

КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПАО «ФИКС ПРАЙС» ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2026 ГОДА

Выручка

155,3
млрд руб.

Чистые
открытия

259
магазинов

Валовая маржа

32,8%

EBITDA маржа

10,9%

Чистая прибыль

2,7
млрд руб.

Чистый долг /
EBITDA

по стандарту МСФО (IAS) 17

0,3x

ПАО «ФИКС ПРАЙС» ОБЪЯВЛЯЕТ КЛЮЧЕВЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2 КВАРТАЛ И 1 ПОЛУГОДИЕ 2026 ГОДА

Положительная динамика продаж и рентабельности на фоне успешной адаптации ценностного предложения

27 августа 2026 года, Москва, Россия – ПАО «Фикс Прайс» (МОЕХ: FIXR, «Fix Price», «Компания» или «Группа»), одна из крупнейших в мире и ведущая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные результаты за 1 полугодие 2026 года и финансовые результаты по стандартам МСФО (далее – «МСФО») за 6 месяцев, закончившихся 30 июня 2026 года. Финансовые результаты представлены на основании промежуточной сокращенной консолидированной финансовой информации, подготовленной в соответствии со стандартом МСФО (IAS) 34 «Промежуточная финансовая отчетность» за 6 месяцев, закончившихся 30 июня 2026 года, прошедшей обзорную проверку независимым аудитором.

ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 2 КВАРТАЛ 2026 ГОДА

- Выручка Компании выросла на 6,9% г/г до 82,2 млрд рублей
 - Розничная выручка увеличилась на 8,7% г/г до 73,6 млрд рублей
 - Оптовая выручка составила 8,6 млрд рублей
- Во втором квартале 2026 года LFL средний чек¹ увеличился на 6,0% г/г, а LFL продажи выросли на 3,7% г/г за счет постоянного обновления ассортимента, фокуса на востребованных новинках и персонализированных предложениях для участников программы лояльности. В условиях сдержанного потребительского спроса и повышения рациональности покупок интерес к недорогим полезным товарам поддержал рост среднего чека и улучшение квартальной динамики LFL трафика
- Чистые открытия во втором квартале 2026 года составили 165 магазинов, включая 151 магазин под управлением Компании и 14 франчайзинговых точек. Общее количество магазинов достигло 8 077 (+8,9% г/г) на 30 июня 2026 года

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 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

- В отчетном квартале торговая площадь увеличилась на 36 988 кв. м (+9,0% г/г) и на конец периода составила 1 749 685 кв. м
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности² во втором квартале 2026 года выросло на 0,8 млн до 34,6 млн человек (+12,0% г/г). Доля покупок с картой лояльности достигла 73,6% от розничных продаж (+2,5 п.п. г/г) благодаря повышению вовлеченности покупателей на фоне расширения программ взаимодействия с ними. Средний чек по покупкам с картой лояльности составил 499 рублей, более чем вдвое превысив показатель покупателей без карты (243 рубля)
- Валовая прибыль выросла на 14,2% г/г до 27,7 млрд рублей во 2 квартале 2026 года. Валовая маржа увеличилась на 217 б.п. г/г благодаря эффективному управлению ассортиментом и составила 33,7%
- В отчетном квартале отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP³ и износ и амортизацию (D&A) к выручке составило 21,8% преимущественно за счет увеличения долей расходов на персонал, коммунальные услуги и банковские комиссии, что было частично нивелировано снижением долей расходов на охрану, аренду, ремонт и техническое обслуживание и прочих расходов
- Скорр. EBITDA⁴ по МСФО (IFRS) 16 выросла до 10,0 млрд рублей во 2 квартале 2026 года (+9,4% г/г), а рентабельность по скорр. EBITDA улучшилась на 28 б.п. до 12,2%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 достигла 10,0 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA выросла на 22 б.п. до 12,2%
- Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 5,6 млрд рублей (+4,0% г/г), а рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 – 6,8%
- Чистая прибыль за отчетный период выросла на 15,7% до 2,6 млрд рублей, а рентабельность по чистой прибыли увеличилась на 24 б.п. до 3,1%
- Отношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 на 30 июня 2026 года находилось на консервативном уровне в 0,3х
- Капитальные затраты во 2 квартале 2026 года составили 2,9 млрд рублей (3,6% от выручки) против 2,3 млрд рублей (3,0% от выручки) во 2 квартале 2025 года. Основной объем инвестиций направлен на развитие сети: открытие новых и обновление действующих магазинов, а также вложения в IT и другие инвестиции

