

Fix Price объявляет ключевые операционные показатели за 4 квартал и 2021 год

24 января 2022 года – Fix Price (LSE и MOEX: FIXP или «Компания»), крупнейшая в России и одна из ведущих в мире сеть магазинов низких фиксированных цен, объявляет операционные показатели на основании управленческой отчетности за 4 квартал и 12 месяцев, закончившиеся 31 декабря 2021 года.

Ключевые показатели

- Годовая выручка увеличилась на 21,3% г/г до 230,5 млрд рублей благодаря расширению сети магазинов и росту сопоставимых продаж (LFL)
- Годовой показатель LFL продаж¹ магазинов в России, на которые не распространялись ограничения, вырос на 9,0%. Рост годового показателя LFL продаж Группы составил 7,2% г/г, что отражает новые ограничения, связанные с пандемией, а также влияние других стран присутствия компании
- Ожидается, что годовой показатель рентабельности по EBITDA составит около 19%
- В 2021 году количество чистых открытий составило 737 магазинов, превысив прогноз в 730 магазинов; в 2022 году Компания планирует открыть 750 магазинов (net)

Генеральный директор Fix Price Дмитрий Кирсанов прокомментировал:

«Наши результаты за четвертый квартал и 2021 год в очередной раз подтверждают устойчивость и гибкость бизнес-модели Fix Price, позволяющей добиваться высоких операционных и финансовых результатов в условиях непростой рыночной конъюнктуры. Выручка за 2021 год выросла на 21,3%, в основном за счет ускорения реализации программы открытия магазинов и роста сопоставимых продаж на 9,0% для магазинов в России, на которые не распространялись ограничения, и 7,2% для всей Группы.

На фоне влияния таких внешних факторов, как высокий уровень инфляции, волатильность валютных курсов и рост транспортных расходов, а также связанные с COVID ограничения в ряде регионов, которые непосредственно повлияли на работу наших магазинов в торговых центрах, мы продолжаем демонстрировать способность достигать уверенных результатов в сферах, на которые мы можем влиять. У менеджмента Компании есть ряд инструментов, включая быструю ротацию ассортимента, разработку товаров под собственной торговой маркой и введение новых прайс-поинтов, чтобы предугадывать и реагировать на внешние вызовы, а также поддерживать уровень маржинальности.

В 4 квартале 2021 года наши усилия по оптимизации ценовых категорий, а также способность представить на полках полный ассортимент новогодних товаров принесли результаты и способствовали росту валовой маржи по сравнению с 4 кварталом прошлого года. Мы ожидаем, что в результате рентабельность по EBITDA за полный год составит около 19%.

Мы намерены сохранить темпы расширения нашей сети в 2022 году для поддержания роста операционных и финансовых показателей. В 2021 году количество чистых открытий составило 737 магазинов, что превышает прогнозное значение в 730 магазинов. В 2022 году мы планируем открыть 750 магазинов (net).

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

Я, как и прежде, убежден в значительных перспективах роста Fix Price и буду рад поделиться нашими финансовыми результатами по МСФО за прошедший год 28 февраля 2022 года».

Операционные показатели за 4 квартал 2021 года

- Выручка увеличилась на 14,5% г/г до 66,5 млрд рублей благодаря открытию новых магазинов и росту сопоставимых продаж (LFL):
 - Розничная выручка выросла на 15,1% г/г до 59,1 млрд рублей
 - Оптовая выручка увеличилась на 9,6% г/г до 7,4 млрд рублей
- LFL продажи выросли на 3,2% г/г на фоне новых ограничений, связанных с пандемией в России и Казахстане:
 - LFL трафик снизился на 3,5% г/г на фоне введения в России ограничений, связанных с пандемией, и по-прежнему сдержанных потребительских настроений
 - LFL средний чек вырос на 6,9% г/г благодаря росту средней цены на единицу товара на фоне ротации и переоценки ассортимента, а также введения новых ценовых категорий
 - LFL продажи магазинов под управлением Компании в России выросли на 5,3%, а для магазинов, на которые не распространялись ограничения, связанные с пандемией – на 6,5%. На продажи магазинов под управлением Компании в Казахстане и Беларуси по-прежнему оказывали значительное влияние ограничения, связанные с пандемией, и давление на реальные располагаемые доходы населения
- В 4 квартале 2021 года был отмечен рост валовой маржи в квартальном и годовом соотношении, что отражает гибкость бизнес-модели Компании и способность успешно снижать воздействие высокой инфляции, роста стоимости сырья и транспортных расходов на себестоимость продаж
- Общее количество магазинов увеличилось на 151 до 4 904 (из них 536 работают по франшизе). За счет открытия новых магазинов общая торговая площадь магазинов, работающих под брендом Fix Price, увеличилась на 34,4 тыс. кв. м и составила 1 057 тыс. кв. м
- Общее количество зарегистрированных держателей карт лояльности выросло на 1,6 млн до 17,0 млн пользователей. 53,0% от общих продаж² составили покупки с использованием карты лояльности. Средний чек с использованием карты лояльности по-прежнему в 1,8 раз превышает средний чек без использования карты лояльности

