

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

Выручка

**73,1**  
млрд руб.

Чистые  
открытия

**94**  
магазина

Валовая маржа

**31,8%**

ЕБИТДА маржа

**9,5%**

Чистая прибыль

**176**  
млн руб.

Чистый долг /  
ЕБИТДА

по стандарту МСФО (IAS) 17

**0,2x**

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

## Финансовая устойчивость, развитие востребованных категорий и взвешенная экспансия

**30 апреля 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 и финансовые результаты по стандартам МСФО (далее – «МСФО») на основании управленческой отчетности за 1 квартал 2026 года, закончившийся 31 марта 2026 года.

### ОСНОВНЫЕ ОПЕРАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 1 КВАРТАЛ 2026 ГОДА

- В 1 квартале 2026 года выручка увеличилась на 2,5% г/г до 73,1 млрд рублей
  - Розничная выручка выросла на 4,5% г/г до 64,6 млрд рублей
  - Оптовая выручка составила 8,5 млрд рублей
- В 1 квартале 2026 года LFL средний чек<sup>1</sup> увеличился на 5,8% благодаря эффективной работе с ассортиментом и специальным предложениям для участников программы лояльности. На динамику LFL продаж положительно повлияли высокий спрос на продукты питания, обусловленный вводом в ассортимент новых трендовых товаров, в том числе азиатских новинок и полезных продуктов, а также некоторое восстановление спроса в определенных непродовольственных категориях. Это позволило почти полностью нивелировать снижение LFL трафика, а LFL продажи снизились на 0,3%
- В отчетном периоде Компания увеличила сеть на 94 магазина (чистые открытия), при этом количество магазинов под управлением Компании выросло на 81, а количество франчайзинговых магазинов – на 13. На 31 марта 2026 года общее количество магазинов Компании достигло 7 912 (+9,4% г/г)
- В отчетном квартале торговая площадь увеличилась на 21 097 кв. м и составила 1 712 697 кв. м на 31 марта 2026 года

<sup>1</sup> Здесь и далее сопоставимые (LFL) продажи, средний чек и количество чеков рассчитываются на основании результатов работы магазинов под управлением Fix Price, которые проработали в течение как минимум 12 полных календарных месяцев, предшествующих отчетной дате. LFL продажи и средний чек рассчитаны на основании розничных продаж с учетом НДС. Показатели LFL не учитывают магазины, которые были временно закрыты в течение семи и более дней подряд за отчетный и/или сопоставимый периоды

- Количество зарегистрированных участников программы лояльности<sup>2</sup> в 1 квартале 2026 года увеличилось почти на 0,9 млн человек и на 31 марта 2026 года составило 33,8 млн человек (+13,0% г/г). Доля покупок с картой лояльности выросла до 74,6% от розничной выручки по сравнению с 67,1% в 1 квартале 2025 года благодаря таргетированным рекламным кампаниям и персонализированным предложениям для участников программы. Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 490 рублей, что почти вдвое выше среднего чека покупателей, не использующих карту (248 рублей)
- В 1 квартале 2026 года валовая прибыль выросла на 5,7% г/г до 23,3 млрд рублей. Валовая маржа увеличилась на 96 б.п. г/г до 31,8%. Увеличение доли транспортных расходов и величины списания запасов в выручке было компенсировано улучшением закупочных условий благодаря тщательному управлению ассортиментом
- Отношение коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP<sup>3</sup> и износ и амортизацию (D&A) к выручке увеличилось до 22,4%, в основном за счет увеличения доли расходов на персонал, ремонт и техобслуживание, коммунальные услуги, банковские комиссии, рекламу и прочих расходов, что было частично нивелировано сокращением доли расходов на охрану и аренду
- В 1 квартале 2026 года скорр. EBITDA<sup>4</sup> по МСФО (IFRS) 16 составила 7,0 млрд рублей, а рентабельность по скорр. EBITDA была на уровне 9,6%
- EBITDA по МСФО (IFRS) 16 составила 7,0 млрд рублей, а рентабельность по EBITDA – 9,5%
- Скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 составила 2,8 млрд рублей, а рентабельность по скорр. EBITDA по МСФО (IAS) 17 – 3,8%
- Чистая прибыль за отчетный период составила 176 млн рублей
- Отношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 на 31 марта 2026 года находилось на консервативном уровне в 0,2х
- В 1 квартале 2026 года капитальные затраты составили 1,6 млрд рублей (2,2% от выручки) против 2,1 млрд рублей (2,9% от выручки) в 1 квартале 2025 года. Основная часть расходов была связана с открытием новых и реновацией существующих магазинов, вложениями в IT и прочими инвестициями