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

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 1 ПОЛУГОДИЕ 2026 ГОДА

- Выручка выросла до 155,3 млрд рублей (+4,8% г/г)
 - Розничная выручка увеличилась на 6,7% г/г до 138,2 млрд рублей
 - Оптовая выручка составила 17,1 млрд рублей
- В 1 полугодии 2026 года LFL продажи выросли на 1,8% г/г на фоне роста среднего чека на 5,9% г/г, что отражает укрепление ценностного предложения за счет более эффективной работы с товарными категориями
- За шесть месяцев 2026 года чистый прирост сети составил 259 магазинов, при этом количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 232, а франчайзинговых точек – на 27. В результате на конец отчетного периода совокупное количество магазинов Компании составило 8 077
- Общая торговая площадь магазинов Компании выросла на 58 086 кв. м и составила 1 749 685 кв. м на 30 июня 2026 года
- За 1 полугодие 2026 года общее количество зарегистрированных участников программы лояльности увеличилось на 1,7 млн и достигло 34,6 млн человек. Доля покупок с использованием карты лояльности выросла на 4,9 п.п. и составила 74,0% от общего объема розничных продаж
- Валовая прибыль увеличилась на 10,2% г/г до 51,0 млрд рублей. Валовая маржа выросла на 161 б.п. г/г и составила 32,8%
- В отчетном периоде отношение SG&A расходов (без учета расходов на LTIP и D&A) к выручке составило 22,1%
- Скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16 достигла 17,1 млрд рублей в первом полугодии 2026 года, а рентабельность по скорр. EBITDA – 11,0%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 17,0 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 10,9%
- Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 8,3 млрд рублей, а рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 – 5,4%
- Чистая прибыль за отчетный период составила 2,7 млрд рублей при рентабельности по чистой прибыли на уровне 1,8%
- В 1 полугодии 2026 года капитальные затраты незначительно увеличились до 4,5 млрд рублей (2,9% от выручки) по сравнению с 4,4 млрд рублей (3,0% от выручки) за аналогичный период прошлого года

ДИВИДЕНДЫ

- 8 мая 2026 года на внеочередном Общем собрании акционеров принято [решение](#) о выплате дивидендов по обыкновенным акциям ПАО «Фикс Прайс».

Общая сумма, направленная на выплату дивидендов, составила 11 млрд рублей, или 0,11 рубля на одну обыкновенную акцию (до вычета применимых налогов и сборов), что соответствует 98% чистой прибыли по МСФО за 2025 год и существенно превышает ориентир, определенный в дивидендной политике Компании как не менее 50% чистой прибыли по МСФО.

Дата, на которую определялись лица, имеющие право на получение дивидендов: 19 мая 2026 года

- В силу особенностей внутригруппового распределения прибыли в материалах к внеочередному Общему собранию источником этих выплат была указана чистая прибыль Компании за первый квартал 2026 года, являющаяся частью нераспределенной прибыли, доступной для распределения. В связи с этим, на годовом заседании Общего собрания акционеров, которое состоялось 22 июня 2026 года, было принято решение прибыль ПАО «Фикс Прайс» по результатам 2025 года не распределять, дивиденды не выплачивать

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 2 КВАРТАЛА 2026 ГОДА

- 29 мая 2026 года ПАО «Фикс Прайс» [объявило о запуске](#) второго этапа программы выкупа акций («Программа»), проводимого своим дочерним обществом ООО «Бэст Прайс» («Покупатель») на Московской бирже.

Общий объем выкупа может составить не более 1% акционерного капитала ПАО «Фикс Прайс», что эквивалентно 1 млрд акций.

Акции могут приобретаться на открытом рынке в течение 12 месяцев начиная с 1 июня 2026 года, если действие Программы не будет продлено или прекращено раньше по решению Покупателя.

Приобретенные ценные бумаги могут быть использованы Покупателем, среди прочего, для передачи сотрудникам в рамках программы долгосрочной мотивации или других мотивационных механизмов.

В рамках первого этапа Программы, запущенного 1 сентября 2025 года, было выкуплено 300 млн акций ПАО «Фикс Прайс». Впоследствии 250 млн акций было [передано](#) сотрудникам в рамках LTIP, что составляет 0,25% от акционерного капитала ПАО «Фикс Прайс».