Операционные показатели за 2021 год

- Выручка увеличилась на 21,3% г/г до 230,5 млрд рублей:
 - Розничная выручка выросла на 22,5% г/г до 203,3 млрд рублей
 - Оптовая выручка увеличилась на 12,9% г/г до 27,1 млрд рублей
- LFL продажи выросли на 7,2% (на 7,5% с учетом корректировки на один дополнительный рабочий день ввиду того, что 2020 год был високосным):
 - LFL трафик вырос на 3,1% (на 3,4% с учетом эффекта високосного года)
 - LFL средний чек вырос на 4,0%

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

- LFL продажи магазинов под управлением Компании в России выросли на 8,2% (или 8,5% с учетом эффекта високосного года); для магазинов, на которые не распространялись ограничения, введенные в ноябре и декабре в связи с пандемией, а также с учетом эффекта високосного года, показатель LFL продаж вырос на 9,0%
- Общее количество магазинов увеличилось на 737, включая 626 магазинов под управлением Компании и 111 магазинов, работающих по франшизе, несколько опередив прогноз по открытиям на 2021 год, в соответствии с которым планировалось обеспечить чистый прирост на уровне около 730 магазинов. Общая торговая площадь магазинов, работающих под брендом Fix Price, увеличилась на 167,3 тыс. кв. м и составила 1 057 тыс. кв. м.
- За 2021 год общее количество зарегистрированных держателей карт лояльности выросло на 5,5 млн до 17,0 млн пользователей, при этом 45,9% от общих продаж составили покупки с использованием карты лояльности

Динамика LFL, %

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	4 кв. 2019
LFL продажи	3,2%	15,7%	12,7%
LFL трафик	(3,5%)	(1,9%)	5,7%
LFL средний чек	6,9%	17,9%	6,6%

	2021 г.	2020 г.	2019 г.
LFL продажи	7,2%	15,8%	15,4%
LFL трафик	3,1%	(1,7%)	7,6%
LFL средний чек	4,0%	17,8%	7,3%

Количество магазинов, географический охват и торговая площадь

	31.12.2021	31.12.2020
Общее кол-во магазинов	4 904	4 167
Россия	4 445	3 891
Беларусь	212	152
Казахстан	172	89
Узбекистан	42	15
Латвия	24	14
Грузия	4	4
Кыргызстан	5	2
Кол-во магазинов под управлением Компании	4 368	3 742
Россия	3 975	3 507
Беларусь	203	143
Казахстан	148	77
Узбекистан	42	15

	31.12.2021	31.12.2020
Кол-во франчайзинговых магазинов	536	425
Россия	470	384
Беларусь	9	9
Казахстан	24	12
Латвия	24	14
Грузия	4	4
Кыргызстан	5	2
Торговая площадь магазинов (кв. м)	1 056 840	889 526
Магазины под управлением Компании	938 392	797 352
Франчайзинговые магазины	118 448	92 174

Развитие сети магазинов, находящихся под управлением Компании

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изменение 4 кв. '21 – 4 кв. '20, %	2021 г.	2020 г.	Изменение 2021 г. – 2020 г., %
Всего открыто, с учетом выкупленных магазинов	160	210	(23,8%)	749	821	(8,8%)
Россия	120	169	(29,0%)	581	599	(3,0%)
Беларусь	20	18	11,1%	63	143	(55,9%)
Казахстан	18	17	5,9%	73	64	14,1%
Узбекистан	2	6	(66,7%)	32	15	113,3%
Закрываются магазины	29	43	(32,6%)	123	151	(18,5%)
Россия	23	43	(46,5%)	113	151	(25,2%)
Беларусь	2	-	-	3	-	-
Казахстан	-	-	-	2	-	-
Узбекистан	4	-	-	5	-	-
Чистый прирост магазинов, с учетом выкупленных	131	167	(21,6%)	626	670	(6,6%)
Россия	97	126	(23,0%)	468	448	4,5%
Беларусь	18	18	0,0%	60	143	(58,0%)
Казахстан	18	17	5,9%	71	64	10,9%
Узбекистан	(2)	6	(133,3%)	27	15	80,0%