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

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

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

## ДИВИДЕНДЫ

- 3 апреля 2026 года Совет директоров [рекомендовал](#) Общему собранию акционеров ПАО «Фикс Прайс» выплатить дивиденды в размере 11 млрд рублей или 11 копеек на одну обыкновенную акцию, что соответствует 98% чистой прибыли по МСФО за 2025 год и существенно превышает ориентир в 50% чистой прибыли по МСФО, определенный в дивидендной политике Компании.

Это предложение будет рассмотрено [внеочередным Общим собранием акционеров](#), которое состоится 8 мая 2026 года.

Предполагаемая дата, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов, – 19 мая 2026 года

С начала 2026 года в условиях сохраняющегося инфляционного давления и замедления темпов роста реальных располагаемых доходов, а также повсеместного удорожания товаров мы наблюдаем усиление тренда на рациональное потребление на российском рынке. Поэтому сохранение низких цен на полках оставалось нашим приоритетом, чтобы покупатели с любым уровнем дохода могли порадовать себя качественными и полезными товарами для повседневной жизни. При этом скрупулезная работа с ассортиментом и поставщиками позволила не только удержать ценовое позиционирование, но и улучшить валовую маржу на 1 п.п. до 31,8% в отчетном периоде.

Мы продолжаем активно развивать востребованные категории в соответствии с трендами: в числе бестселлеров – модные азиатские новинки и полезные продукты, которые мы привозим одними из первых и по лучшим ценам. Главным драйвером продаж по-прежнему остаются продукты питания, тогда как непродовольственный сегмент в целом продолжает находиться под давлением. Вместе с тем, во второй половине первого квартала мы увидели первые признаки восстановления сопоставимых продаж в таких непродовольственных категориях, как одежда, товары для праздников, сезонные товары, декор, инструменты и товары для животных, и в апреле этот тренд продолжился, вкупе с дальнейшим улучшением валовой маржи, что создает основу для поддержки темпов роста выручки и маржинальности.

По оценкам INFOline, на рынке остается значительный потенциал для расширения формата низких фиксированных цен: 15 600 магазинов в России и 18 600 магазинов с учетом Казахстана и Беларуси.

Компания продолжает расширять свое присутствие, в том числе в удаленных регионах, открывая жителям небольших городов доступ к полезным и разнообразным товарам по доступным ценам. В 2026 году мы планируем открыть около 600 новых магазинов и обновить еще порядка 400 действующих – такой подход позволяет одновременно усилить позиции на ключевых рынках и повысить качество покупательского опыта в действующей сети. Программа реновации магазинов уже доказала свою эффективность: в 2025 году мы ускорили ее темпы более чем втрое – с 52 до свыше 170 магазинов – и видим положительный эффект на трафик торговых точек после обновления. Средние затраты на реновацию в 2025 году составили чуть больше 3 млн рублей на магазин.

Наша программа лояльности остается ключевым инструментом повышения вовлеченности покупателей и продолжает демонстрировать устойчивый рост: на конец первого квартала 2026 года в ней было зарегистрировано около 33,8 млн участников, что на 13% выше показателя годом ранее. С учетом международных рынков общее количество участников программы превысило 36 млн человек, включая 1,2 млн пользователей в Казахстане и более 1 млн – в Беларуси.