В рамках второго этапа было выкуплено 93,9 млн акций по состоянию на 26 августа 2026 года

- В отчетном периоде ПАО «Фикс Прайс» [запустило](#) совместно с Т-Банком новую программу лояльности, ориентированную на покупателей и частных инвесторов. В рамках инициативы инвесторы, в портфеле которых не менее 35 000 акций Компании, получают «Карту инвестора» с максимальным уровнем привилегий, а покупатели сети могут получить пакет акций при выполнении условий по объему покупок

Во втором квартале 2026 года мы наблюдали усиление тренда на рациональное потребление на фоне высоких инфляционных ожиданий и замедления роста доходов населения. В этих условиях растет привлекательность магазинов Fix Price: невысокая стоимость товаров снижает психологический барьер и поддерживает интерес к небольшим импульсным покупкам. Благодаря этим трендам, а также последовательной работе над ценностным предложением сети, LFL продажи в отчетном периоде вернулись в положительную зону – +3,7% год к году – за счет улучшения поквартальной динамики трафика при сохранении устойчивого роста среднего чека.

Fix Price продолжает расширять свое присутствие, делая качественные и разнообразные товары доступными для всё большего числа покупателей. Так, во втором квартале мы обеспечили чистый прирост на 165 магазинов и вышли в 25 новых населенных пунктов; мы также подтверждаем годовой прогноз по росту сети примерно на 600 магазинов в 2026 году. Отмечу, что общий потенциал рынка остается значительным и создает возможности для более чем двукратного увеличения нашего присутствия: по оценкам INFOline, емкость формата низких фиксированных цен составляет 15 600 магазинов в России и 18 600 – с учетом Казахстана и Беларуси.

В отчетном периоде мы продолжили развивать ассортимент, ориентируясь на актуальные тенденции потребительского спроса. Системная работа в области категорийного менеджмента во втором квартале 2026 года позволила увеличить валовую маржу на 2,2 п.п. год к году – до 33,7%. Параллельно мы проводили реновацию магазинов и повышали качество сервиса, в том числе с помощью видео- и аудио-аналитики торгового зала.

Программа лояльности остается важным инструментом вовлечения покупателей. К концу второго квартала число ее участников в России достигло 34,6 млн человек, увеличившись на 12% год к году, а доля покупок с бонусной картой выросла до 73,6% от продаж благодаря прицельной работе с различными сегментами нашей аудитории. В июне совместно с Т-Банком мы запустили [программу](#) лояльности, объединяющую покупателей сети и частных инвесторов: владельцы не менее 35 000 наших акций могут получить «Карту инвестора» с максимальным набором привилегий, а покупатели – стать акционерами Компании при выполнении простых условий.

На фоне сохраняющейся напряженности на рынке труда мы сохраняем фокус на повышении операционной эффективности. В отчетном периоде мы запустили [пилот AI-ассистента](#) для заведующих магазинами, начали внедрение собственного [сервиса](#) для контроля наличия товаров и корректности ценников, а также расширили [программы обучения](#) сотрудников по работе с новыми технологиями. Такие решения позволяют сократить объем рутинных операций, освобождая время персонала для работы с покупателями.

Благодаря росту валовой прибыли показатель EBITDA во втором квартале увеличился на 8,9% год к году – до 10 млрд рублей. Рентабельность по EBITDA на уровне 12,2% остается одной из самых высоких в секторе. При этом мы развиваем сеть преимущественно за счет собственных средств, сохраняя консервативный подход к управлению балансом: отношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 на 30 июня 2026 года составило 0,3х.

Соблюдение интересов акционеров остается в числе наших неизменных приоритетов. Во втором квартале были объявлены первые дивиденды ПАО «Фикс Прайс» – 11 млрд рублей, или 0,11 рубля на акцию. Это соответствует 98% чистой прибыли по МСФО за 2025 год и существенно превышает ориентир в 50%, рекомендованный нашей дивидендной политикой. В первом полугодии текущего года в рамках программы долгосрочной мотивации мы [передали](#) сотрудникам 250 млн акций ПАО «Фикс Прайс», чтобы усилить связь между интересами ключевых сотрудников и акционеров. 29 мая Компания объявила о запуске [второго этапа](#) программы обратного выкупа акций, которые также могут быть направлены на долгосрочную мотивацию ключевых сотрудников.

В заключение хочу поблагодарить нашу команду и партнеров за вклад в развитие Компании, а покупателей и инвесторов – за доверие. Мы продолжим расширять сеть, повышать операционную эффективность и укреплять наше ценностное предложение, чтобы каждый день делать полезные и приятные мелочи доступными для миллионов покупателей в России и других странах нашего присутствия.

