая прибыль | 23 434 | 21 966 | 6,7% |
| Валовая маржа, % | 32,7% | 33,3% | (64) б.п. |
| SG&A (без LTIP и D&A) | (13 599) | (10 690) | 27,2% |
| Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х | 153 | 159 | (3,8)% |
| Скорр. EBITDA | 9 988 | 11 435 | (12,7)% |
| Рентабельность по скорр. EBITDA, % | 13,9% | 17,4% | (342) б.п. |
| EBITDA | 9 773 | 11 161 | (12,4)% |
| Рентабельность по EBITDA, % | 13,6% | 16,9% | (330) б.п. |
| D&A | (4 043) | (3 574) | 13,1% |
| Операционная прибыль | 5 730 | 7 587 | (24,5)% |
| Операционная маржа, % | 8,0% | 11,5% | (352) б.п. |
| Чистые финансовые доходы/(расходы) | 21 | (337) | н/п |
| Чистый доход от курсовых разниц | 59 | 483 | (87,8)% |
| Прибыль до налогообложения | 5 810 | 7 733 | (24,9)% |
| Расходы по налогу на прибыль | (2 520) | (1 880) | 34,0% |

⁷ Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

| млн руб. | 1КВ 2024 | 1КВ 2023 | Изменение |
|--|--------------|--------------|----------------|
| Прибыль за период | 3 290 | 5 853 | (43,8)% |
| <i>Рентабельность по чистой прибыли, %</i> | 4,6% | 8,9% | (429) б.п. |

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы⁸

| млн руб. | 1КВ 2024 | 1КВ 2023 | Изменение |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| Расходы на персонал (без ЛТИР) | 10 519 | 8 022 | 31,1% |
| <i>% от выручки</i> | 14,7% | 12,2% | 250 б.п. |
| Банковские комиссии | 892 | 797 | 11,9% |
| <i>% от выручки</i> | 1,2% | 1,2% | 3 б.п. |
| Расходы на аренду | 353 | 372 | (5,1)% |
| <i>% от выручки</i> | 0,5% | 0,6% | (7) б.п. |
| Расходы на охрану | 506 | 504 | 0,4% |
| <i>% от выручки</i> | 0,7% | 0,8% | (6) б.п. |
| Расходы на рекламу | 303 | 204 | 48,5% |
| <i>% от выручки</i> | 0,4% | 0,3% | 11 б.п. |
| Ремонт и техобслуживание | 268 | 223 | 20,2% |
| <i>% от выручки</i> | 0,4% | 0,3% | 4 б.п. |
| Коммунальные услуги | 272 | 238 | 14,3% |
| <i>% от выручки</i> | 0,4% | 0,4% | 2 б.п. |
| Прочие расходы | 486 | 330 | 47,3% |
| <i>% от выручки</i> | 0,7% | 0,5% | 18 б.п. |
| SG&A (без ЛТИР и D&A) | 13 599 | 10 690 | 27,2% |
| <i>% от выручки</i> | 19,0% | 16,2% | 275 б.п. |
| Расходы на ЛТИР | 215 | 274 | (21,5)% |
| <i>% от выручки</i> | 0,3% | 0,4% | (12) б.п. |
| Амортизация прав пользования | 3 082 | 2 718 | 13,4% |
| <i>% от выручки</i> | 4,3% | 4,1% | 17 б.п. |
| Прочая амортизация | 961 | 856 | 12,3% |
| <i>% от выручки</i> | 1,3% | 1,3% | 4 б.п. |
| Итого SG&A | 17 857 | 14 538 | 22,8% |
| <i>% от выручки</i> | 24,9% | 22,1% | 285 б.п. |

⁸ Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

Выручка Группы в 1 квартале 2024 года выросла на 8,8% г/г и составила 71,7 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 9,0% и оптовой выручки на 6,9%.

В 1 квартале 2024 года **розничная выручка** Компании составила 63,3 млрд рублей в основном за счет роста сети. Рост **оптовой выручки** до 8,3 млрд рублей связан с открытием новых франчайзинговых магазинов. Доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась на 20 б.п. г/г до 11,6%, что связано с более высоким темпом роста розничной выручки.

В 1 квартале 2024 года **валовая прибыль** увеличилась на 6,7% г/г до 23,4 млрд рублей на фоне роста выручки Компании. **Валовая маржа** снизилась на 64 б.п. г/г и составила 32,7% за счет увеличения себестоимости товаров в связи с ослаблением курса рубля и повышением транспортных расходов, что было частично нивелировано увеличением доли более прибыльных непродовольственных товаров в общем объеме розничных продаж.

Доля **транспортных расходов** в выручке выросла на 13 б.п. до 1,9% в 1 квартале 2024 года, что связано с ростом тарифов в России, Казахстане и Беларуси.

Величина **списания запасов** составила 0,8% от выручки по сравнению с 1,1% в 1 квартале 2023 года, что отражает более низкий уровень начислений на основании фактических потерь за 2023 год.

Отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 275 б.п. г/г до 19,0%, в основном за счет роста долей расходов на персонал, рекламу и прочих расходов, а также эффекта отрицательного операционного рычага. Рост затрат был частично нивелирован сокращением долей расходов на аренду и охрану в выручке.

Увеличению доли **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке на 250 б.п. г/г до 14,7% в основном способствовали индексация заработных плат сотрудников магазинов и распределительных центров ввиду повсеместной нехватки рабочей силы и сохраняющейся высокой конкуренции на рынке труда, а также рост количества сотрудников в связи с открытием новых распределительных центров.

Расходы на LTIP составили 215 млн рублей в 1 квартале 2024 года по сравнению с 274 млн рублей в 1 квартале 2023 года.

Доля **расходов на D&A** увеличилась на 22 б.п. г/г до 5,6% от выручки. Доля амортизации активов в форме права пользования выросла на 17 б.п. г/г до 4,3% от выручки на фоне увеличения соответствующих активов в связи с расширением сети. Доля прочих расходов на износ и амортизацию не изменилась г/г и составила 1,3% от выручки.

Расходы на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16) снизились на 7 б.п. г/г до 0,5% от выручки (на 8 б.п. г/г до 0,6% 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 15 б.п. г/г до 5,3% от выручки (на 16 б.п. до 6,0% розничной

выручки), отражая увеличение влияния договоров аренды с фиксированной ставкой (34% в общем портфеле договоров), которые не зависят от динамики выручки магазинов, и фиксированного компонента договоров с переменной ставкой аренды. Увеличение ставок аренды магазинов и распределительных центров также способствовало росту расходов на аренду г/г.

Расходы на банковские комиссии практически не изменились и составили 1,2% от выручки, что отражает постепенное замедление роста доли платежей с использованием банковских карт.

Расходы на охрану снизились на 6 б.п. г/г до 0,7% от выручки благодаря оптимизации затрат.

Доли **расходов на ремонт и техобслуживание и затрат на коммунальные услуги** практически не изменились по сравнению с предыдущим годом и составили по 0,4% от выручки каждая.

Доля **расходов на рекламу** увеличилась на 11 б.п. до 0,4% от выручки в связи с активизацией рекламных кампаний, в то время как доля **прочих расходов** выросла на 18 б.п. до 0,7% от выручки.

Доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 285 б.п. г/г до 24,9%. Основные факторы роста: рост в выручке долей расходов на персонал (+250 б.п.) и D&A (+22 б.п.).

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

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

| млн руб. | 1КВ 2024 | 1КВ 2023 | Изменение |
|--|--------------|---------------|----------------|
| ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16) | 9 773 | 11 161 | (12,4)% |
| <i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i> | 13,6% | 16,9% | (330) б.п. |
| Расходы на LTIP | 215 | 274 | (21,5)% |
| Скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16) | 9 988 | 11 435 | (12,7)% |
| <i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i> | 13,9% | 17,4% | (342) б.п. |
| Расходы на аренду | (3 422) | (2 999) | 14,1% |
| Коммунальные услуги | (58) | (53) | 9,4% |
| Скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17) | 6 508 | 8 383 | (22,4)% |
| <i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i> | 9,1% | 12,7% | (364) б.п. |
| Расходы на LTIP | (215) | (274) | (21,5)% |
| ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17) | 6 293 | 8 109 | (22,4)% |
| <i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i> | 8,8% | 12,3% | (353) б.п. |

Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 10,0 млрд рублей по сравнению с 11,4 млрд рублей в 1 квартале 2023 года в связи со снижением валовой маржи и увеличением SG&A расходов. **Рентабельность по скорр. EBITDA** составила 13,9%.

EBITDA по МСФО (IFRS) 16 снизилась на 12,4% г/г до 9,8 млрд рублей. **Рентабельность по EBITDA** составила 13,6% по сравнению с 16,9% в 1 квартале 2023 года.

Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 6,5 млрд рублей. **Рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17** составила 9,1% в 1 квартале 2024 года по сравнению с 12,7% в 1 квартале 2023 года.

Чистые финансовые доходы составили 21 млн рублей по сравнению с чистыми финансовыми расходами в размере 337 млн рублей в 1 квартале 2023 года на фоне роста процентных доходов по вкладам Группы, что было отчасти нивелировано за счет роста процентных ставок по кредитам и арендным обязательствам.

В отчетном квартале **чистый доход от курсовых разниц** составил 59 млн рублей, так как несколько статей баланса, выраженных в иностранной валюте, частично компенсировали друг друга. В 1 квартале 2023 года чистый доход Группы от курсовых разниц составил 483 млн рублей.

Расходы Компании по налогу на прибыль выросли на 34,0% г/г до 2,5 млрд рублей в 1 квартале 2024 года в связи с начислением налога на внутригрупповые дивиденды.