Ситуация на рынке труда остается сложной, что продолжает оказывать существенное давление на затраты на персонал и рентабельность по EBITDA. В этих условиях мы последовательно продолжаем оптимизацию процессов в распределительных центрах и магазинах, что позволяет частично сдерживать рост издержек.

Благодаря взвешенной финансовой политике, отношение чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17 за последний год снизилось с 0,5х до 0,2х к концу первого квартала 2026 года. Стабильный денежный поток и высокая операционная эффективность позволяют нам развивать сеть за счет внутренних источников и формируют устойчивую базу для дивидендных выплат инвесторам.

3 апреля 2026 года Совет директоров Компании рекомендовал Общему собранию акционеров ПАО «Фикс Прайс» выплатить дивиденды по итогам 2025 года в размере 11 млрд рублей, или 11 копеек на одну обыкновенную акцию до налогов и сборов, что предполагает дивидендную доходность около 16% исходя из текущей рыночной цены акции. Рекомендованный размер дивидендов соответствует 98% чистой прибыли по МСФО за 2025 год и существенно превышает ориентир в 50% чистой прибыли, определенный в дивидендной политике Компании. Рассмотрение данного вопроса запланировано на Внеочередном общем собрании акционеров 8 мая 2026 года.

В заключение хочу поблагодарить наших сотрудников за профессионализм и вовлеченность, поставщиков – за надежное сотрудничество, а покупателей – за доверие и выбор нашей сети.

**Владимир Погонин, Генеральный директор ПАО «Фикс Прайс»**

## Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	31.03.2026	31.12.2025	31.03.2025
<b>Общее количество магазинов</b>	<b>7 912</b>	<b>7 818</b>	<b>7 235</b>
Россия	7 077	6 999	6 499
Казахстан	399	392	349
Беларусь	383	375	341
Узбекистан	28	27	24
Грузия	9	9	6
Кыргызстан	6	6	7
Монголия	3	3	4
Армения	7	7	5
<b>Количество магазинов под управлением Компании</b>	<b>6 472</b>	<b>6 391</b>	<b>5 899</b>
Россия	6 472	6 391	5 899
<b>Количество франчайзинговых магазинов</b>	<b>1 440</b>	<b>1 427</b>	<b>1 336</b>
Россия	605	608	600
Казахстан	399	392	349
Беларусь	383	375	341
Узбекистан	28	27	24
Грузия	9	9	6
Кыргызстан	6	6	7
Монголия	3	3	4
Армения	7	7	5
<b>Торговая площадь (кв. м)</b>	<b>1 712 697</b>	<b>1 691 600</b>	<b>1 565 721</b>
Магазины под управлением Компании	1 390 698	1 372 564	1 266 101
Франчайзинговые магазины	321 999	319 036	299 619

## Динамика магазинов под управлением Компании

	1КВ 2026	1КВ 2025
Общее количество открытых магазинов	117	142
Количество закрытых магазинов	36	41
<b>Чистый прирост количества магазинов</b>	<b>81</b>	<b>101</b>

## ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

### Расширение сети магазинов

- На 31 марта 2026 года общее количество магазинов Компании достигло 7 912, увеличившись на 9,4% г/г. Доля магазинов под управлением Компании выросла на 27 б.п. г/г и составила 81,8% от общего количества магазинов сети
- В 1 квартале 2026 года общее количество чистых открытий составило 94 магазина, при этом количество магазинов под управлением Компании увеличилось на 81, а количество франчайзинговых магазинов – на 13
- В 1 квартале 2026 года наибольшее число чистых открытий пришлось на основные рынки Компании:
  - Россия – 83% (78 магазинов)
  - Беларусь – 9% (8 магазинов)
  - Казахстан – 7% (7 магазинов)
- В отчетном квартале торговая площадь увеличилась на 21 097 кв. м (+9,4% г/г) и достигла 1 712 697 кв. м. Средняя торговая площадь магазина в 1 квартале 2026 года составила 216 кв. м
- С начала 2026 года Компания начала работу в 10 новых населенных пунктах в России. По состоянию на 31 марта 2026 года магазины Компании были представлены в 8 странах