Владимир Погонин, Генеральный директор ПАО «Фикс Прайс»

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	30.06.2026	31.12.2025	30.06.2025
Общее количество магазинов	8 077	7 818	7 417
Россия	7 222	6 999	6 652
Казахстан	408	392	368
Беларусь	396	375	351
Узбекистан	28	27	24
Грузия	10	9	6
Армения	7	7	5
Кыргызстан	4	6	7
Монголия	2	3	4
Количество магазинов под управлением Компании	6 623	6 391	6 048
Россия	6 623	6 391	6 048
Количество франчайзинговых магазинов	1 454	1 427	1 369
Россия	599	608	604
Казахстан	408	392	368
Беларусь	396	375	351
Узбекистан	28	27	24
Грузия	10	9	6
Армения	7	7	5
Кыргызстан	4	6	7
Монголия	2	3	4
Торговая площадь (кв. м)	1 749 685	1 691 600	1 605 463
Магазины под управлением Компании	1 424 717	1 372 564	1 298 502
Франчайзинговые магазины	324 968	319 036	306 961

Динамика магазинов под управлением Компании

	2КВ 2026	2КВ 2025	6М 2026	6М 2025
Общее количество открытых магазинов	202	184	319	326
Количество закрытых магазинов	51	35	87	76
Чистый прирост количества магазинов	151	149	232	250

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Расширение сети магазинов

- На 30 июня 2026 года сеть насчитывала 8 077 магазинов, увеличившись на 8,9% г/г. Доля торговых точек под управлением Компании достигла 82,0% от общего числа магазинов, прибавив 46 б.п. г/г
- Чистый прирост сети во втором квартале 2026 года составил 165 магазинов, включая 151 магазин под управлением Компании и 14 франчайзинговых магазинов
- Расширение сети во 2 квартале 2026 года было сосредоточено на ключевых рынках присутствия: на Россию пришлось 88% всех чистых открытий (145 магазинов), на Беларусь – 8% (13 магазинов), на Казахстан – 5% (9 магазинов)⁵
- Торговая площадь увеличилась на 36 988 кв. м, или на 9,0% г/г, и достигла 1 749 685 кв. м, при этом средняя торговая площадь магазина во 2 квартале 2026 года составила 217 кв. м
- Компания расширила географию присутствия, начав операционную деятельность в 25 новых населенных пунктах во 2 квартале 2026 года. На отчетную дату сеть была представлена в 8 странах

Динамика LFL продаж

- Во втором квартале 2026 года LFL продажи Компании увеличились на 3,7% г/г. Рост был обеспечен постоянным обновлением продуктовой линейки и фокусом на наиболее востребованных позициях. Замедление роста доходов населения создает предпосылки для повышения рациональности в принятии покупательских решений, при этом импульсные покупки остаются заметной частью поведения потребителей и смещаются в ценовые сегменты, на которые ориентировано предложение Компании
- Растущая привлекательность ассортимента, персонализированные промо-акции для участников программы лояльности, а также взвешенная работа с ценовой линейкой положительно повлияли на динамику LFL среднего чека, который вырос на 6,0% г/г. В отчетном периоде были также зафиксированы первые признаки стабилизации LFL трафика: темп снижения к прошлому году замедлился до -2,2%

Ассортимент и товарные категории

- Во 2 квартале 2026 года доля продовольственных товаров в структуре розничных продаж увеличилась до 31,5% по сравнению с 30,8% годом ранее, что связано с высоким откликом покупателей на актуальные продуктовые новинки
- Доля непродовольственных товаров в розничных продажах составила 42,9% по сравнению с 43,9% во 2 квартале 2025 года. В свою очередь, доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики

⁵ Сумма представленных долей может не равняться 100%, так как включает данные не по всем странам присутствия Компании

в розничных продажах выросла до 25,6% по сравнению с 25,4% во 2 квартале 2025 года

- Расширение ассортимента импортной продукции способствовало увеличению доли импорта в структуре розничных продаж до 23,7% во 2 квартале 2026 года по сравнению с 22,3% во 2 квартале 2025 года
- В рамках постепенной эволюции категорий доля товаров стоимостью выше 100 рублей составила 74,0% в розничных продажах сети по сравнению с 71,5% во 2 квартале 2025 года, а доля товаров стоимостью от 200 рублей в розничных продажах выросла до 23,8% по сравнению с 21,5% во 2 квартале 2025 года
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос до 376 рублей во втором квартале 2026 года (+ 6,0% г/г)

