

Fix Price объявляет ключевые операционные показатели и выручку за 1 квартал 2022 года

Продолжение экспансии в соответствии с прогнозом

27 апреля 2022 года – Fix Price (LSE и MOEX: FIXP, «Компания» или «Группа»), крупнейшая в России и одна из ведущих в мире сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные показатели и выручку за первый квартал, закончившийся 31 марта 2022 года (1 квартал 2022 года).

Операционные показатели за 1 квартал 2022 года

- Выручка увеличилась на 21,2% г/г до 62,6 млрд рублей благодаря расширению сети магазинов и росту сопоставимых продаж (LFL)
 - Розничная выручка увеличилась на 23,4% г/г до 55,4 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 7,0% г/г и составила 7,2 млрд рублей
- LFL продажи¹ увеличились на 11,6% г/г за счет роста потребительского спроса в марте 2022 года
 - Рост LFL среднего чека составил 12,0% г/г за счет общего роста цен на единицу товара в результате продолжающегося изменения параметров ассортимента
 - LFL трафик сократился на 0,3% г/г за счет снижения частоты посещений магазинов в связи с новой волной распространения COVID-19 в конце января и последовавших за ней ограничений

Рост LFL продаж в магазинах под управлением Компании в России составил 13,1%, в то время как в магазинах, не попавших под влияние ограничений, связанных с COVID-19, рост LFL продаж составил 14,2%. В Беларуси и Казахстане в магазинах под управлением Компании на LFL продажи продолжали оказывать значительное влияние ограничения, связанные с COVID-19, а также сложная макроэкономическая и политическая обстановка
- Общее количество магазинов увеличилось на 179 до 5 083, включая 560 франчайзинговых магазинов. Общая торговая площадь магазинов под брендом Fix Price увеличилась на 39,9 тыс. кв. м и составила 1 096,7 тыс. кв. м. Компания подтверждает ранее объявленный прогноз по количеству чистых открытий — 750 магазинов в 2022 году
- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 1,0 млн и достигло 18,0 млн человек, при этом доля покупок с картой программы лояльности составила 52,8% от общего объема розничных продаж сети². Средний чек по покупкам, совершенным с картами программы лояльности, остается в 1,8 раза выше среднего чека покупателей, не использующих карту

¹ Здесь и далее сопоставимые продажи (LFL), средний чек и количество чеков рассчитываются на основе результатов работы магазинов под управлением Fix Price, которые функционировали в течение как минимум 12 полных календарных месяцев, предшествующих отчетной дате. Сопоставимые продажи (LFL) и средний чек рассчитаны на основе розничной выручки с учетом НДС. Показатели LFL не учитывают магазины, которые были временно закрыты в течение семи и более дней подряд за отчетный и сопоставимый период

² Данные по программе лояльности рассчитаны для магазинов Fix Price, работающих в России

Динамика LFL, %

	1 кв. 2022	1 кв. 2021
LFL продажи	11,6%	11,9%
LFL трафик	(0,3%)	(2,9%)
LFL средний чек	12,0%	15,2%

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	31.03.2022	31.12.2021	31.03.2021
Общее количество магазинов	5 083	4 904	4 354
Россия	4 602	4 445	4 034
Беларусь	226	212	164
Казахстан	186	172	110
Узбекистан	30	42	25
Латвия	27	24	15
Грузия	6	4	4
Киргизия	6	5	2
Количество магазинов под управлением Компании	4 523	4 368	3 901
Россия	4 114	3 975	3 628
Беларусь	217	203	155
Казахстан	162	148	93
Узбекистан	30	42	25
Количество франчайзинговых магазинов	560	536	453
Россия	488	470	406
Беларусь	9	9	9
Казахстан	24	24	17
Латвия	27	24	15
Грузия	6	4	4
Киргизия	6	5	2
Торговая площадь (тыс. кв. м)	1 096 723	1 056 840	931 485
Магазины под управлением Компании	972 850	938 392	832 870
Франчайзинговые магазины	123 873	118 448	98 615