### Динамика LFL продаж

- В 1 квартале 2026 года основным фактором роста LFL продаж стали продукты питания, LFL продажи которых увеличились на 6,8% г/г на фоне ввода в ассортимент трендовых азиатских новинок и продуктов для здорового питания. Общий показатель LFL продаж Компании снизился на 0,3% на фоне продолжающегося давления на продажи в непродовольственных категориях, обусловленного высокой конкуренцией на рынке и сдержанным потребительским поведением на фоне высоких инфляционных ожиданий и общего замедления экономики. Несмотря на это, в 1 квартале 2026 года некоторые непродовольственные категории, в том числе товары для праздника и одежда, показали некоторые признаки восстановления и рост LFL показателей
- В отчетном квартале LFL средний чек увеличился на 5,8% благодаря постоянной работе с ассортиментом, вводом востребованных продуктов питания, а также персонализированным промо-акциям для участников программы лояльности. Рост среднего чека практически полностью компенсировал снижение LFL трафика на 5,8% г/г

## Ассортимент и товарные категории

- В 1 квартале 2026 года доля продовольственных товаров в розничных продажах увеличилась до 31,7% по сравнению с 29,5% в 1 квартале 2025 года, что обусловлено положительной реакцией покупателей на доступные трендовые новинки в продуктовом ассортименте сети
- Доля непродовольственных товаров в розничных продажах снизилась до 43,1% по сравнению с 44,6% в 1 квартале 2025 года. В непродовольственном сегменте наиболее успешными категориями стали одежда и товары для праздника
- Доля товаров личной гигиены, бытовой химии и косметики слегка снизилась и составила 25,2% в 1 квартале 2026 года по сравнению с 25,9% в 1 квартале 2025 года
- Доля импорта в розничных продажах в 1 квартале 2026 года увеличилась до 23,3% по сравнению с 22,0% в 1 квартале 2025 года на фоне роста доли импортируемой азиатской еды и товаров из более высоких прайс-пойнтов
- Доля товаров стоимостью выше 100 рублей в розничных продажах выросла до 73,9% по сравнению с 69,9% в 1 квартале 2025 года. Доля товаров стоимостью выше 200 рублей в розничных продажах увеличилась до 22,3% по сравнению с 19,7% в 1 квартале 2025 года. В настоящее время Компания тестирует новую ценовую категорию 599 рублей, сохраняя осторожный и постепенный подход к вводу более высоких ценовых уровней
- Средний чек по всем магазинам под управлением Компании вырос на 6,0% г/г и составил 377 рублей

## Развитие программы лояльности

- Компания продолжила развивать программу лояльности, которая остается ключевым элементом стратегии по повышению вовлеченности покупателей. К концу 1 квартала 2026 года количество зарегистрированных участников программы лояльности достигло 33,8 млн человек, увеличившись на 13,0% г/г
- В отчетном квартале к программе присоединились почти 0,9 млн человек. Доля активных держателей карт лояльности<sup>5</sup> среди участников программы составила 40,7%<sup>6</sup>
- Доля покупок с картой лояльности увеличилась до 74,6% от розничных продаж по сравнению с 67,1% в 1 квартале 2025 года, что обусловлено вводом персонализированных предложений для участников программы лояльности и таргетированными рекламными кампаниями
- Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, составил 490 рублей, что почти вдвое больше среднего чека покупателей, не использующих карту (248 рублей), что подтверждает более высокую вовлеченность лояльных покупателей

<sup>5</sup> Участники программы лояльности, совершающие хотя бы одну покупку в месяц

