

## Сеть Fix Price в 2021 году стала лидером по розничным продажам канцелярских товаров в России

Доля торговой сети составила 10,1%

**18 февраля 2022 года** – Fix Price (LSE и MOEX: FIXP), одна из ведущих в мире и крупнейшая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, по итогам 2021 года заняла первое место среди ритейлеров по продажам канцелярских товаров в России с долей 10,1%, следует из данных исследовательского холдинга «Ромир». Два года ранее, до пандемии, по оценкам «Ромира» на Fix Price приходилось 8,5% розничных продаж канцелярских товаров, а в 2020-м году доля торговой сети возросла до 9,2%.

По собственным данным сети, оборот канцелярских товаров в Fix Price в 2021-м году составил более 11,7 млрд рублей<sup>1</sup>, увеличившись на 45% по сравнению с допандемийным 2019-м годом и на 20% по сравнению с предыдущим, 2020-м годом.

### ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СЕТЕЙ В КАТЕГОРИИ «КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ»

Розничная сеть	2019 (доля в денежном выражении)	2021 (доля в денежном выражении)
Традиционная торговля*	58,3%	55,2%
<b>Fix Price</b>	<b>8,5%</b>	<b>10,1%</b>
Лента	3%	4,0%
Детский мир	2,3%	2,9%
Ашан	4,6%	2,9%
Леруа Марлен	2,2%	2,5%
Wildberries	1,5%	2%
Ozon	0,6%	1,6%

\* Несетевые розничные магазины и другие форматы традиционной торговли: открытые рынки, павильоны, киоски.

Источник: Ромир, панель домохозяйств

Причинами роста продаж канцелярии в Fix Price стали низкие цены на товары-«расходники» с высокой оборачиваемостью (тетради, клей, пластилин, гуашь), которые пользовались повышенным спросом на фоне растущего стремления россиян сэкономить, расширение пакета брендов и линейки товаров, а также новые потребительские тренды, связанные с пандемией. Так, в 2021 году в Fix Price продавали канцелярские принадлежности таких известных брендов, как Berlingo, BIC, Erich Krause, которые пользуются доверием у покупателей. Для сравнения, в 2019 году на полках магазинов одновременно был доступен лишь один бренд. Кроме того, увеличение популярности домашнего досуга за время пандемии, а также удаленная работа и обучение школьников и студентов способствовали активному росту продаж настольных принадлежностей (клей, кисти, ножницы для творчества; на 90% в 2021 году по сравнению с 2019-м), тетрадей и блокнотов (на 41%) и товаров для творчества (на 40%).

<sup>1</sup> Продажи канцелярских товаров в собственных и франчайзинговых магазинах сети в России

**Инна Кондратьева**, директор департамента категорийного менеджмента Fix Price, прокомментировала:

*«Категория канцелярских товаров занимает порядка 5% в обороте Fix Price. В список самых популярных канцелярских принадлежностей в нашей сети стабильно входят так называемые «расходники»: тетради, клей, пластилин. Покупатели идут в Fix Price за самой низкой ценой: например, тетрадь 12 листов доступна в нашей сети всего за 3 рубля 60 копеек, — а также за интересными и яркими предложениями: например, в этом году особенной популярностью пользовались блокноты с обложками известных книг. Чтобы продолжать поддерживать ценовое лидерство в категориях канцелярии на фоне растущей инфляции, мы ведем активную работу с производителями по формированию сбалансированного ассортимента и увеличиваем представленность локальных поставщиков – их доля за два года выросла с 51% до 53% за счет сокращения доли импортных товаров».*

**Анастасия Сидорина**, директор по работе с клиентами «Ромир», прокомментировала:

*«Мы видим, что пандемия существенным образом сказалась на потребительских привычках и паттернах покупательского поведения: произошла трансформация образа жизни, ценностей и, как следствие, изменилось восприятие покупателем розничных магазинов. Сегодня офлайн-шоппинг воспринимается еще и как способ досуга, именно поэтому сеть Fix Price становится все более интересной для покупателя в силу привлекательного ценового предложения и наличия широкой ассортиментной матрицы, позволяющей закрывать многие потребности покупательской корзины».*

## **Об исследовании**

Исследование основано на данных панели домохозяйств Romir Consumer Scan Panel, которая охватывает 40 000 россиян, 15 000 домохозяйств, репрезентирующих покупательское и потребительское поведение жителей городов России с населением 10 тысяч человек и более.

Ромир – крупнейший частный исследовательский холдинг, ориентированный на всестороннее изучение современного человека при помощи инновационных методов и технологий. С 1987 года специализируется на масштабных маркетинговых, кросс-медийных, общественных и социально-экономических исследованиях. Входит в Mile group.

## 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 восьми фиксированным низким ценам.

На сегодняшний день сеть магазинов Fix Price насчитывает более 4 900 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.

В 2020 году выручка Компании составила 190,1 млрд руб., EBITDA – 36,8 млрд руб., чистая прибыль – 17,6 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

## Контакты

### Отдел по связям с инвесторами

Елена Миронова

[ir@fix-price.com](mailto:ir@fix-price.com)

+7 495 902 50 00 (ext. 1918)

### Отдел по связям со СМИ

Екатерина Лукина

[elukina@fix-price.ru](mailto:elukina@fix-price.ru)

+7 967 009 32 70