Развитие программы лояльности

- Программа лояльности остается стратегическим драйвером покупательской вовлеченности. К концу отчетного квартала общее число зарегистрированных участников в России достигло 34,6 млн человек, увеличившись на 12,0% г/г
- Количество новых участников, присоединившихся к программе лояльности во втором квартале 2026 года, составило 0,8 млн человек. Доля активных держателей карт лояльности ⁶ среди участников программы составила 42,2%⁷
- Доля покупок с картой лояльности увеличилась до 73,6% от розничных продаж (по сравнению с 71,1% во 2 квартале 2025 года) на фоне регулярных обновлений персонализированных предложений и таргетированных рекламных кампаний для участников программы
- Средний чек по покупкам с картой лояльности составил 499 рублей, более чем вдвое превысив средний чек покупателей без карты (243 рубля), что демонстрирует более высокую вовлеченность лояльных покупателей

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

⁷ Изменение методики расчета: со 2 квартала 2024 года в общем количестве зарегистрированных участников программы учитываются держатели виртуальных карт лояльности в России

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2 КВАРТАЛ И 1 ПОЛУГОДИЕ 2026 ГОДА

Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	2КВ 2026	2КВ 2025	Изменение	6М 2026	6М 2025	Изменение
Выручка	82 218	76 917	6,9%	155 335	148 216	4,8%
Розничная выручка	73 593	67 714	8,7%	138 188	129 540	6,7%
Оптовая выручка	8 625	9 203	(6,3)%	17 147	18 676	(8,2)%
Себестоимость продаж	(54 474)	(52 630)	3,5%	(104 309)	(101 909)	2,4%
Валовая прибыль	27 744	24 287	14,2%	51 026	46 307	10,2%
Валовая маржа, %	33,7%	31,6%	217 б.н.	32,8%	31,2%	161 б.н.
SG&A (без LTIP и D&A)	(17 896)	(15 292)	17,0%	(34 286)	(30 183)	13,6%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	192	181	6,1%	345	316	9,2%
Скорр. EBITDA⁸	10 040	9 176	9,4%	17 085	16 440	3,9%
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	12,2%	11,9%	28 б.н.	11,0%	11,1%	(9) б.н.
EBITDA	9 991	9 175	8,9%	16 961	16 364	3,6%
Рентабельность по EBITDA, %	12,2%	11,9%	22 б.н.	10,9%	11,0%	(12) б.н.
D&A	(5 376)	(4 647)	15,7%	(10 302)	(9 039)	14,0%
Операционная прибыль	4 615	4 528	1,9%	6 659	7 325	(9,1)%
Операционная маржа, %	5,6%	5,9%	(27) б.н.	4,3%	4,9%	(66) б.н.
Чистые финансовые расходы	(1 290)	(1 366)	(5,6)%	(2 511)	(2 737)	(8,3)%
Доход / (Убыток) от курсовых разниц, нетто	135	(113)	н/д	(379)	854	н/д
Прибыль до налогообложения	3 460	3 049	13,5%	3 769	5 442	(30,7)%
Расход по налогу на прибыль	(907)	(842)	7,7%	(1 040)	(1 542)	(32,6)%
Прибыль за период	2 553	2 207	15,7%	2 729	3 900	(30,0)%
Рентабельность по чистой прибыли, %	3,1%	2,9%	24 б.н.	1,8%	2,6%	(87) б.н.