Динамика магазинов под управлением Компании

	1 кв. 2022	1 кв. 2021
Количество открытых магазинов, всего	188	180
Россия	159	142
Беларусь	14	12
Казахстан	15	16
Узбекистан	-	10
Количество закрытых магазинов	33	21
Россия	20	21
Беларусь	-	-
Казахстан	1	-
Узбекистан	12	-
Чистый прирост количества магазинов	155	159
Россия	139	121
Беларусь	14	12
Казахстан	14	16
Узбекистан	(12)	10

Операционные результаты

Расширение сети магазинов

- Общее количество магазинов увеличилось на 16,7% г/г до 5 083, при этом доля франчайзинговых магазинов составила 11,0% от общего числа
- Общее количество чистых открытий в первом квартале 2022 года составило 179 магазинов, включая 155 магазинов под управлением Компании и 24 франчайзинговых магазина, против 187 чистых открытий в первом квартале 2021 года, включая 159 магазинов под управлением Компании и 28 франчайзинговых магазинов
- В отчетном периоде Компания закрыла 33 магазина, находившихся под ее управлением
- Fix Price продолжила расширение сети магазинов как в России, так и за рубежом, при этом 12,3% чистых открытий в первом квартале пришлось на зарубежные рынки
- В течение 1 квартала 2022 года общая торговая площадь увеличилась на 39,9 тыс. кв. м и составила 1 096,7 тыс. кв. м (рост на 17,7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года). Средняя торговая площадь одного магазина Fix Price составила 216 кв. м по сравнению с 214 кв. м год назад
- В 1 квартале 2022 года Компания начала работать в 55 новых населенных пунктах в странах присутствия и одном новом регионе в России. Магазины под брендом Fix Price в настоящее время работают в 80 регионах России

Динамика LFL продаж

- LFL продажи выросли на 11,6% в 1 квартале 2022 года. Увеличение LFL среднего чека на 12,0% полностью компенсировало снижение LFL трафика на 0,3%
- Динамика LFL продаж в 1 квартале 2022 года была неоднородной. В январе и феврале 2022 года новая волна пандемии COVID-19 привела к резкому росту числа заболевших, вследствие чего потребители стали вести себя более осторожно, что в сочетании с правительственными ограничениями в ряде российских регионов способствовало

снижению количества посещений магазинов. В общей сложности более 450 магазинов в России попали под существенные ограничения в 1 квартале 2022 года

- В марте 2022 года потребительский спрос резко возрос из-за опасений касательно общей доступности товаров в розничных сетях и растущей продуктовой инфляции. Стабильные цены и наличие товаров в магазинах Fix Price поддержали продажи и увеличили лояльность покупателей
- Рост LFL продаж в магазинах под управлением Компании в России составил 13,1%, в то время как рост LFL продаж в магазинах, не попавших под ограничения, связанные с COVID-19, составил 14,2%
- В Казахстане LFL трафик снизился за счет геополитической напряженности в начале года, а также за счет новых ограничений на фоне пандемии COVID-19. В Беларуси LFL продажи оказались под влиянием продолжающегося сокращения располагаемых доходов населения, и одновременно с этим Fix Price была вынуждена временно ограничить матрицу ассортимента товаров из-за мер государственного регулирования

Ассортимент и продуктовые категории

- В марте 2022 года потребители активно запасались товарами первой необходимости, что привело к изменению ассортиментной структуры продаж в сравнении с прошлым годом. Доля продуктов питания в общем объеме розничных продаж 1 квартала 2022 года составила 28,8% (рост на 74 б.п. г/г), в то время как доля косметики, товаров личной гигиены и бытовой химии в розничных продажах выросла с 22,9% в 1 квартале 2021 до 26,9% в отчетном периоде
- LFL продажи косметики, товаров личной гигиены и бытовой химии выросли более, чем на 30%. Также сильный рост LFL продаж был отмечен в таких категориях, как продукты питания, сезонные товары, товары для дома, книги и канцелярские принадлежности
- Доля прайс-пойнтов выше 100 руб. в розничных продажах продолжила расти и достигла 28,8% в 1 квартале 2022 года по сравнению с 22,4% за аналогичный период прошлого года. Доля новых прайс-пойнтов в нижней части ценовой линейки 59 руб. и 79 руб. в розничных продажах составила 28,2%. Доля новых прайс-пойнтов из верхней части ценового диапазона свыше 200 руб. в розничных продажах составила 8,9% в 1 квартале 2022 года
- В 1 квартале 2022 года средний чек составил 317 руб., увеличившись на 12,5% г/г

