

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ FIX PRICE ЗА 12 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

Выручка

291,9
млрд руб.

Чистые
открытия

+751
магазин

Валовая маржа

34,0%

Чистая прибыль

35,7
млрд руб.

FIX PRICE ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 4 КВАРТАЛ И 12 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

Высокая рентабельность, сильный денежный поток и неизменный фокус на покупателях

28 февраля 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 на основании управленческой отчетности за 4 квартал 2023 года и аудированные финансовые результаты по МСФО за 12 месяцев 2023 года, закончившиеся 31 декабря 2023 года.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 4 КВАРТАЛ 2023 ГОДА

- Выручка увеличилась на 7,8% г/г до 81,7 млрд рублей
 - Розничная выручка выросла на 8,0% г/г до 72,8 млрд рублей
 - Оптовая выручка увеличилась на 6,0% г/г до 8,9 млрд рублей
- В 4 квартале 2023 года динамика LFL продаж¹ составила -0,9% г/г в связи с более сдержанным потребительским спросом на фоне сохраняющейся макроэкономической неопределенности
- Компания открыла 252 магазина (с учетом закрытий, а также включая 17 франчайзинговых магазинов); общее количество магазинов на конец отчетного периода достигло 6 414
- Общая торговая площадь увеличилась на 55,2 тыс. кв. м (+13,5% г/г) и составила 1 390,6 тыс. кв. м
- В 4 квартале 2023 года количество зарегистрированных участников программы лояльности Fix Price выросло на 0,9 млн² и достигло 25,7 млн человек (+17,6% г/г). Доля покупок с картой лояльности составила 60,9% от общего объема розничных продаж. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, как и ранее, 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 11,7% г/г до 28,8 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 122 б.п. г/г и составила 35,3% в основном за счет восстановления резерва по недостаткам и потерям товаров, а также благодаря эффективной работе с поставщиками
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP³ и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 16,0% по сравнению с 14,6% годом ранее за счет роста расходов на персонал, рекламу, банковских комиссий и прочих расходов, а также эффекта отрицательного операционного рычага, что было частично нивелировано сокращением расходов на аренду и охрану
- Скорр. EBITDA⁴ по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 5,8% г/г до 15,9 млрд рублей. Рентабельность по скорр. EBITDA за отчетный период составила 19,5%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 выросла на 3,5% г/г до 15,6 млрд рублей. Рентабельность по EBITDA составила 19,1% по сравнению с 19,9% в 4 квартале 2022 года на фоне увеличения SG&A расходов (за вычетом расходов на D&A) и расходов на LTIP, что было частично нивелировано ростом валовой маржи
- Чистая прибыль за отчетный период достигла 8,6 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 10,5%
- Капитальные затраты значительно снизились – до 1,9% от выручки по сравнению с 8,6% в 4 квартале 2022 года на фоне сокращения инвестиций в логистическую инфраструктуру, что было связано с плановым завершением строительства распределительных центров, которое было начато в 2022 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

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 12 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

- Выручка увеличилась на 5,1% г/г до 291,9 млрд рублей
 - Розничная выручка выросла на 5,2% г/г до 259,0 млрд рублей
 - Оптовая выручка увеличилась на 4,7% г/г до 32,9 млрд рублей
- Динамика LFL продаж составила -4,1%
- Количество чистых открытий достигло 751, включая 672 магазина под управлением Компании и 79 франчайзинговых магазинов, что соответствует прогнозу Компании по чистым открытиям на 2023 год
- Общая торговая площадь магазинов увеличилась на 165,3 тыс. кв. м до 1 390,6 тыс. кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 3,8 млн и достигло 25,7 млн человек. Доля покупок с картой лояльности составила 62,0% от общего объема розничных продаж
- Валовая прибыль увеличилась на 7,8% г/г до 99,2 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 84 б.п. г/г и составила 34,0%
- Отношение SG&A расходов без учета расходов на LTIP и D&A к выручке составило 15,6% по сравнению с 14,1% годом ранее преимущественно за счет эффекта отрицательного операционного рычага и сохраняющейся высокой конкуренции на рынке труда
- Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 осталась на уровне прошлого года и составила 54,2 млрд рублей. Рентабельность по скорр. EBITDA составила 18,6%, в связи с тем, что рост валовой маржи был нивелирован увеличением SG&A расходов (без D&A и LTIP)
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 53,1 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 18,2%
- Чистая прибыль за отчетный период увеличилась на 66,8% г/г и составила 35,7 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли выросла до 12,2% по сравнению с 7,7% за 2022 год