<sup>6</sup> Изменение методики расчета: со 2 квартала 2024 года в общем количестве зарегистрированных участников программы учитываются держатели виртуальных карт лояльности в России

## ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 1 КВАРТАЛ 2026 ГОДА

### Ключевые показатели отчета о совокупном доходе

млн руб.	1КВ 2026	1КВ 2025	Изменение
<b>Выручка</b>	<b>73 117</b>	<b>71 299</b>	<b>2,5%</b>
Розничная выручка	64 595	61 826	4,5%
Оптовая выручка	8 522	9 473	(10,0)%
Себестоимость продаж	(49 835)	(49 279)	1,1%
<b>Валовая прибыль</b>	<b>23 282</b>	<b>22 020</b>	<b>5,7%</b>
Валовая маржа, %	31,8%	30,9%	96 б.п.
SG&A (без LTIP и D&A)	(16 390)	(14 891)	10,1%
Прочие оп. доходы и доходы от участия в др. орг-х	153	135	13,3%
<b>Скорр. EBITDA<sup>7</sup></b>	<b>7 045</b>	<b>7 264</b>	<b>(3,0)%</b>
Рентабельность по скорр. EBITDA, %	9,6%	10,2%	(55) б.п.
<b>EBITDA</b>	<b>6 970</b>	<b>7 189</b>	<b>(3,0)%</b>
Рентабельность по EBITDA, %	9,5%	10,1%	(55) б.п.
D&A	(4 926)	(4 392)	12,2%
<b>Операционная прибыль</b>	<b>2 044</b>	<b>2 797</b>	<b>(26,9)%</b>
Операционная маржа, %	2,8%	3,9%	(113) б.п.
Чистые финансовые расходы	(1 221)	(1 371)	(10,9)%
Чистый (убыток) / доход от курсовых разниц	(514)	967	н/п
<b>Прибыль до налогообложения</b>	<b>309</b>	<b>2 393</b>	<b>(87,1)%</b>
Расход по налогу на прибыль	(133)	(700)	(81,0)%
<b>Прибыль за период</b>	<b>176</b>	<b>1 693</b>	<b>(89,6)%</b>
Рентабельность по чистой прибыли, %	0,2%	2,4%	(213) б.п.

### Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы<sup>8</sup>

млн руб.	1КВ 2026	1КВ 2025	Изменение
Расходы на персонал (без LTIP)	13 197	12 053	9,5%
% от выручки	18,0%	16,9%	114 б.п.
Банковские комиссии	588	515	14,2%
% от выручки	0,8%	0,7%	8 б.п.
Расходы на аренду	289	329	(12,2)%
% от выручки	0,4%	0,5%	(7) б.п.
Расходы на охрану	277	418	(33,7)%
% от выручки	0,4%	0,6%	(21) б.п.

<sup>7</sup> Показатель EBITDA, скорректированный на расходы на LTIP

<sup>8</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

млн руб.	1КВ 2026	1КВ 2025	Изменение
Расходы на рекламу	260	214	21,5%
% от выручки	0,4%	0,3%	6 б.п.
Ремонт и техобслуживание	467	326	43,3%
% от выручки	0,6%	0,5%	18 б.п.
Коммунальные услуги	381	274	39,1%
% от выручки	0,5%	0,4%	14 б.п.
Прочие расходы	931	762	22,2%
% от выручки	1,3%	1,1%	20 б.п.
<b>SG&amp;A (без LTIP и D&amp;A)</b>	<b>16 390</b>	<b>14 891</b>	<b>10,1%</b>
% от выручки	<b>22,4%</b>	<b>20,9%</b>	<b>153 б.п.</b>
Расходы на LTIP	75	75	-
% от выручки	0,1%	0,1%	(0) б.п.
Амортизация активов в форме права пользования	3 283	2 951	11,3%
% от выручки	4,5%	4,1%	35 б.п.
Прочая амортизация	1 643	1 441	14,0%
% от выручки	2,2%	2,0%	23 б.п.
<b>Итого SG&amp;A</b>	<b>21 391</b>	<b>19 358</b>	<b>10,5%</b>
% от выручки	<b>29,3%</b>	<b>27,2%</b>	<b>211 б.п.</b>

**Выручка** Группы в 1 квартале 2026 года выросла на 2,5% г/г до 73,1 млрд рублей на фоне роста розничной выручки на 4,5%.