⁸ Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP

Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы⁹

млн руб.	2КВ 2026	2КВ 2025	Изменение	6М 2026	6М 2025	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	15 073	12 466	20,9%	28 270	24 519	15,3%
% от выручки	18,3%	16,2%	213 б.н.	18,2%	16,5%	166 б.н.
Банковские комиссии	646	558	15,8%	1 234	1 073	15,0%
% от выручки	0,8%	0,7%	6 б.н.	0,8%	0,7%	7 б.н.
Расходы на аренду	411	427	(3,7)%	700	756	(7,4)%
% от выручки	0,5%	0,6%	(6) б.н.	0,5%	0,5%	(6) б.н.
Расходы на охрану	277	362	(23,5)%	554	780	(29,0)%
% от выручки	0,3%	0,5%	(13) б.н.	0,4%	0,5%	(17) б.н.
Расходы на рекламу	168	130	29,2%	428	344	24,4%
% от выручки	0,2%	0,2%	4 б.н.	0,3%	0,2%	4 б.н.
Ремонт и техобслуживание	316	334	(5,4)%	783	660	18,6%
% от выручки	0,4%	0,4%	(5) б.н.	0,5%	0,4%	6 б.н.
Коммунальные услуги	365	244	49,6%	746	518	44,0%
% от выручки	0,4%	0,3%	13 б.н.	0,5%	0,3%	13 б.н.
Прочие расходы	640	771	(17,0)%	1 571	1 533	2,5%
% от выручки	0,8%	1,0%	(22) б.н.	1,0%	1,0%	(2) б.н.
SG&A (без LTIP и D&A)	17 896	15 292	17,0%	34 286	30 183	13,6%
% от выручки	21,8%	19,9%	189 б.н.	22,1%	20,4%	171 б.н.
Расходы на LTIP	49	1	48x	124	76	63,2%
% от выручки	0,1%	0,0%	6 б.н.	0,1%	0,1%	3 б.н.
Амортизация активов в форме права пользования	3 611	3 177	13,7%	6 894	6 128	12,5%
% от выручки	4,4%	4,1%	26 б.н.	4,4%	4,1%	30 б.н.
Прочая амортизация	1 765	1 470	20,1%	3 408	2 911	17,1%
% от выручки	2,1%	1,9%	24 б.н.	2,2%	2,0%	23 б.н.
Итого SG&A	23 321	19 940	17,0%	44 712	39 298	13,8%
% от выручки	28,4%	25,9%	244 б.н.	28,8%	26,5%	227 б.н.

Выручка Группы во 2 квартале 2026 года выросла до 82,2 млрд рублей (+6,9% г/г) на фоне роста розничной выручки на 8,7%.

Розничная выручка Компании составила 73,6 млрд рублей в основном благодаря открытию новых магазинов. **Оптовая выручка** составила 8,6 млрд рублей, при этом доля оптовой выручки в общей выручке сети снизилась до 10,5% по сравнению с 12,0% во 2 квартале 2025 года на фоне увеличения доли магазинов под управлением Компании.

⁹ Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

Валовая прибыль выросла на 14,2% г/г до 27,7 млрд рублей. **Валовая маржа** увеличилась на 217 б.п. г/г благодаря эффективному управлению ассортиментом и составила 33,7%.

Доля **транспортных расходов** в выручке увеличилась на 8 б.п. г/г до 2,2% на фоне расширения географии доставки.

Списание запасов во 2 квартале 2026 года составило 0,9% от выручки, увеличившись на 26 б.п. г/г вследствие более высокого уровня начислений, сформированных по итогам инвентаризации за 2025 год.

Отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке выросло на 189 б.п. г/г до 21,8% в основном за счет увеличения долей расходов на персонал, коммунальные услуги и банковские комиссии, что было частично компенсировано снижением долей расходов на охрану, аренду, ремонт и техническое обслуживание, а также прочих расходов в выручке.

Доля **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке увеличилась на 213 б.п. г/г до 18,3% на фоне индексации заработных плат сотрудников магазинов в условиях сохраняющейся напряженности на рынке труда.

Начисления по **расходам на LTIP** во 2 квартале 2026 года составили 49 млн рублей.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** во 2 квартале 2026 года увеличилась на 50 б.п. г/г до 6,5% от выручки, что связано главным образом с расширением сети. Доля **амортизации активов в форме права пользования** выросла на 26 б.п. г/г до 4,4% от выручки. Доля **прочих расходов на износ и амортизацию** увеличилась на 24 б.п. г/г до 2,1% от выручки.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16)** снизилась на 6 б.п. г/г до 0,5% от выручки (на 7 б.п. г/г до 0,6% от розничной выручки), что связано с замедлением темпов роста выручки на один магазин и, как следствие, меньшим влиянием переменного компонента в структуре арендных платежей.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17)** увеличилась на 40 б.п. г/г до 5,8% от выручки (на 35 б.п. г/г до 6,5% от розничной выручки). Динамика связана в первую очередь с ростом ставок по договорам аренды.

Доля **расходов на охрану** снизилась на 13 б.п. г/г до 0,3% от выручки в результате системной работы Компании по оптимизации затрат.

Доля **расходов на ремонт и техобслуживание** сократилась на 5 б.п. г/г и составила 0,4% от выручки, а доля **расходов на банковские комиссии** увеличилась на 6 б.п. г/г до 0,8% от выручки.

Доля **расходов на коммунальные услуги** выросла на 13 б.п. г/г до 0,4% от выручки, а доля **расходов на рекламу** практически не изменилась и составила 0,2% от выручки.