Развитие программы лояльности

- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 1,0 млн за 1 квартал 2022 года и достигло 18,0 млн человек (+42,0% год-к-году) благодаря проведению активных рекламных кампаний и промо-акций для участников программы. В то же время доля активных участников³ программы лояльности превышает 50% несколько кварталов подряд
- Доля покупок с картой лояльности составила 52,8% от общего объема розничных продаж сети в 1 квартале 2022 года по сравнению с 41,3% за тот же период в 2021 году
- Средний чек по покупкам, совершенным с картами лояльности, вырос с 403 руб. в 1 квартале 2021 года до 438 руб. в 1 квартале 2022 года. Средний чек покупателей, не использующих карту, за 1 квартал 2022 года составил 249 руб.

³ Участники программы лояльности, которые совершают хотя бы одну покупку в месяц

Динамика выручки

Млн рублей	1 кв. 2022	1 кв. 2021	Изменение 1 кв. '22 – 1 кв. '21, %
Выручка	62 630	51 659	21,2%
Розничная выручка	55 385	44 886	23,4%
Оптовая выручка	7 245	6 773	7,0%

В 1 квартале 2022 года выручка Компании выросла на 21,2% до 62,6 млрд рублей за счет роста розничной выручки на 23,4% и оптовой выручки на 7,0%.

Розничная выручка выросла до 55,4 млрд рублей на фоне значительного роста LFL продаж на 11,6% и увеличения количества магазинов под управлением Компании, что было частично нивелировано снижением плотности продаж в Беларуси и Казахстане в связи со сложной макроэкономической обстановкой и ограничениями на фоне COVID-19, вводимыми правительствами этих стран.

Рост оптовой выручки до 7,2 млрд рублей обусловлен увеличением количества франчайзинговых магазинов, при этом доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась на 154 б.п. до 11,6% на фоне опережающего роста розничной выручки.

Объявление о выплате дивидендов

Совет директоров принял решение отложить выплату ранее объявленных окончательных дивидендов за 2021 год на общую сумму 5,8 млрд рублей или 6,8 рублей на одну ГДР/акцию на срок до двенадцати месяцев. Компания сделает дополнительное объявление по этому вопросу в установленном порядке.

Объявление об изменении в составе Совета директоров

Fix Price объявляет о том, что Елена Титова и Александр Тынкован покинули Совет директоров Компании.

О Компании

Fix Price (LSE и MOEX: FIXP) – одна из ведущих на международном рынке и крупнейшая в России сеть магазинов низких фиксированных цен. С момента основания компании в 2007 году Fix Price каждый день помогает покупателям экономить при приобретении товаров повседневного спроса. Fix Price предлагает уникальную продукцию и постоянно ротирует ассортимент, включающий непродовольственные позиции, дрогери, а также продукты питания по низким фиксированным ценам.

На 31 марта 2022 года сеть магазинов Fix Price насчитывает 5 083 магазина 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. Компания управляет сетью из 8 распределительных центров и работает в 80 регионах России, а также в 6 зарубежных странах.

В 2021 году выручка Компании составила 230,5 млрд руб., EBITDA – 44,2 млрд руб., чистая прибыль – 21,4 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 Лукина

elukina@fix-price.ru

EM

Дмитрий Жадан

zhadan@em-comms.com

+7 916 770 8909

Питер Морли

morley@em-comms.com

+43 676 684 5252

Екатерина Шаталова

shatalova@em-comms.com

+7 915 321 8579