

# ДОСТУПНО КАЖДОМУ



# Содержание

О Компании

08

Продукт

46

Люди

68

Партнеры

94

Планета

106

COVID-19:  
ответные  
меры

120

Об отчете

130

Приложения

139

# Обращение Генерального директора

102-14



**ДМИТРИЙ КИРСАНОВ**  
Генеральный директор

## УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ, ПОКУПАТЕЛИ, ПАРТНЕРЫ И АКЦИОНЕРЫ!

Мы рады представить вам наш первый отчет об устойчивом развитии, подготовленный в соответствии со стандартами GRI и SASB, в котором мы рассказываем о ключевых направлениях работы Fix Price в области устойчивого развития, наших результатах и основных приоритетах на будущее. Надеемся также, что отчет поможет нам поделиться с вами ценностями Компании, своей философией и любовью к собственному делу.

В 2021 году Fix Price столкнулась с целым рядом вызовов и трудностей. Среди них продолжающаяся пандемия, высокая инфляция, волатильность валютных курсов, а также перебои в глобальных цепочках поставок. Тем не менее мы смогли быстро адаптироваться к новым условиям, и наша бизнес-модель вновь продемонстрировала свою устойчивость. Благодаря этому Компания укрепила лидерскую позицию на рынке магазинов низких фиксированных цен.

Несмотря на то, что данный отчет об устойчивом развитии рассказывает о нашей деятельности в 2021 году, считаю важным отметить ту неопределенность, с которой мы имеем дело с начала 2022 года. В настоящий момент сложно дать оценку текущим событиям и их возможным последствиям. Мы считаем, что необходимо сосредоточиться на том, что мы в состоянии сделать сейчас и на что можем повлиять напрямую. Наша опытная команда продолжает делать все возможное для выполнения своих основных задач: предоставлять покупателям товары по низким ценам, обеспечивать стабильные поставки и сохранять рабочие места несмотря ни на что.

Fix Price на протяжении многих лет реализовывала социальные и экологические проекты. В отчетном году мы приняли решение систематизировать повестку устойчивого развития в Компании, чтобы более эффективно вести свою деятельность в этом направлении, которое сейчас важно, как никогда.

В 2021 году мы провели комплексную оценку ESG-практик Fix Price, что помогло нам определить направления нашей дальнейшей работы.

Осенью Совет директоров Fix Price утвердил создание Комитета по устойчивому развитию. Это событие стало важнейшим шагом на пути осознания важности повестки и доказало нашу приверженность принципам прозрачного корпоративного управления.

Компания также начала разработку стратегии в области устойчивого развития. Мы выделили четыре стратегических приоритета, которые утвердил Комитет, так называемые «4P<sup>1</sup>»: Продукт, Люди, Партнеры и Планета. В рамках стратегии мы прорабатываем дорожную карту и инициативы, которые позволят Компании реализовать необходимые изменения и внести свой вклад в этих приоритетных для нас областях.

В начале 2022 года мы опубликовали первые материалы по устойчивому развитию: ESG Databook и презентацию.

В будущем мы намерены продолжать реализовывать мероприятия в рамках ключевых направлений устойчивого развития, адаптируя свой план к меняющимся условиям по мере необходимости.

Работа Fix Price с покупателями, ассортиментом и качеством продукции отмечена в профессиональном сообществе. В отчетном году Fix Price оказалась лучшей в номинации «Компания года» в рамках премии «Время инноваций». Мы также стали лауреатом премии Private Label Awards 2021 в номинации «Лучшая СТМ в категории «Дрогерии<sup>2</sup>» и «Лучшая СТМ в эконом-сегменте». Кроме того, два наших продукта получили золотые медали конкурса «Гарантия качества – 2021».

<sup>1</sup> 4P – англ. аббревиатура от «Product, People, Partners, Planet» – Продукт, Люди, Партнеры, Планета

<sup>2</sup> Здесь и далее категория «Дрогерии» включает бытовую химию, косметику и гигиену

Я убежден, что сегодня у каждой организации есть возможность внести свой уникальный вклад в реализацию международной ESG-повестки. Мы понимаем, что перед Fix Price открыто множество направлений, где Компания может принести пользу. Вот почему в рамках наших четырех стратегических ESG-приоритетов мы выделили самые значимые из них, где видим наибольший потенциал влияния Компании.

Одной из важнейших наших наград мы считаем победу в ежегодной национальной премии доверия потребителей «Марка №1 В России® 2021». Мы очень рады, что покупатели открыто выражают нам свое доверие.