«В прошедшем году в условиях непростой рыночной и регуляторной конъюнктуры наша команда оставалась верной стратегическим приоритетам Компании. Мы продолжали работать над улучшением ценностного предложения для покупателей, реализовывали программу развития и действовали в интересах наших сотрудников и акционеров. Благодаря силе и гибкости бизнес-модели в четвертом квартале мы смогли продолжить движение по траектории роста и в очередной раз продемонстрировали один из самых высоких уровней рентабельности в отрасли. Мы успешно реализовали план по чистым открытиям в 2023 году – сеть приросла на 751 магазин. Темп роста выручки в отчетном квартале ускорился до 8% год к году, а рентабельность по скорректированной EBITDA составила 19,5%. Эффективная работа с ассортиментом и поставщиками позволила нарастить валовую маржу и частично нивелировать рост расходов на персонал, связанный с высокой конкуренцией на рынке труда.

Помимо развития регулярного ассортимента, мы также видим большой потенциал в нише праздничных и тематических коллекций, товаров для кухни, а также товаров для дома и ремонта. Так, наша новогодняя коллекция 2023 года пользовалась повышенным спросом у покупателей и внесла ощутимый вклад в рост продаж в отчетном периоде.

В четвертом квартале мы приступили к внедрению сервиса распознавания очередей на кассах с помощью компьютерного зрения в целях повышения скорости обслуживания клиентов. Этот сервис позволяет удерживать покупателей, которые ранее могли не завершить покупку из-за очередей на кассах. Спустя два месяца после внедрения технологии в семи пилотных магазинах, их средний трафик вырос на 2%, по сравнению с идентичными магазинами, где технология не применялась. По результатам пилотного проекта было принято решение о масштабировании данной технологии на все магазины под управлением Fix Price в России.

Совершенствование и развитие программы лояльности неизменно остается в фокусе нашего внимания – около 3,8 миллионов человек присоединились к нашей бонусной системе за последний год. Более 25 миллионов пользователей не только получают выгоду от участия в программе лояльности Fix Price, но и одновременно дают ценную обратную связь по нашим товарам и услугам.

Горжусь тем, что в условиях инфраструктурных ограничений мы смогли запустить процесс выплаты дивидендов. В результате 15 января 2024 года Совет директоров Fix Price одобрил промежуточные дивиденды за 2023–2024 годы в размере 9,84 рубля на ГДР/акцию или 8,4 млрд рублей, которые наши акционеры смогут получить уже в первом квартале текущего года.

Считаю важным отметить, что успех Fix Price – это, прежде всего, результат работы команды. Поэтому развитие и удержание ключевых талантов Компании остается нашим приоритетом. В этом году состоялась первая выплата в рамках программы долгосрочной мотивации сотрудников (LTI), и мы последовательно расширяем количество ее участников. LTI вызывает большой интерес среди сотрудников и, таким образом, служит не только удерживающим стимулом для уже участвующих в программе, но и мотивацией к росту для кадрового резерва. Я хотел бы поблагодарить всю нашу команду за слаженную работу. Уверен, что вместе мы сможем справиться с любыми вызовами и достичь новых амбициозных целей в интересах всех стейкхолдеров».

