

Fix Price объявляет ключевые операционные показатели и выручку за 2 квартал и 1 полугодие 2022 года

27 июля 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 в соответствии с управленческой отчетностью за 2 квартал и 1 полугодие 2022 года, закончившиеся 30 июня 2022 года.

Основные показатели

- По итогам 1 полугодия 2022 года выручка увеличилась на 24,2% г/г до 131,8 млрд рублей благодаря расширению сети магазинов и росту сопоставимых продаж (LFL)
- Показатель LFL продаж¹ магазинов в России за 1 полугодие 2022 года вырос на 15,8%. Рост показателя LFL продаж Группы за 1 полугодие составил 13,5% г/г на фоне увеличения LFL среднего чека на 14,3%, которое полностью компенсировало небольшое снижение LFL трафика на 0,7%
- Общее количество магазинов увеличилось на 363, что соответствует прогнозу Компании по чистым открытиям на уровне около 750 магазинов в 2022 году
- Рентабельность по EBITDA за 1 полугодие 2022 года превысила показатель по итогам 2021 года, который составлял 19,2%

Операционные показатели за 2 квартал 2022 года

- Выручка увеличилась на 27,0% г/г до 69,2 млрд рублей благодаря расширению сети магазинов и росту сопоставимых продаж (LFL):
 - Розничная выручка увеличилась на 27,3% г/г до 61,3 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 24,3% г/г до 7,9 млрд рублей
- LFL продажи увеличились на 15,4% г/г за счет роста LFL среднего чека на 16,5%, который полностью нивелировал сокращение LFL трафика на 0,9%:
 - LFL средний чек вырос на 16,5% г/г за счет высокого потребительского спроса на продукцию Fix Price, постоянной ротации ассортимента и роста доли более высоких ценовых категорий в розничных продажах
 - LFL трафик сократился на 0,9% на фоне высокой базы 2 квартала 2021 года
 - Рост LFL продаж в магазинах под управлением Компании в России составил 18,4%. В Беларуси и Казахстане в магазинах под управлением Компании на LFL продажи продолжали оказывать влияние правительственные ограничения, а также сложная макроэкономическая обстановка
- За 2 квартал 2022 года общее количество магазинов увеличилось на 184 до 5 267, включая 578 франчайзинговых магазинов. Общая торговая площадь магазинов под брендом Fix Price увеличилась на 40,4 тыс. кв. м и составила 1 137 тыс. кв. м
- За 2 квартал 2022 года количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 1,1 млн и достигло 19,1 млн человек, при этом доля покупок с картой лояльности составила 52,2% от общего объема продаж². Средний чек по покупкам, совершенным с картой лояльности, увеличился на 12,8% г/г до 444 рублей, что 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/или сопоставимый периоды

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

Операционные показатели за 1 полугодие 2022 года

- Выручка увеличилась на 24,2% г/г до 131,8 млрд рублей:
 - Розничная выручка увеличилась на 25,4% г/г до 116,7 млрд рублей
 - Оптовая выручка выросла на 15,4% г/г до 15,1 млрд рублей
- LFL продажи увеличились на 13,5%:
 - Рост LFL среднего чека составил 14,3%
 - LFL трафик незначительно снизился - на 0,7%
 - Рост LFL продаж в магазинах под управлением Компании в России составил 15,8%
- Общее количество магазинов увеличилось на 363, включая 321 магазин под управлением Компании и 42 франчайзинговых магазина, что соответствует прогнозу Компании по чистым открытиям на уровне около 750 магазинов в 2022 году. Общая торговая площадь магазинов под брендом Fix Price увеличилась на 80,3 тыс. кв. м и составила 1 137 тыс. кв. м
- За 1 полугодие 2022 года количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 2,2 млн до 19,1 млн человек, при этом доля покупок с картой лояльности составила 52,5% от общего объема продаж
- Благодаря проактивной работе с ассортиментом, которая нивелировала рост себестоимости товара, темп восстановления валовой маржи превысил динамику роста показателя за 4 квартал 2021 года, когда валовая маржа увеличилась на 80 б.п. г/г
- Рентабельность по EBITDA за 1 полугодие 2022 года превысила показатель по итогам 2021 года, который составлял 19,2%