Залог нашего успеха – слаженная работа команды. В 2021 году мы сконцентрировались преимущественно на ее развитии: продолжили реализацию существующих программ обучения, усовершенствовали мобильное приложение для прохождения обучающих курсов, а также запустили новый проект «Эксперт своего дела», который позволяет сотрудникам передавать накопленный опыт коллегам.

Отдельно стоит отметить, что команда Fix Price чувствует большую ответственность перед обществом. Наша Компания вносит вклад в развитие здорового образа жизни молодежи. Мы поддерживаем подрастающее поколение спортсменов, осуществляя сбор средств для фонда «Лига будущих чемпионов» по развитию детско-юношеского футбола. За 2021 год Fix Price перечислила фонду около 40 млн руб., а через боксы для пожертвований нам удалось собрать более 4,5 млн руб. от покупателей. Собранные нашими покупателями средства позволили заниматься футболом 200 ребятам.

~ **40** млн руб.

Fix Price перечислила фонду «Лига будущих чемпионов»

> **4,5** млн руб.

собрано через боксы для пожертвований

В 2021 году, несмотря на пандемию, мы продолжили реализацию своего социального проекта «Добрые дела», который мы запустили еще в 2014 году. Программа помогает привлечь внимание населения к экологическим и социальным проблемам в городах присутствия.

Особенно приятно отметить, что проект «Добрые дела» уже в который год становится победителем премий «Лучшие социальные проекты России» и «ECO BEST AWARDS».



В отчетном году мы реализовали важный для нас экологический проект – впервые провели расчет выбросов парниковых газов, образующихся от деятельности Fix Price. Это позволило оценить степень воздействия Компании на климат и определить направления нашей дальнейшей работы в этой сфере.

В 2021 году удельное потребление электроэнергии Fix Price на общую площадь сократилось на 4% благодаря установке на новых объектах Компании более энергоэффективного оборудования и плановой реновации оборудования на ранее открытых объектах. Помимо этого, мы на 12% увеличили объем отходов, переданных на переработку, чем, безусловно, гордимся.

Fix Price стремится вдохновлять покупателей вести осознанный образ жизни. Для этого мы включили в свой ассортимент товары, способствующие формированию полезных привычек, например, многоразовые сумки и авоськи для покупок. Кроме того, в начале 2022 года мы перешли на пакеты, на 40% состоящие из вторичного сырья.

Одним из важных направлений нашей деятельности в ESG-сфере является формирование устойчивой цепочки поставок. Число наших поставщиков насчитывает около 700 – с каждым из них мы выстроили доверительные партнерские отношения. Мы рады видеть, как производители полезных и интересных товаров, которые продаются в нашей сети, растут вместе с нами. Для нас важно, чтобы все партнеры следовали требованиям наших корпоративных документов, в том числе политик по противодействию современным формам рабства и торговли людьми, коррупции, отмыванию доходов, а также политики в области экологии, здоровья и безопасности.

В отчетном году Fix Price продолжила реализовывать ключевые меры по охране здоровья покупателей и сотрудников. Мы гордимся своей акцией, которую провели среди покупателей в поддержку вакцинации от COVID-19, выделив 10 млн бонусных баллов (1 балл = 1 рубль).

В 2021 году мы продолжили внедрять ESG-практики в бизнес-процессы Fix Price. Также нам удалось повысить осведомленность сотрудников и других заинтересованных сторон о важности повестки устойчивого развития для нашей Компании.

От лица Совета директоров и руководства Fix Price я благодарю наших сотрудников, покупателей и партнеров за поддержку и неоценимый вклад, который они вносят в развитие Компании, невзирая на внешние вызовы. Я уверен, что именно благодаря слаженной работе нашей команды мы сможем справиться с любыми трудностями и найти новые возможности для будущих достижений.