**Розничная выручка** составила 64,6 млрд рублей в основном благодаря открытию новых магазинов. **Оптовая выручка** составила 8,5 млрд рублей, при этом доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась до 11,7% по сравнению с 13,3% в 1 квартале 2025 года.

**Валовая прибыль** выросла на 5,7% до 23,3 млрд рублей. **Валовая маржа** увеличилась на 96 б.п. г/г до 31,8%. Рост доли транспортных расходов и списаний запасов в выручке был нивелирован улучшением условий закупок благодаря эффективному управлению ассортиментом.

Доля **транспортных расходов** в выручке увеличилась на 23 б.п. г/г до 2,3% в результате роста доли поставок в отдаленные регионы с более высокими тарифами.

Величина **списания запасов** в 1 квартале 2026 года увеличилась на 24 б.п. г/г и составила 0,9% от выручки, что отражает более высокий уровень начислений по результатам проведения инвентаризации за полный 2025 год.

В 1 квартале 2026 года отношение **коммерческих, общехозяйственных и административных расходов (SG&A) без учета расходов на LTIP и D&A** к выручке выросло на 153 б.п. г/г до 22,4% за счет увеличения доли расходов на персонал, ремонт и техобслуживание, коммунальные услуги,

банковские комиссии, рекламу и прочих расходов, что было частично нивелировано сокращением доли расходов на охрану и аренду.

Доля **расходов на персонал (без учета расходов на LTIP)** в выручке увеличилась на 114 б.п. г/г до 18,0% в связи с продолжающейся индексацией заработных плат сотрудников магазинов ввиду высокой конкуренции на рынке труда.

**Начисления по расходам на LTIP** составили 75 млн рублей в 1 квартале 2026 года.

Доля **расходов на износ и амортизацию (D&A)** в 1 квартале 2026 года увеличилась на 58 б.п. г/г до 6,7% от выручки, что в основном было обусловлено расширением сети. Доля **амортизации активов в форме права пользования** выросла на 35 б.п. г/г до 4,5% от выручки. Доля **прочих расходов на износ и амортизацию** увеличилась на 23 б.п. г/г до 2,2% от выручки.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IFRS) 16)** снизилась на 7 б.п. г/г до 0,4% от выручки (на 8 б.п. г/г до 0,4% от розничной выручки), поскольку замедление темпов роста выручки привело к снижению влияния переменного компонента в структуре расходов на аренду.

Доля **расходов на аренду (в соответствии с МСФО (IAS) 17)** увеличилась на 71 б.п. г/г до 6,1% от выручки (на 69 б.п. г/г до 7,0% от розничной выручки), что отражает увеличение влияния фиксированного компонента в структуре расходов на аренду.

**Расходы на охрану** снизились на 21 б.п. г/г до 0,4% от выручки благодаря последовательным усилиям Компании по оптимизации затрат.

Доля **расходов на ремонт и техобслуживание** увеличилась на 18 б.п. г/г до 0,6% от выручки, а доля **расходов на банковские комиссии** выросла на 8 б.п. г/г до 0,8% от выручки.

Доля **расходов на коммунальные услуги** увеличилась на 14 б.п. г/г до 0,5% от выручки, а доля **расходов на рекламу** составила 0,4% от выручки.

Доля **прочих расходов** составила 1,3% от выручки.