Динамика LFL, %

	2 кв. 2022	2 кв. 2021	1П 2022	1П 2021
LFL продажи	15,4%	11,8%	13,5%	11,9%
LFL трафик	(0,9%)	21,8%	(0,7%)	9,0%
LFL средний чек	16,5%	(8,2%)	14,3%	2,6%

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	30.06.2022	31.12.2021	30.06.2021
Общее количество магазинов	5 267	4 904	4 585
Россия	4 772	4 445	4 204
Беларусь	236	212	180
Казахстан	206	172	138
Узбекистан	13	42	38
Латвия	28	24	19
Грузия	6	4	4
Киргизия	6	5	2
Количество магазинов под управлением Компании	4 689	4 368	4 099
Россия	4 271	3 975	3 775

	30.06.2022	31.12.2021	30.06.2021
Беларусь	227	203	171
Казахстан	181	148	115
Узбекистан	10	42	38
Количество франчайзинговых магазинов	578	536	486
Россия	501	470	429
Беларусь	9	9	9
Казахстан	25	24	23
Латвия	28	24	19
Грузия	6	4	4
Киргизия	6	5	2
Узбекистан	3	-	-
Торговая площадь (кв. м)	1 137 140	1 056 840	983 919
Магазины под управлением Компании	1 009 087	938 392	877 518
Франчайзинговые магазины	128 053	118 448	106 401

Динамика магазинов под управлением Компании

	2 кв. 2022	2 кв. 2021	1П 2022	1П 2021
Количество открытых магазинов, всего	200	224	388	404
Россия	171	170	330	312
Беларусь	10	17	24	29
Казахстан	19	23	34	39
Узбекистан	-	14	-	24
Количество закрытых магазинов	34	26	67	47
Россия	14	23	34	44
Беларусь	-	1	-	1
Казахстан	-	1	1	1
Узбекистан	20	1	32	1
Чистый прирост количества магазинов	166	198	321	357
Россия	157	147	296	268
Беларусь	10	16	24	28
Казахстан	19	22	33	38
Узбекистан	(20)	13	(32)	23

Операционные результаты

Расширение сети магазинов

- Общее количество магазинов увеличилось на 14,9% г/г до 5 267, при этом доля франчайзинговых магазинов составила 11,0% от общего количества магазинов сети (рост на 37 б.п. г/г)
- Общее количество чистых открытий во 2 квартале 2022 года составило 184 магазина, включая 166 магазинов под управлением Компании и 18 франчайзинговых магазинов, против 231 чистых открытий во 2 квартале 2021 года, включая 198 магазинов под управлением Компании и 33 франчайзинговых магазина
- Во 2 квартале 2022 года Компания закрыла 34 магазина, находившихся под ее управлением, по сравнению с 26 магазинами во 2 квартале 2021 года. Компания продолжает переговоры с арендодателями с целью снижения арендных ставок, что приводит к закрытию некоторых прибыльных магазинов и их перемещению в соседние объекты на более выгодных условиях
- Во 2 квартале 2022 года Fix Price продолжила расширение сети магазинов как в России, так и за рубежом, при этом 7,6% чистых открытий пришлось на зарубежные рынки. Доля зарубежных магазинов от общего количества магазинов сети осталась на стабильном уровне в 9,4%
- В течение 2 квартала 2022 года общая торговая площадь увеличилась на 40,4 тыс. кв. м и составила 1 137 тыс. кв. м (рост на 15,6% г/г). Средняя торговая площадь одного магазина Fix Price составила 216 кв. м по сравнению с 215 кв. м год назад
- Во 2 квартале 2022 года Компания начала работать в 51 новом населенном пункте. В настоящее время магазины под брендом Fix Price работают в 80 из 85 регионов России, где проживает 98% населения страны

Динамика LFL продаж

- LFL продажи выросли на 15,4% во 2 квартале 2022 года за счет увеличения LFL среднего чека на 16,5%, которое полностью компенсировало небольшое снижение LFL трафика на 0,9%
- Даже после ажиотажного спроса в марте 2022 года, когда потребители запасались впрок необходимыми им товарами, широкий ассортимент Fix Price по выгодным ценам помог обеспечить продолжающийся двузначный рост LFL продаж. Ротация ассортимента в различных товарных и ценовых категориях способствовала росту LFL среднего чека. В то же время LFL трафик незначительно снизился по сравнению с 2 кварталом 2021 года, когда показатель достиг аномально высокого уровня в 21,8% на фоне ослабления в России строгих ограничений, связанных с COVID-19
- В странах присутствия Fix Price наивысший рост LFL продаж во 2 квартале 2022 года продемонстрировали магазины в России — 18,4% г/г. В Казахстане и Беларуси LFL продажи оказались под давлением продолжающегося сокращения реальных располагаемых доходов населения, и одновременно с этим Fix Price была вынуждена временно ограничить ассортиментную матрицу из-за мер государственного регулирования