**ДМИТРИЙ КИРСАНОВ,**  
Генеральный директор  
Fix Price



# ○ КОМПАНИИ



**98%**

**НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ -  
ОХВАТ В 79 РЕГИОНАХ  
ПРИСУТСТВИЯ**

# Общие сведения о Fix Price

102-2 102-4 102-6 102-7 102-15 102-16 CG-MR-000.A CG-MR-000.B

## ГЛАВНОЕ О FIX PRICE

Один из **КРУПНЕЙШИХ** и **ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ** ритейлеров фиксированных цен в мире и безусловный лидер этого сегмента в России

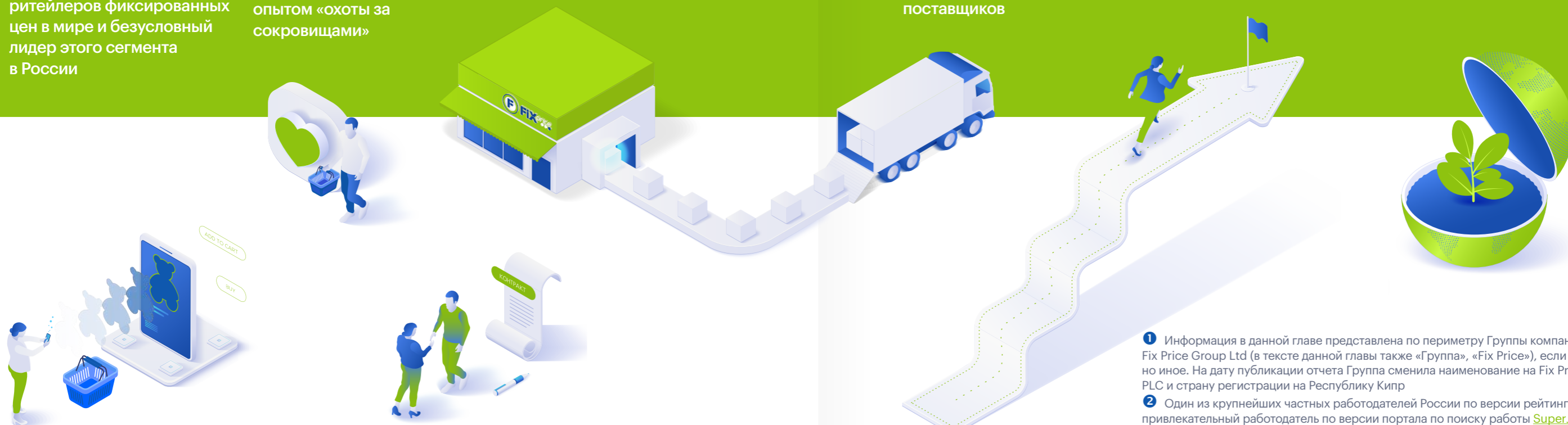
**УНИКАЛЬНЫЙ АССОРТИМЕНТ** с постоянной ротацией товара и захватывающим опытом «охоты за сокровищами»

**ФИКСИРОВАННЫЕ ЦЕНЫ**, одни из самых низких на рынке

**СТАБИЛЬНЫЙ и НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР**, который поддерживает местных поставщиков

**КРУПНЫЙ РАБОТОДАТЕЛЬ**, привлекательный для соискателей<sup>2</sup>

**АКТИВНЫЙ УЧАСТНИК** благотворительных и социальных программ<sup>3</sup>



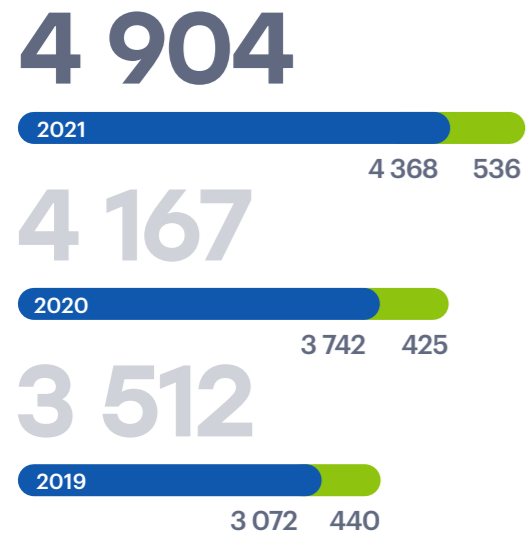
Fix Price<sup>1</sup> – одна из ведущих в мире и крупнейшая в России сеть магазинов низких фиксированных цен. Основная миссия Группы – предоставить возможность людям покупать товары повседневного спроса по доступным ценам.