Прибыль за отчетный период снизилась на 43,8% г/г до 3,3 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 4,6%.

Ключевые показатели отчета о финансовом положении

| млн руб. | 31.03.2024 | 31.12.2023 | 31.03.2023 |
|--|--------------|----------------|---------------|
| Краткосрочные кредиты и займы | 10 026 | 10 024 | 15 022 |
| Долгосрочные кредиты и займы | 4 765 | 4 675 | 4 432 |
| Краткосрочные обязательства по аренде | 9 069 | 8 800 | 8 279 |
| Долгосрочные обязательства по аренде | 4 731 | 4 974 | 4 502 |
| Денежные средства и их эквиваленты | (27 994) | (37 343) | (21 576) |
| Чистый долг / (Чистые денежные средства) | 597 | (8 870) | 10 659 |
| Чистый долг / (Чистые денежные средства) к EBITDA по МСФО (IFRS) 16⁹ | 0,01x | (0,2)x | 0,2x |

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

| млн руб. | 31.03.2024 | 31.12.2023 | 31.03.2023 |
|---|-----------------|-----------------|----------------|
| Краткосрочные обязательства по аренде | (9 069) | (8 800) | (8 279) |
| Долгосрочные обязательства по аренде | (4 731) | (4 974) | (4 502) |
| (Чистые денежные средства) по МСФО (IAS) 17 | (13 203) | (22 644) | (2 122) |
| (Чистые денежные средства) к EBITDA по МСФО (IAS) 17 | (0,3)х | (0,6)х | (0,05)х |

Краткосрочные и долгосрочные кредиты и займы Группы практически не изменились по сравнению с началом года и составили 10,0 млрд рублей и 4,8 млрд рублей соответственно. В результате **общая сумма кредитов и займов** составила 14,8 млрд рублей по сравнению с 14,7 млрд рублей на 31 декабря 2023 года. Обязательства по аренде также практически не изменились по сравнению с началом года и составили 13,8 млрд рублей. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании на 31 марта 2024 года составила 28,6 млрд рублей.

В 1 квартале 2024 года Компания объявила и выплатила промежуточные дивиденды в размере 9,84 рубля на акцию/ГДР, или 8,4 млрд рублей. В результате чистые денежные средства по МСФО (IAS) 17 снизились до 13,2 млрд рублей по сравнению с 22,6 млрд рублей на 31 декабря 2023 года. Отношение **чистой денежной позиции к EBITDA по МСФО (IAS) 17** составило 0,3х по сравнению с 0,6х на 31 декабря 2023 года.

Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

| млн руб. | 1КВ 2024 | 1КВ 2023 |
|--|-----------------|----------------|
| Прибыль до налогообложения | 5 810 | 7 733 |
| Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале | 10 550 | 12 146 |
| Изменения в оборотном капитале | (4 111) | (4 283) |
| Поступление денежных средств от операционной деятельности | 6 439 | 7 863 |
| Чистые процентные доходы / (уплаченные проценты) | 114 | (396) |
| Уплаченный налог на прибыль | (3 177) | (2 270) |
| Чистые денежные средства от операционной деятельности | 3 376 | 5 197 |
| Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности | (1 364) | (2 124) |
| Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности | (11 376) | (5 276) |
| Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты | 15 | 195 |
| Чистое уменьшение денежных средств и их эквивалентов | (9 349) | (2 008) |

Чистый торговый оборотный капитал¹⁰ увеличился до 16,0 млрд рублей (5,4% от выручки)¹¹ на 31 марта 2024 года по сравнению с 14,5 млрд рублей (5,0% от выручки) на 31 декабря 2023 года, при этом оставаясь на комфортном и управляемом уровне. Компания активно заказывает и тестирует новый ассортимент для оценки потребительских настроений и поиска наиболее привлекательных товаров. Кроме того, активное формирование запасов связано с неравномерностью поставок на фоне изменения логистических маршрутов, тогда как темп роста выручки все еще оставался сдержанным.

Капитальные затраты снизились до 1,4 млрд рублей по сравнению с 2,1 млрд рублей в 1 квартале 2023 года, когда Компания инвестировала в строительство новых распределительных центров, которое было начато в 2022 году.

О КОМПАНИИ

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

На 31 марта 2024 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 6 545 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 31 марта 2024 года Компания управляла 13 распределительными центрами и работала в 81 регионе России, а также в 8 близлежащих странах.

В 2023 году выручка Компании составила 291,9 млрд руб., EBITDA – 53,1 млрд руб., чистая прибыль – 35,7 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

КОНТАКТЫ

Отдел Fix Price по связям с инвесторами

Елена Миронова
ir@fix-price.com

Отдел Fix Price по связям со СМИ

Екатерина Гончарова
pr@fix-price.ru

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

¹¹ Доля чистого оборотного капитала от выручки рассчитывается на основании выручки за предшествующие 12 месяцев