Ассортимент и продуктовые категории

- На фоне сохраняющейся неопределенности потребители по-прежнему проявляли осторожность и старались воздерживаться от импульсных покупок, концентрируясь на приобретении товаров первой необходимости. Доля продуктов питания в общем объеме розничных продаж за 2 квартал 2022 года составила 30,9% по сравнению с 29,4% за аналогичный период прошлого года. Доля drogery (товаров личной гигиены и бытовой химии) в розничных продажах продолжила расти, увеличившись до 26,4% по

сравнению с 22,9% во 2 квартале 2021 года, что свидетельствует о конкурентоспособности ассортимента и ценового предложения Fix Price

- Во 2 квартале 2022 года наивысший рост LFL продаж продемонстрировали категории дрогери и продуктов питания — 38% и 25% соответственно. Категории товаров для дома, одежды и товаров для ремонта также продемонстрировали двузначный рост LFL продаж
- Доля прайс-пойнтов выше 200 рублей в розничных продажах достигла 13,4% во 2 квартале 2022 года по сравнению с 5,9% во 2 квартале 2021 года и 8,9% в 1 квартале 2022 года. Доля прайс-пойнтов выше 100 руб. в розничных продажах выросла до 34,7% во 2 квартале 2022 года по сравнению с 24,5% за аналогичный период прошлого года, что свидетельствует о продолжающейся реализации потенциала данных прайс-пойнтов
- Во 2 квартале 2022 года средний чек составил 307 рублей, увеличившись на 16,3% г/г на фоне введения в ассортимент новой продукции и ротации товаров

Развитие программы лояльности

- Количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 1,1 млн за 2 квартал 2022 года и достигло 19,1 млн человек на фоне проведения промокампаний для участников программы, при этом доля активных держателей карт лояльности³ осталась на стабильно высоком уровне в 55%
- Доля покупок с картой лояльности составила 52,2% от общего объема розничных продаж сети во 2 квартале 2022 года по сравнению с 42,2% во 2 квартале 2021 года
- Во 2 квартале 2022 года средний чек по покупкам, совершенным с картами лояльности, увеличился на 12,8% г/г до 444 рублей, что в 1,8 раза выше среднего чека покупателей, не использующих карту, который составил 243 рубля

Динамика выручки

Млн рублей	2 кв. 2022	2 кв. 2021	Изменение 2 кв 2022– 2 кв 2021, %	1П 2022	1П 2021	Изменение 1П 2022– 1П 2021, %
Выручка	69 158	54 457	27,0%	131 788	106 116	24,2%
Розничная выручка	61 303	48 140	27,3%	116 688	93 026	25,4%
Оптовая выручка	7 855	6 317	24,3%	15 100	13 090	15,4%

Во 2 квартале 2022 года **выручка** Группы увеличилась на 27,0% г/г до 69,2 млрд рублей за счет роста розничной выручки на 27,3% и оптовой выручки на 24,3%.

Розничная выручка выросла до 61,3 млрд рублей на фоне расширения сети и значительного роста LFL продаж на 15,4%, что было частично нивелировано снижением плотности продаж магазинов под управлением Компании в Беларуси и Казахстане.

Рост **оптовой выручки** до 7,9 млрд рублей обусловлен увеличением количества франчайзинговых магазинов, при этом доля оптовой выручки в общей выручке Компании незначительно снизилась на 24 б.п. до 11,4% на фоне опережающего роста плотности продаж магазинов под управлением Компании.

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

О Компании

Fix Price (LSE и MOEX: FIXP) — 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 30 июня 2022 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 5 267 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. Компания управляет 8 распределительными центрами 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

+7 495 902 50 00 (доб. 1918)

Отдел Fix Price по связям со СМИ

Екатерина Гончарова

elukina@fix-price.ru

+7 967 009 32 70