<sup>1</sup> Информация в данной главе представлена по периметру Группы компаний Fix Price Group Ltd (в тексте данной главы также «Группа», «Fix Price»), если не указано иное. На дату публикации отчета Группа сменила наименование на Fix Price Group PLC и страну регистрации на Республику Кипр  
<sup>2</sup> Один из крупнейших частных работодателей России по версии рейтинга [hh.ru](http://hh.ru), привлекательный работодатель по версии портала по поиску работы [SuperJob](http://SuperJob)  
<sup>3</sup> Подробнее можно прочитать в Главе 3 «Люди»

## ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

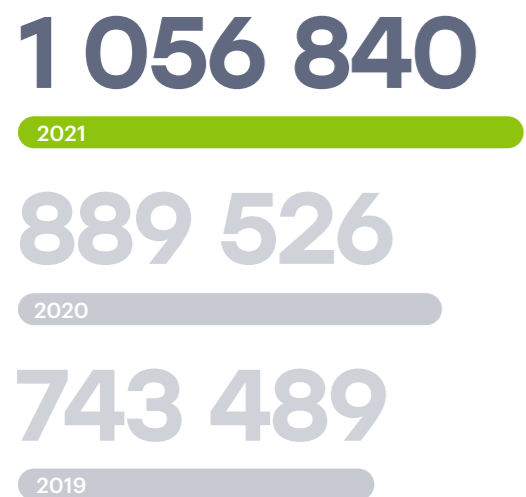
Общее количество магазинов



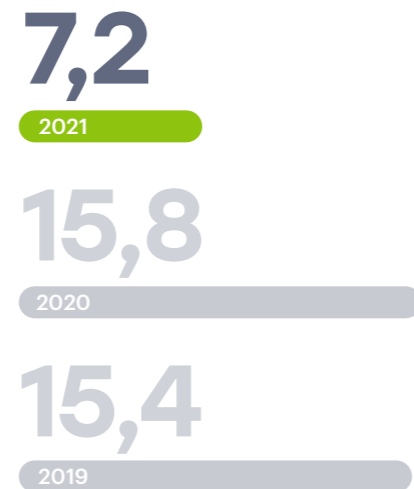
- Количество магазинов под управлением Группы
- Количество франчайзинговых магазинов



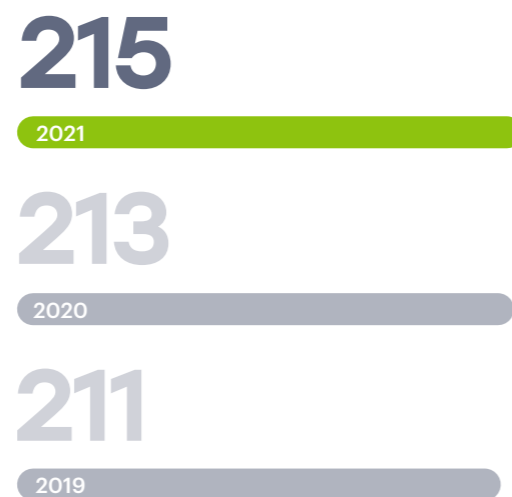
Общая торговая площадь, кв. м



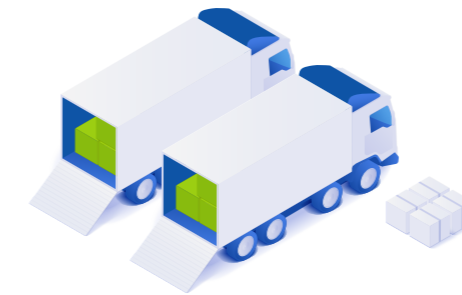
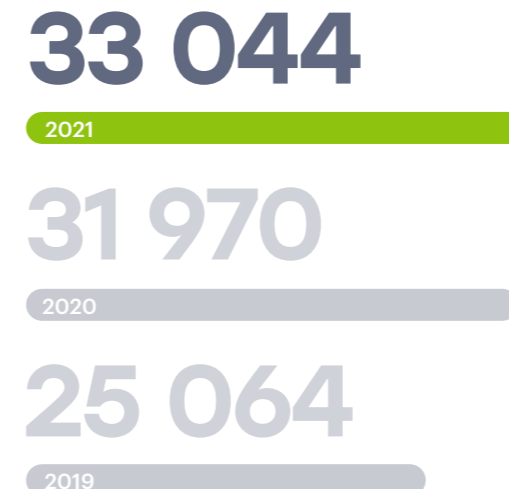
Сопоставимые продажи (LFL)<sup>1</sup>, %