Операционные результаты

Развитие сети магазинов

- Общее количество магазинов увеличилось на 17,7% г/г до 4 904 по состоянию на 31 декабря 2021 года, при этом франчайзинговые магазины составили 10,9% от общего числа (на 73 б.п. выше, чем годом ранее)
- За 4 квартал 2021 года чистый прирост магазинов Fix Price составил 151 новый магазин, включая 131 магазин под управлением Компании и 20 франчайзинговых магазинов, по сравнению с чистым приростом на уровне 202 новых магазинов в 4 квартале 2020 года (167 магазинов под управлением Компании и 35 франчайзинговых магазинов)
- В 4 квартале 2021 года Fix Price закрыл 29 магазинов, работающих под управлением Компании, по сравнению с 43 магазинами в 4 квартале 2020 года. Это связано с продолжением переговоров с арендодателями и перемещением прибыльных магазинов в соседние объекты на более выгодных условиях аренды
- В 4 квартале 2021 года Fix Price продолжил расширять свою сеть по всей России и за рубежом: 25,8% чистого прироста магазинов за 4 квартал 2021 года приходится на регионы за пределами России, что обеспечило увеличение доли зарубежных магазинов на 274 б.п. с начала года до 9,4% от совокупного количества магазинов по состоянию на 31 декабря 2021 года
- За 4 квартал 2021 года общая торговая площадь увеличилась на 34,4 тыс. кв. м и составила 1 057 тыс. кв. м (рост на 18,8% по сравнению с прошлым годом) по состоянию на 31 декабря 2021 года. Средняя торговая площадь одного магазина Fix Price составила 216 кв. м по сравнению с 213 кв. м годом ранее
- В 4 квартале 2021 года количество городов присутствия увеличилось на 41. Компания начала работать в двух новых регионах в странах своего присутствия. Теперь Fix Price присутствует в 79 из 85 регионов России, где проживает 98% населения страны

Динамика LFL продаж

- В 4 квартале 2021 года LFL продажи выросли на 3,2% благодаря росту LFL среднего чека на 6,9%, что позволило компенсировать снижение LFL трафика на 3,5% на фоне новых ограничений, связанных с пандемией
- В октябре 2021 года потребительские настроения в России продолжили восстанавливаться, что повлияло на рост трафика, притом, что годом ранее трафик также был в положительной зоне. Однако, как и в 2020 году, рост случаев заболеваемости в ноябре и декабре привел к ухудшению потребительских настроений и снижению трафика, а в 2021 году к этим факторам добавилось введение значительно более строгих ограничений на государственном уровне
- В первую неделю ноября, когда российское правительство ввело нерабочие дни на федеральном уровне в дополнение к ограничениям, которые вводили региональные власти, приблизительно 300 магазинов Fix Price работали исключительно в рамках сервисов click-and-collect и онлайн-доставки
- В ноябре и декабре в ряде российских регионов были введены ограничения, включая необходимость наличия QR-кода, подтверждающего статус вакцинации, для посещения торговых центров и прочих общественных мест (эти меры напрямую повлияли на магазины Fix Price, расположенные в торговых центрах), режим самоизоляции для пожилых граждан, ограничение доступа для лиц младше 18 лет без сопровождения взрослых и другие требования. В общей сложности под действие тех или иных ограничений на некоторый период в ноябре и декабре попали более 1 000 магазинов Компании. На конец декабря 2021 года ограничения действовали в отношении более 500 магазинов. Помимо указанного прямого влияния, результатом роста случаев заболеваемости и новой волны пандемии стало более сдержанное потребительское поведение и снижение посещаемости торговых точек по всей стране

- Без учёта влияния зарубежных регионов, рост LFL продаж в магазинах под управлением Компании в России составил 5,3% в 4 квартале 2021 года. Несмотря на нестабильную ситуацию на рынке, в магазинах, на которые не распространялись ограничения, действовавшие в ноябре и декабре показатель LFL продаж вырос на 6,5% в 4 квартале 2021 года и на 9,0% (с учетом эффекта високосного года) за 2021 год в целом
- Влияние зарубежных регионов становится все более заметным по мере того, как Fix Price продолжает активно расширяться за пределами России; кроме того, магазины под управлением Компании, выкупленные у партнеров-франчайзи в Беларуси и Казахстане в прошлом году, стали учитываться в базе LFL продаж. В Казахстане на LFL трафик повлияли правительственные ограничения из-за COVID. В Беларуси на LFL продажи оказала влияние аномально высокая инфляция на фоне давления на реальные располагаемые доходы населения, при этом Fix Price временно сократил ассортимент в связи с государственным регулированием цен