Дмитрий Курсанов, Генеральный директор Fix Price

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	31.12.2023	31.12.2022	31.12.2021
Общее количество магазинов	6 414	5 663	4 904
Россия	5 756	5 098	4 445
Беларусь	292	263	212
Казахстан	280	235	172
Латвия	46	36	24
Узбекистан	22	19	42
Грузия	7	6	4
Кыргызстан	6	6	5
Монголия	3	-	-
Армения	2	-	-
Количество магазинов под управлением Компании	5 711	5 039	4 368
Россия	5 166	4 575	3 975
Беларусь	282	253	203
Казахстан	263	211	148
Узбекистан	-	-	42
Количество франчайзинговых магазинов	703	624	536
Россия	590	523	470
Латвия	46	36	24
Казахстан	17	24	24
Узбекистан	22	19	-
Беларусь	10	10	9
Грузия	7	6	4
Кыргызстан	6	6	5
Монголия	3	-	-
Армения	2	-	-
Торговая площадь (кв. м)	1 390 611	1 225 360	1 056 840
Магазины под управлением Компании	1 234 312	1 087 047	938 392
Франчайзинговые магазины	156 299	138 313	118 448

Динамика магазинов под управлением Компании

	4КВ 2023	4КВ 2022	12М 2023	12М 2022
Общее количество открытых магазинов	255	201	792	782
Россия	216	170	688	667
Казахстан	27	15	67	65
Беларусь	12	16	37	50

	4КВ 2023	4КВ 2022	12М 2023	12М 2022
Узбекистан	-	-	-	-
Количество закрытых магазинов	20	17	120	111
Россия	16	16	97	67
Казахстан	2	1	15	2
Беларусь	2	-	8	-
Узбекистан	-	-	-	42
Чистый прирост количества магазинов	235	184	672	671
Россия	200	154	591	600
Казахстан	25	14	52	63
Беларусь	10	16	29	50
Узбекистан	-	-	-	(42)

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Расширение сети магазинов

- По состоянию на 31 декабря 2023 года общее количество магазинов достигло 6 414, увеличившись на 13,3% г/г. Доля франчайзинговых магазинов не изменилась г/г и составила 11,0% от общего количества магазинов сети
- Компания ускорила темпы открытия новых магазинов по сравнению с предыдущим кварталом. Общее количество чистых открытий в 4 квартале 2023 года составило 252 магазина (235 магазинов под управлением Компании и 17 франчайзинговых магазинов) по сравнению с 201 магазином (184 магазина под управлением Компании и 17 франчайзинговых магазинов) в 4 квартале 2022 года
- В 4 квартале 2023 года Компания закрыла 20 магазинов под собственным управлением, по сравнению с 17 магазинами годом ранее, продолжая работу над улучшением условий аренды
- В 4 квартале 2023 года Fix Price продолжил расширение сети за рубежом: 13,1% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки. На конец года доля зарубежных магазинов в общем количестве магазинов сети выросла до 10,3% по сравнению с 10,0% на 31 декабря 2022 года
- В 4 квартале 2023 года общая торговая площадь увеличилась на 55,2 тыс. кв. м и составила 1 390,6 тыс. кв. м (+13,5% г/г). Средняя торговая площадь магазина Fix Price на 31 декабря 2023 года составила 217 кв. м
- В 4 квартале 2023 года Компания начала работу в 44 новых населенных пунктах. По состоянию на 31 декабря 2023 года магазины Fix Price были представлены в девяти странах