В 1 квартале 2026 года доля **общих SG&A расходов** в выручке выросла на 211 б.п. г/г до 29,3% на фоне роста доли расходов на персонал без учета LTIP (+114 б.п.) и расходов на износ и амортизацию (+58 б.п.), что было частично нивелировано сокращением доли расходов на охрану и аренду в выручке.

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

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

млн руб.	1КВ 2026	1КВ 2025	Изменение
<b>ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16)</b>	<b>6 970</b>	<b>7 189</b>	<b>(3,0)%</b>
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16), %</i>	9,5%	10,1%	(55) б.н.
Расходы на LTIP	75	75	-
<b>Скорр. ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16)</b>	<b>7 045</b>	<b>7 264</b>	<b>(3,0)%</b>
<i>Рентабельность по скорр. ЕБИТДА (МСФО (IFRS) 16), %</i>	9,6%	10,2%	(55) б.н.
Расходы на аренду	(4 205)	(3 545)	18,6%
Коммунальные услуги	(83)	(67)	23,9%
<b>Скорр. ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17)</b>	<b>2 757</b>	<b>3 652</b>	<b>(24,5)%</b>
<i>Рентабельность по скорр. ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17), %</i>	3,8%	5,1%	(135) б.н.
Расходы на LTIP	(75)	(75)	-
<b>ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17)</b>	<b>2 682</b>	<b>3 577</b>	<b>(25,0)%</b>
<i>Рентабельность по ЕБИТДА (МСФО (IAS) 17), %</i>	3,7%	5,0%	(135) б.н.

В 1 квартале 2026 года **скорр. ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16** составила 7,0 млрд рублей, а **рентабельность по скорр. ЕБИТДА** была на уровне 9,6%, что обусловлено ростом SG&A расходов.

**ЕБИТДА по МСФО (IFRS) 16** составила 7,0 млрд рублей. **Рентабельность по ЕБИТДА** составила 9,5%.

**Скорр. ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17** составила 2,8 млрд рублей, а **рентабельность по скорр. ЕБИТДА по МСФО (IAS) 17** – 3,8%.

**Чистые финансовые расходы** снизились до 1 221 млн рублей в 1 квартале 2026 года по сравнению с 1 371 млн рублей в 1 квартале 2025 года. Такая динамика обусловлена снижением процентных ставок и общей суммы кредитов и займов, что было частично нивелировано ростом расходов по арендным обязательствам.

В 1 квартале 2026 года Группа зафиксировала **убыток от курсовых разниц** в размере 514 млн рублей по сравнению с доходом в размере 967 млн рублей в 1 квартале 2025 года. На фоне ослабления рубля Группа зафиксировала убыток от переоценки торговой кредиторской задолженности Группы, деноминированной в юанях, что было частично нивелировано доходом от переоценки остатков на банковских счетах Группы в иностранных валютах.

**Расходы Компании по налогу на прибыль** сократились на 81% г/г до 133 млн рублей в 1 квартале 2026 года, что обусловлено сокращением налоговой базы по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В 1 квартале 2026 года Компания зафиксировала **чистую прибыль** в размере 176 млн рублей и **рентабельность по чистой прибыли** в размере 0,2%.

## Ключевые показатели отчета о финансовом положении

млн руб.	31.03.2026	31.12.2025	31.03.2025
Краткосрочные кредиты и займы	6 416	9 131	11 268
Долгосрочные кредиты и займы	1 827	3 436	3 283
Краткосрочные обязательства по аренде	12 046	11 730	9 260
Долгосрочные обязательства по аренде	12 708	11 829	5 485
Денежные средства и их эквиваленты	(3 353)	(9 505)	(2 057)
<b>Чистый долг</b>	<b>29 644</b>	<b>26 621</b>	<b>27 239</b>
<b>Чистый долг к EBITDA<sup>9</sup> по МСФО (IFRS) 16</b>	<b>0,8x</b>	<b>0,7x</b>	<b>0,6x</b>
Краткосрочные обязательства по аренде	(12 046)	(11 730)	(9 260)
Долгосрочные обязательства по аренде	(12 708)	(11 829)	(5 485)
<b>Чистый долг по МСФО (IAS) 17</b>	<b>4 890</b>	<b>3 062</b>	<b>12 494</b>
<b>Чистый долг к EBITDA по МСФО (IAS) 17</b>	<b>0,2x</b>	<b>0,1x</b>	<b>0,5x</b>