Доля **прочих расходов** сократилась на 22 б.п. до 0,8% от выручки.

В отчетном квартале доля **общих SG&A расходов** в выручке увеличилась на 244 б.п. г/г до 28,4% на фоне роста долей расходов на персонал без учета LTIP (+213 б.п.) и износ и амортизацию (+50 б.п.), что было частично нивелировано сокращением долей расходов на охрану, аренду, ремонт и техническое обслуживание, а также прочих расходов в выручке.

В отчетном квартале доля **прочих операционных доходов и доходов от участия в других организациях** осталась практически неизменной г/г и составила 0,2% от выручки.

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

млн руб.	2КВ 2026	2КВ 2025	Изменение	6М 2026	6М 2025	Изменение
EBITDA (МСФО (IFRS) 16)	9 991	9 175	8,9%	16 961	16 364	3,6%
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	12,2%	11,9%	22 б.п.	10,9%	11,0%	(12) б.п.
Расходы на LTIP	49	1	48x	124	76	63,2%
Скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16)	10 040	9 176	9,4%	17 085	16 440	3,9%
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IFRS) 16), %</i>	12,2%	11,9%	28 б.п.	11,0%	11,1%	(9) б.п.
Расходы на аренду	(4 366)	(3 731)	17,0%	(8 571)	(7 276)	17,8%
Коммунальные услуги	(89)	(74)	20,3%	(172)	(141)	22,0%
Скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17)	5 585	5 371	4,0%	8 342	9 023	(7,5)%
<i>Рентабельность по скорр. EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	6,8%	7,0%	(19) б.п.	5,4%	6,1%	(72) б.п.
Расходы на LTIP	(49)	(1)	48x	(124)	(76)	63,2%
EBITDA (МСФО (IAS) 17)	5 536	5 370	3,1%	8 218	8 947	(8,1)%
<i>Рентабельность по EBITDA (МСФО (IAS) 17), %</i>	6,7%	7,0%	(25) б.п.	5,3%	6,0%	(75) б.п.

Во 2 квартале 2026 года **скорр. EBITDA по МСФО (IFRS) 16** выросла на 9,4% г/г и составила 10,0 млрд рублей благодаря росту валовой прибыли и снижению прочих расходов, а также затрат на охрану и ремонт и техобслуживание. **Рентабельность по скорр. EBITDA** увеличилась до 12,2% по сравнению с 11,9% во 2 квартале 2025 года.

EBITDA по МСФО (IFRS) 16 достигла 10,0 млрд рублей. **Рентабельность по EBITDA** выросла на 22 б.п. до 12,2%.

Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 выросла на 4,0% г/г и составила 5,6 млрд рублей, а **рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17** – 6,8%.

Чистые финансовые расходы во 2 квартале 2026 года сократились до 1,3 млрд рублей по сравнению с 1,4 млрд рублей в аналогичном периоде прошлого года. Динамика обусловлена снижением процентных ставок и совокупного объема кредитного портфеля Компании, что было частично нивелировано ростом расходов по арендным обязательствам.

Во 2 квартале 2026 года Группа зафиксировала **прибыль от курсовых разниц** в размере 135 млн рублей по сравнению с убытком в размере 113 млн рублей во 2 квартале 2025 года преимущественно за счет прибыли от переоценки торговой кредиторской задолженности в юанях, сформировавшейся у Группы на фоне укрепления курса рубля.

Расходы Компании по налогу на прибыль увеличились на 7,7% г/г до 0,9 млрд рублей во 2 квартале 2026 года в связи с более высокой налогооблагаемой базой в отчетном периоде.

Во 2 квартале 2026 года **чистая прибыль** Компании увеличилась на 15,7% до 2,6 млрд рублей. **Рентабельность по чистой прибыли** составила 3,1%.

Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	30.06.2026	31.12.2025	30.06.2025
Краткосрочные кредиты и займы	7 700	9 131	8 998
Долгосрочные кредиты и займы	1 332	3 436	3 334
Краткосрочные обязательства по аренде	12 876	11 730	10 080
Долгосрочные обязательства по аренде	14 973	11 829	7 923
Денежные средства и их эквиваленты	(2 888)	(9 505)	(2 528)
Чистый долг	33 993	26 621	27 807
Чистый долг к EBITDA¹⁰ по МСФО (IFRS) 16	0,9х	0,7х	0,7х
Краткосрочные обязательства по аренде	(12 876)	(11 730)	(10 080)
Долгосрочные обязательства по аренде	(14 973)	(11 829)	(7 923)
Чистый долг по МСФО (IAS) 17	6 144	3 062	9 804
Чистый долг к EBITDA по МСФО (IAS) 17	0,3х	0,1х	0,3х