Динамика LFL продаж

- В 4 квартале 2023 года динамика LFL продаж составила -0,9% г/г в связи с более сдержанным потребительским спросом на фоне сохраняющейся рыночной неопределенности. С учетом макроэкономической нестабильности и ожидаемых колебаний валютных курсов покупатели отдавали предпочтение крупным покупкам в непродовольственных категориях, ограничивая траты на «поиск сокровищ» среди недорогих товаров. LFL средний чек вырос на 3,7%, в то время как динамика LFL трафика составила -4,4%
- В 4 квартале 2023 года динамика LFL продаж в России составила -2,8%. 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 национальной валюте магазины в Беларуси продемонстрировали рост LFL продаж благодаря росту трафика, несмотря на эффект высокой базы прошлого года и временное сокращение ассортимента в связи с правительственными ограничениями, которое отрицательно повлияло на динамику LFL среднего чека. LFL трафик в Казахстане вырос благодаря конкурентным ценам, в то время как LFL средний чек снизился на фоне эффекта высокой базы прошлого года

Ассортимент и товарные категории⁵

- В 4 квартале 2023 года доля непродовольственных товаров выросла до 50,2% от общего объема розничных продаж по сравнению с 48,4% в 4 квартале 2022 года и 44,5% в 3 квартале 2023 года благодаря высокому уровню продаж товаров из новогоднего ассортимента. Доля продуктов питания в розничных продажах снизилась до 25,3% по сравнению с 26,2% в 4 квартале 2022 года, а доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики составила 24,6% от общего объема розничных продаж по сравнению с 25,4% в 4 квартале 2022 года
- Динамика продаж сезонных товаров, товаров для кухни, а также товаров для ремонта стала одним из основных драйверов показателя квартальных продаж. Продажи товаров для праздника, товаров для животных, товаров для дома и аксессуаров также поддержали показатель
- Ввиду сезонного фактора доля импорта в розничных продажах в 4 квартале 2023 года была на высоком уровне и составила 27,1%, не изменившись г/г. Доля импорта в розничных продажах за 12 месяцев 2023 года составила 23,2%
- Доля товаров стоимостью выше 100 рублей в розничных продажах выросла до 54,0% в 4 квартале 2023 года по сравнению с 39,4% в 4 квартале 2022 года в результате увеличения доли товаров среднего и высокого ценовых сегментов в ассортименте, а также роста продаж

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

сезонных непродовольственных товаров в более высоких ценовых категориях. Доля товаров стоимостью выше 200 рублей в розничных продажах практически не изменилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 15,2% в 4 квартале 2023 года по сравнению с 15,1% в 4 квартале 2022 года

- В декабре 2023 года Компания начала тестировать новую ценовую категорию – 399 рублей. Появление в этой ценовой категории новых непродовольственных товаров и товаров категории дрoгери вызывает «вау-эффект», поскольку в других розничных-сетях и интернет-магазинах такие товары обычно стоят значительно дороже
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 4,2% г/г до 360 рублей в 4 квартале 2023 года

Развитие программы лояльности

- Общее количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 25,7 млн человек, увеличившись на 17,6% г/г. В 4 квартале 2023 года количество зарегистрированных участников выросло на 0,9 млн благодаря привлекательным условиям программы и промо-кампаниям для держателей карт. Доля активных держателей карт лояльности⁶ среди участников программы составляла в среднем около 53% в 4 квартале 2023 года
- Доля покупок с использованием карты лояльности не изменилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на фоне более сфокусированной промо-активности в востребованном сегменте сезонного ассортимента в декабре и составила 60,9% от общего объема розничных продаж сети в 4 квартале 2023 года
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 488 рублей, что в 1,8 раза выше среднего чека покупателей, не использующих карту, который составил 268 рублей