Краткосрочные кредиты и займы с начала года сократились на 2,7 млрд рублей до 6,4 млрд рублей. Такая тенденция отражает стратегию Компании по снижению долговой нагрузки в условиях высоких процентных ставок. Долгосрочные кредиты и займы сократились до 1,8 млрд рублей по сравнению с 3,4 млрд рублей на начало года. В результате **общая сумма кредитов и займов** снизилась до 8,2 млрд рублей по сравнению с 12,6 млрд рублей на 31 декабря 2025 года. При этом **обязательства по аренде** увеличились до 24,8 млрд рублей к концу 1 квартала 2026 года по сравнению с 23,6 млрд рублей на начало года, что связано с расширением сети, ростом арендных ставок, а также увеличением доли долгосрочных договоров аренды с обязательным продлением, что привело к увеличению сроков аренды и, соответственно, суммы арендных обязательств. В результате **общая сумма кредитов, займов и арендных обязательств** Компании составила 33,0 млрд рублей, снизившись на 8,7% по сравнению с началом 2026 года.

**Чистый долг** Компании в соответствии с МСФО (IAS) 17 на 31 марта 2026 года составил 4,9 млрд рублей по сравнению с 3,1 млрд рублей на 31 декабря 2025 года. Отношение **чистого долга к EBITDA по МСФО (IAS) 17** находилось на консервативном уровне в 0,2x по сравнению с 0,1x на конец 2025 года.

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

## Ключевые показатели отчета о движении денежных средств

млн руб.	1КВ 2026	1КВ 2025
Прибыль до налогообложения	309	2 393
Денежные средства, полученные от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	7 724	7 740
Изменения в оборотном капитале	(1 955)	(264)
<b>Чистые денежные потоки от операций</b>	<b>5 769</b>	<b>7 476</b>
Чистые уплаченные проценты	(1 157)	(1 415)
Налог на прибыль уплаченный	(1 473)	(1 508)
<b>Денежные средства, полученные от операционной деятельности</b>	<b>3 139</b>	<b>4 553</b>
<b>Чистые денежные потоки, использованные в инвестиционной деятельности</b>	<b>(1 571)</b>	<b>(2 078)</b>
<b>Чистые денежные потоки, использованные в финансовой деятельности</b>	<b>(7 713)</b>	<b>(6 756)</b>
Влияние изменений обменного курса на денежные средства и их эквиваленты	(7)	(148)
<b>Чистое уменьшение денежных средств и их эквивалентов</b>	<b>(6 152)</b>	<b>(4 429)</b>

**Чистый торговый оборотный капитал**<sup>10</sup> Группы составил 23,9 млрд рублей (7,6% от выручки)<sup>11</sup> на 31 марта 2026 года по сравнению с 22,6 млрд рублей (7,2% от выручки) на 31 декабря 2025 года, что связано в основном с сокращением кредиторской задолженности.

В 1 квартале 2026 года **капитальные затраты** сократились до 1,6 млрд рублей (2,2% от выручки) по сравнению с 2,1 млрд рублей (2,9% от выручки) в 1 квартале 2025 года. Основная часть расходов пришлась на открытие новых магазинов, вложения в IT, реновацию магазинов и прочие инвестиции.

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

<sup>11</sup> 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 31 марта 2026 года сеть магазинов ПАО «Фикс Прайс» насчитывала 7 912 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 31 марта 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](mailto:investors@fix-price.ru)

### Отдел Fix Price по связям со СМИ

Екатерина Макурина  
[pr@fix-price.ru](mailto:pr@fix-price.ru)