Краткосрочные кредиты и займы с начала года сократились на 1,4 млрд рублей до 7,7 млрд рублей, отражая стремление Компании к снижению долговой нагрузки в условиях сохраняющихся высоких процентных ставок. Долгосрочные кредиты и займы также сократились с 3,4 млрд рублей на начало года до 1,3 млрд рублей к концу 2 квартала 2026 года. В результате **общая сумма кредитов и займов** снизилась до 9,0 млрд рублей (против 12,6 млрд рублей на 31 декабря 2025 года). При этом объем **обязательств по аренде** к концу отчетного периода увеличился до 27,8 млрд рублей по сравнению с 23,6 млрд рублей на начало года. Такая динамика связана с расширением сети, повышением арендных ставок, а также со стремлением Компании заключать договоры на более продолжительный срок. **Общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании выросла на 2,1% с начала 2026 года и составила 36,9 млрд рублей.

Чистый долг Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 на 30 июня 2026 года составил 6,1 млрд рублей против 3,1 млрд рублей на 31 декабря 2025 года.

¹⁰ Здесь и далее при расчете показателей отношения чистого долга / (чистых денежных средств) к EBITDA используется показатель EBITDA за предшествующие 12 месяцев

При этом отношение **чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17** находилось на консервативном уровне в 0,3х.

Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	2КВ 2026	2КВ 2025	6М 2026	6М 2025
Прибыль до налогообложения	3 460	3 049	3 769	5 442
Денежные средства, полученные от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	10 803	9 673	18 527	17 413
Изменения в оборотном капитале	5 951	(114)	3 996	(378)
Чистые денежные потоки от операций	16 754	9 559	22 523	17 035
Чистые уплаченные проценты	(1 278)	(1 388)	(2 435)	(2 803)
Налог на прибыль уплаченный	(84)	(74)	(1 557)	(1 582)
Денежные средства, полученные от операционной деятельности	15 392	8 097	18 531	12 650
Чистые денежные потоки, использованные в инвестиционной деятельности	(2 925)	(2 268)	(4 496)	(4 346)
Чистые денежные потоки, использованные в финансовой деятельности	(12 924)	(5 344)	(20 637)	(12 100)
Влияние изменений обменного курса на денежные средства и их эквиваленты	(8)	(14)	(15)	(162)
Чистое (уменьшение) / увеличение денежных средств и их эквивалентов	(465)	471	(6 617)	(3 958)

Чистый торговый оборотный капитал¹¹ Группы улучшился на фоне эффективного управления ассортиментом и ускорения темпов роста продаж, составив 20,6 млрд рублей (6,4% от выручки)¹² на 30 июня 2026 года по сравнению с 26,4 млрд рублей (8,6% от выручки) на 30 июня 2025 года.

Во 2 квартале 2026 года **капитальные затраты** выросли до 2,9 млрд рублей (3,6% от выручки) по сравнению с 2,3 млрд рублей (3,0% от выручки) во 2 квартале 2025 года. Основной объем инвестиций традиционно направлен на развитие сети: открытие новых магазинов, обновление существующих, а также вложения в IT и прочие инвестиции.

¹¹ Чистый торговый оборотный капитал рассчитывается как сумма величины запасов, дебиторской задолженности и прочих финансовых активов за вычетом кредиторской задолженности и прочих финансовых обязательств

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

О КОМПАНИИ

ПАО «Фикс Прайс» (МОЕХ: FIXR) – 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 30 июня 2026 года сеть магазинов ПАО «Фикс Прайс» насчитывала 8 077 магазинов в России и других странах, в каждом из которых представлены порядка 2 000 позиций в примерно 20 товарных категориях. Ассортимент Fix Price включает товары собственных торговых марок Компании, ведущих мировых брендов и местных производителей. На 30 июня 2026 года Компания управляла 12 распределительными центрами и работала в 81 регионе России и на территории 7 других стран.

В 2025 году выручка Компании составила 313,3 млрд руб., EBITDA – 38,8 млрд руб., чистая прибыль – 11,2 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

КОНТАКТЫ

Отдел Fix Price по связям с инвесторами

Елена Миронова
investors@fix-price.ru

Отдел Fix Price по связям со СМИ

Екатерина Макурина
pr@fix-price.ru