⁶ Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 4 КВАРТАЛ И 12 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	4КВ 2023	4КВ 2022	Изменение	12М 2023	12М 2022	Изменение
Выручка	81 669	75 757	7,8%	291 865	277 644	5,1%
Розничная выручка	72 762	67 351	8,0%	258 967	246 212	5,2%
Оптовая выручка	8 907	8 406	6,0%	32 898	31 432	4,7%
Себестоимость	(52 875)	(49 968)	5,8%	(192 693)	(185 650)	3,8%
Валовая прибыль	28 794	25 789	11,7%	99 172	91 994	7,8%
Валовая маржа, %	35,3%	34,0%	122 б.п.	34,0%	33,1%	84 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	(13 040)	(11 023)	18,3%	(45 603)	(39 149)	16,5%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	184	305	(39,7)%	643	1 353	(52,5)%
Скорр. EBITDA	15 938	15 071	5,8%	54 212	54 198	0,0%
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	19,5%	19,9%	(38) б.п.	18,6%	19,5%	(95) б.п.
EBITDA	15 600	15 071	3,5%	53 065	54 198	(2,1)%
Рентабельность по EBITDA, %	19,1%	19,9%	(79) б.п.	18,2%	19,5%	(134) б.п.
D&A	(3 968)	(3 448)	15,1%	(15 138)	(13 138)	15,2%
Операционная прибыль	11 632	11 623	0,1%	37 927	41 060	(7,6)%
Операционная маржа, %	14,2%	15,3%	(110) б.п.	13,0%	14,8%	(179) б.п.
Чистые финансовые доходы/(расходы)	177	(564)	н/п	(439)	(3 001)	(85,4)%
Чистый доход / (убыток) от курсовых разниц	16	1 220	(98,7)%	550	(234)	н/п
Прибыль до налогообложения	11 825	12 279	(3,7)%	38 038	37 825	0,6%
Расходы по налогу на прибыль	(3 211)	(2 961)	8,4%	(2 331)	(16 414)	(85,8)%
Прибыль за период	8 614	9 318	(7,6)%	35 707	21 411	66,8%
Рентабельность по чистой прибыли, %	10,5%	12,3%	(175) б.п.	12,2%	7,7%	452 б.п.

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы

млн руб.	4КВ 2023	4КВ 2022	Изменение	12М 2023	12М 2022	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	9 518	7 893	20,6%	33 687	28 195	19,5%
% от выручки	11,7%	10,4%	124 б.п.	11,5%	10,2%	139 б.п.
Банковские комиссии	1 007	895	12,5%	3 554	2 799	27,0%
% от выручки	1,2%	1,2%	5 б.п.	1,2%	1,0%	21 б.п.
Расходы на аренду	597	650	(8,2)%	1 873	2 289	(18,2)%
% от выручки	0,7%	0,9%	(13) б.п.	0,6%	0,8%	(18) б.п.
Расходы на охрану	552	549	0,5%	2 052	1 897	8,2%

млн руб.	4КВ 2023	4КВ 2022	Изменение	12М 2023	12М 2022	Изменение
% от выручки	0,7%	0,7%	(5) б.п.	0,7%	0,7%	2 б.п.
Расходы на рекламу	301	168	79,2%	941	719	30,9%
% от выручки	0,4%	0,2%	15 б.п.	0,3%	0,3%	6 б.п.
Ремонт и техобслуживание	319	296	7,8%	1 065	1 121	(5,0)%
% от выручки	0,4%	0,4%	(0,01) б.п.	0,4%	0,4%	(4) б.п.
Коммунальные услуги	242	216	12,0%	911	835	9,1%
% от выручки	0,3%	0,3%	1 б.п.	0,3%	0,3%	1 б.п.
Прочие расходы	504	356	41,6%	1 520	1 294	17,5%
% от выручки	0,6%	0,5%	15 б.п.	0,5%	0,5%	5 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	13 040	11 023	18,3%	45 603	39 149	16,5%
% от выручки	16,0%	14,6%	142 б.п.	15,6%	14,1%	152 б.п.
Расходы на LTIP	338	-	-	1 147	-	-
% от выручки	0,4%	0,0%	41 б.п.	0,4%	0,0%	39 б.п.
Амортизация прав пользования	3 041	2 635	15,4%	11 527	10 009	15,2%
% от выручки	3,7%	3,5%	25 б.п.	3,9%	3,6%	34 б.п.
Прочая амортизация	927	813	14,0%	3 611	3 129	15,4%
% от выручки	1,1%	1,1%	6 б.п.	1,2%	1,1%	11 б.п.
Итого SG&A	17 346	14 471	19,9%	61 888	52 287	18,4%
% от выручки	21,2%	19,1%	214 б.п.	21,2%	18,8%	237 б.п.