Ассортимент и товарные категории

- В период новогодних праздников спрос сместился в пользу непродовольственных товаров: в 4 квартале 2021 года доля продуктов питания в структуре товарного ассортимента составила 26,7% по сравнению с 27,9% в 3 квартале 2021 года; тем не менее, это по-прежнему выше, чем 24,7% в 4 квартале 2020 года
- Спрос на продукты питания и товары первой необходимости оставался на повышенном уровне, в то время как потребительское поведение по-прежнему находилось на этапе восстановления. Это свидетельствует о том, что потребители еще не полностью привыкли к давлению высокой инфляции на реальные располагаемые доходы. Рост LFL продаж продуктов питания сохранился на двузначном уровне
- Лидером среди непродовольственной продукции стали сезонные товары, продемонстрировавшие в 4 квартале 2021 года рост LFL продаж на 26%; за ними следуют предметы личной гигиены и бытовая химия, книги, канцелярские принадлежности и товары для ремонта. На фоне теплой погоды, спрос на товары зимней коллекции повысился только в декабре, в то время как в 2020 году этот подъем пришелся на середину ноября
- В результате расширения ассортимента количество товарных позиций в магазинах Fix Price увеличилось до примерно 2 000 наименований по сравнению с 1 800 наименований в предыдущие годы
- Доля товаров новых ценовых категорий (249 рублей и 299 рублей) в продажах продолжила расти и достигла 12,3% в 4 квартале 2021 года, а доля товаров стоимостью выше 100 рублей выросла до 32,1% по сравнению с 22,3% в 4 квартале 2020 года на фоне введения новых товаров, а также изменения цен на ротируемый ассортимент с целью компенсации давления на себестоимость продаж
- В ноябре 2021 года Компания ввела две новые ценовые категории – 59 рублей и 79 рублей – и начала увеличивать соответствующий ассортимент, сохраняя ценовое лидерство, что позволило поддержать продажи и рентабельность в 4 квартале 2021 года. К началу января 2022 года товары по цене 50 и 77 рублей были полностью выведены из ассортимента. Теперь нижний ценовой сегмент ассортимента представлен следующими ценовыми категориями: 55 рублей, 59 рублей, 79 рублей и 99 рублей
- В 4 квартале 2021 года средний чек вырос на 7,4% и составил 320 рублей благодаря росту средней цены на единицу товара на фоне переоценки и ротации ассортимента, введения новых товаров и развития потенциала более высоких ценовых категорий. Средний чек за 2021 год составил 287 рублей, увеличившись на 4,9% г/г

Развитие программы лояльности

- В рамках отчетного периода популярность программы лояльности Fix Price среди покупателей продолжала расти. Общее количество зарегистрированных участников программы лояльности выросло на 1,6 млн за 4 квартал 2021 года и достигло 17,0 млн человек благодаря проведению активных рекламных кампаний и промо-акций для участников программы лояльности, в то же время доля активных участников³ увеличилась до 56%
- Доля покупок с картой лояльности составила 53,0% от общего объема розничных продаж сети в 4 квартале 2021 года по сравнению с 38,6% в 4 квартале 2020 года
- В 4 квартале 2021 года средний чек по покупкам, совершенным с использованием карты лояльности, вырос на 6,2% и составил 452 рубля, что в 1,8 раза выше, чем средний чек покупателей, не использующих карту, который составил 248 рублей

Динамика выручки

Млн рублей	4 кв. 2021	4 кв. 2020	4 кв. 2019	Изменение 4кв.'21 – 4кв.'20, %	Изменение 4кв.'21 – 4кв.'19, %
Выручка	66 507	58 095	43 345	14,5%	53,4%
Розничная выручка	59 086	51 327	37 114	15,1%	59,2%
Оптовая выручка	7 421	6 768	6 231	9,6%	19,1%

Млн рублей	2021 г.	2020 г.	2019 г.	Изменение 2021 г. – 2020 г., %	Изменение 2021 г. – 2019 г., %
Выручка	230 473	190 059	142 880	21,3%	61,3%
Розничная выручка	203 328	166 025	123 194	22,5%	65,0%
Оптовая выручка	27 145	24 034	19 686	12,9%	37,9%

В 4 квартале 2021 года **выручка** Группы выросла на 14,5% до 66,5 млрд рублей, при этом розничная выручка выросла на 15,1%, а оптовая выручка увеличилась на 9,6%.

Рост **розничной выручки** до 59,1 млрд рублей был обусловлен увеличением количества магазинов под управлением Компании, а также ростом LFL продаж на 3,2%, что было частично нивелировано снижением плотности продаж в Беларуси и Казахстане в связи с давлением на реальные располагаемые доходы населения и ограничениями, вводимыми правительствами этих стран.

Рост **оптовой выручки** до 7,4 млрд рублей был обусловлен увеличением количества франчайзинговых магазинов, при этом доля оптовой выручки в общей выручке Компании снизилась на 49 б.п. до 11,2% 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. 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 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 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