Выручка Группы в 4 квартале 2023 года выросла на 7,8% г/г и составила 81,7 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 8,0% и оптовой выручки на 6,0%.

В 4 квартале 2023 года **розничная выручка** Компании достигла 72,8 млрд рублей в основном за счет роста сети. Рост **оптовой выручки** до 8,9 млрд рублей связан с открытием новых франчайзинговых магазинов. Доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась на 19 б.п. г/г до 10,9% на фоне ускорения темпов открытия магазинов под управлением Компании.

В 4 квартале 2023 года **валовая прибыль** выросла на 11,7% г/г до 28,8 млрд рублей. **Валовая маржа** увеличилась на 122 б.п. г/г до 35,3% в основном за счет восстановления резерва по недостачам и потерям товаров, а также благодаря эффективной работе с поставщиками.

Благодаря оптимизации процессов доля **транспортных расходов** в выручке практически не изменилась, несмотря на рост тарифов, и составила 1,6% в 4 квартале 2023 года.

Величина восстановления резерва по недостачам и потерям товаров составила 0,2% от выручки по сравнению со списанием запасов в размере 0,9% от выручки в 4 квартале 2022 года, поскольку по итогам проведенной

инвентаризации был установлен более низкий уровень фактических потерь по сравнению с примененными начислениями.

Отношение **SG&A без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке увеличилось на 142 б.п. г/г до 16,0% на фоне роста расходов на персонал, рекламу, банковских комиссий и прочих расходов, а также эффекта отрицательного операционного рычага, что было частично нивелировано сокращением расходов на аренду и охрану.

Увеличению доли **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке на 124 б.п. г/г до 11,7% способствовали индексация заработных плат ввиду высокой конкуренции на рынке труда и повсеместной нехватки рабочей силы, а также рост количества сотрудников в связи с активным открытием новых распределительных центров. Открытие новых РЦ поддерживает программу развития сети, но, в то же время, оказывает давление с точки зрения расходов на персонал и D&A, однако такое давление является временным.

Расходы на LTIP составили 338 млн рублей в 4 квартале 2023 года.

Доля **расходов на D&A** увеличилась на 31 б.п. г/г до 4,9% от выручки. Доля амортизации активов в форме права пользования выросла на 25 б.п. г/г до 3,7% от выручки на фоне увеличения соответствующих активов в связи с расширением сети, а также отрицательного эффекта операционного рычага. Доля прочих расходов на износ и амортизацию увеличилась на 6 б.п. г/г до 1,1% от выручки.

Расходы на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16) снизились на 13 б.п. г/г до 0,7% от выручки (на 14 б.п. г/г до 0,8% 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 4,8% от выручки (на 16 б.п. г/г до 5,4% от розничной выручки), отражая увеличение влияния расходов по договорам аренды с фиксированной ставкой (35% в общем портфеле договоров), которые не зависят от динамики выручки магазинов, и фиксированного компонента договоров с переменной ставкой аренды.

Расходы на банковские комиссии выросли на 5 б.п. г/г до 1,2% от выручки на фоне роста доли платежей с использованием банковских карт.

Расходы на охрану снизились на 5 б.п. г/г до 0,7% от выручки благодаря оптимизации затрат, несмотря на рост конкуренции на рынке труда.

Доля **расходов на ремонт и техобслуживание** практически не изменилась и составила 0,4% от выручки. Рост некоторых затрат на ремонт был нивелирован экономией, достигнутой благодаря формированию запасов расходных материалов в 2022 году.

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 15 б.п. г/г и составила 0,6% от выручки.

Доля **расходов на рекламу** увеличилась на 15 б.п. г/г до 0,4% от выручки в связи с увеличением количества рекламных кампаний.

Доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 214 б.п. г/г до 21,2%. Основные факторы роста: рост в выручке доли расходов на LTIP (+41 б.п.), доли расходов на персонал (+124 б.п.), а также доли расходов на D&A (+31 б.п.).

Доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** сократилась на 18 б.п. г/г до 0,2%, поскольку 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.	4КВ 2023	4КВ 2022	Изменение	12М 2023	12М 2022	Изменение
ЕБИТДА МСФО (IFRS) 16	15 600	15 071	3,5%	53 065	54 198	(2,1)%
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	19,1%	19,9%	(79) б.п.	18,2%	19,5%	(134) б.п.
Расходы на LTIP	338	-	-	1 147	-	-
Скорр. EBITDA МСФО (IFRS) 16	15 938	15 071	5,8%	54 212	54 198	0,03%
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	19,5%	19,9%	(38) б.п.	18,6%	19,5%	(95) б.п.
Расходы на аренду	(3 306)	(2 856)	15,7%	(12 628)	(10 865)	16,2%
Коммунальные услуги	(59)	(54)	9,3%	(223)	(188)	18,9%
Скорр. EBITDA МСФО (IAS) 17	12 573	12 161	3,4%	41 361	43 145	(4,1)%
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	15,4%	16,1%	(66) б.п.	14,2%	15,5%	(137) б.п.
Расходы на LTIP	(338)	-	-	(1 147)	-	-
ЕБИТДА МСФО (IAS) 17	12 235	12 161	0,6%	40 214	43 145	(6,8)%
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	15,0%	16,1%	(107) б.п.	13,8%	15,5%	(176) б.п.

Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 5,8% г/г до 15,9 млрд рублей. **Рентабельность по скорр. EBITDA** снизилась на 38 б.п. г/г и составила 19,5%.

EBITDA по МСФО (IFRS) 16 увеличилась на 3,5% г/г до 15,6 млрд рублей в 4 квартале 2023 года. **Рентабельность по EBITDA** составила 19,1% на фоне роста SG&A расходов (без D&A).

Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 увеличилась на 3,4% г/г до 12,6 млрд рублей в 4 квартале 2023 года. Рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 15,4% по сравнению с 16,1% в 4 квартале 2022 года.

Чистые финансовые доходы в 4 квартале 2023 года составили 177 млн рублей по сравнению с чистыми финансовыми расходами в размере 564 млн рублей в 4 квартале 2022 года на фоне значительного роста процентных доходов по вкладам Группы, что было частично

нивелировано увеличением процентных расходов по кредитам и займам, а также увеличением расходов по арендным обязательствам в связи с ростом процентных ставок.

В 4 квартале 2023 года Группа зафиксировала **чистый доход от курсовых разниц** в размере 16 млн рублей, так как несколько статей баланса, выраженных в иностранной валюте, оказали друг на друга нивелирующий эффект. В 4 квартале 2022 года чистый доход Группы от курсовых разниц составил 1,2 млрд рублей.

Расходы Компании по налогу на прибыль выросли на 8,4% г/г до 3,2 млрд рублей в 4 квартале 2023 года в связи с выплатой разового налога на сверхприбыль в размере 1,0 млрд рублей, введенного Правительством РФ для крупных компаний.

Прибыль за отчетный период снизилась на 7,6% г/г до 8,6 млрд рублей. Рентабельность по чистой прибыли составила 10,5%.

Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	31.12.2023	31.12.2022
Краткосрочные кредиты и займы	10 024	17 576
Долгосрочные кредиты и займы	4 675	4 352
Краткосрочные обязательства по аренде	8 800	7 997
Долгосрочные обязательства по аренде	4 974	4 615
Денежные средства и их эквиваленты	(37 343)	(23 584)
(Чистые денежные средства) / чистый долг	(8 870)	10 956
(Чистые денежные средства) / чистый долг к EBITDA по МСФО (IFRS) 16⁷	(0,2)х	0,2х
Краткосрочные обязательства по аренде	(8 800)	(7 997)
Долгосрочные обязательства по аренде	(4 974)	(4 615)
Чистые денежные средства по МСФО (IAS) 17	(22 644)	(1 656)
Чистые денежные средства к EBITDA по МСФО (IAS) 17	(0,6)х	(0,04)х

Долгосрочные кредиты и займы увеличились на 0,3 млрд рублей с начала года и составили 4,7 млрд рублей. Краткосрочные кредиты и займы с начала года сократились на 43,0% до 10,0 млрд рублей за счет того, что Компания продолжила погашение задолженности на фоне роста процентных ставок, используя накопленные денежные средства. **Общая сумма кредитов и займов** составила 14,7 млрд рублей по сравнению с 21,9 млрд рублей на 31 декабря 2022 года. Обязательства по аренде увеличились до 13,8 млрд рублей по сравнению с 12,6 млрд рублей в начале года за счет увеличения количества договоров аренды на фоне расширения сети. **Общая сумма**

⁷ Здесь и далее при расчете показателей отношения чистого долга / (чистых денежных средств) к EBITDA используется показатель EBITDA за предшествующие 12 месяцев

кредитов, займов и арендных обязательств Компании составила 28,5 млрд рублей, снизившись на 17,6% с начала года.

По состоянию на конец отчетного периода чистые денежные средства Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 значительно выросли и составили 22,6 млрд рублей по сравнению с 1,7 млрд рублей на 31 декабря 2022 года. В результате отношение **чистой денежной позиции к EBITDA по МСФО (IAS) 17** улучшилось до 0,6х по сравнению с 0,04х на 31 декабря 2022 года, что связано с накоплением резервов денежных средств, а также сокращением краткосрочных кредитов и займов.

Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	4КВ 2023	4КВ 2022	12М 2023	12М 2022
Прибыль до налогообложения	11 825	12 279	38 038	37 825
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	14 978	15 774	55 416	56 889
Изменения в оборотном капитале	(1 101)	5 073	(7 476)	(1 688)
Поступление денежных средств от операционной деятельности	13 877	20 847	47 940	55 201
Чистые процентные доходы / (уплаченные проценты)	181	(585)	(493)	(2 852)
Уплаченный налог на прибыль	(3 210)	(1 474)	(8 331)	(15 567)
Чистые денежные средства от операционной деятельности	10 848	18 788	39 116	36 782
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	(1 532)	(5 368)	(6 479)	(11 880)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности	(7 966)	(1 511)	(19 031)	(10 000)
Влияние курсовых разниц на денежные средства и их эквиваленты	12	654	153	(97)
Чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов	1 362	12 563	13 759	14 805

Используя значительные накопленные резервы денежных средств в условиях высоких процентных ставок, в конце 2023 года Компания работала с поставщиками по предоплате в целях улучшения коммерческих условий закупок. Это положительно отразилось на валовой прибыли Группы за отчетный период, но привело к росту **чистого торгового оборотного капитала** до 14,5 млрд рублей (5,0% от выручки) на 31 декабря 2023 года по сравнению с 9,1 млрд рублей (3,3% от выручки) на 31 декабря 2022 года.

Капитальные затраты в 4 квартале 2023 года снизились до 1,5 млрд рублей по сравнению с 6,5 млрд рублей в 4 квартале 2022 года, когда Компания инвестировала в строительство новых распределительных центров.

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 ротирует ассортимент, включающий непродовольственные позиции, дрогери, а также продукты питания по низким фиксированным ценам.

На 31 декабря 2023 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 6 414 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 декабря 2023 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