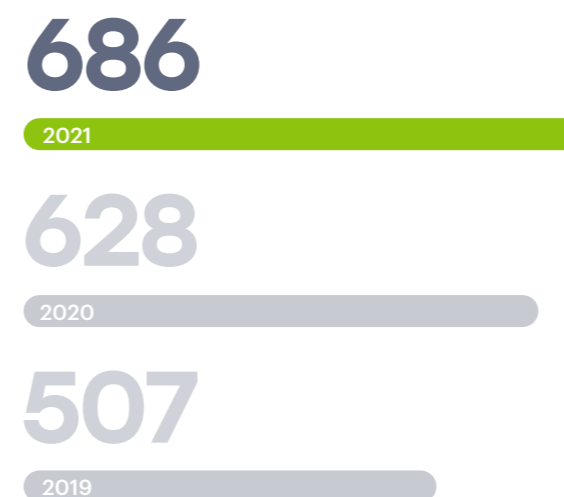
Средняя торговая площадь магазина, кв. м



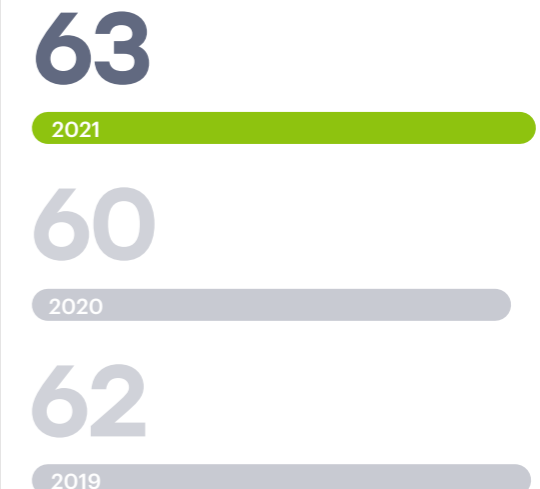
Среднесписочная численность персонала Группы



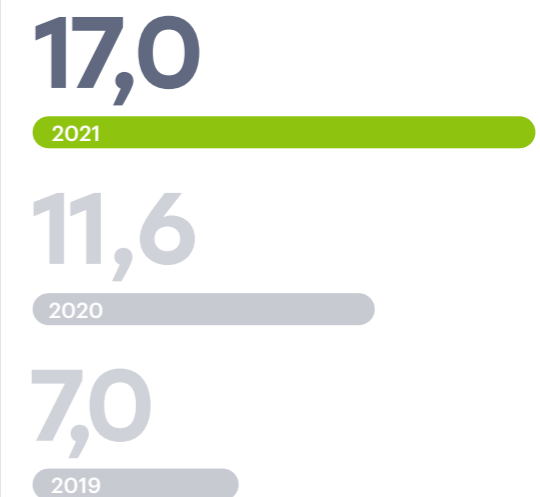
Количество поставщиков



Индекс лояльности покупателей (NPS)<sup>2</sup>, %



Количество держателей карт лояльности, млн



<sup>1</sup> Здесь и далее сопоставимые продажи (LFL) рассчитываются на основе результатов работы магазинов под управлением Fix Price, которые функционировали в течение как минимум 12 полных календарных месяцев, предшествующих отчетной дате. Показатель рассчитан на основе розничной выручки с учетом НДС. Из расчета исключаются магазины, которые были временно закрыты в течение семи и более дней подряд за отчетный и сопоставимый периоды

<sup>2</sup> Индекс лояльности покупателей (NPS) рассчитывается по формуле: NPS = доля промоутеров (%) – доля критиков (%)

Выручка,  
млн руб.

230 473

2021

190 059

2020

142 880

2019



ЕБИТДА<sup>1</sup>,  
млн руб.

44 155

2021

36 788

2020

27 150

2019

Рентабельность по ЕБИТДА,  
%

19,2

2021

19,4

2020

19,0

2019



Чистая прибыль,  
млн руб.

21 389

2021

17 575

2020

13 173

2019

Рентабельность по чистой прибыли,  
%

9,3

2021

9,2

2020

9,2

2019



Чистый долг / ЕБИТДА (IAS 17)

(0,1<sub>x</sub>)

2021

0,5<sub>x</sub>

2020

0,4<sub>x</sub>

2019

Рентабельность на инвестированный капитал (ROIC)<sup>2</sup>, %

90,9

2021

98,8

2020



Общая сумма объявленных дивидендов,  
млн руб.

15 588

32 644

13 740

<sup>1</sup> ЕБИТДА рассчитывается как прибыль за соответствующий период, скорректированная на расходы по налогу на прибыль, процентные расходы, процентные доходы, расходы на амортизацию и величину чистого дохода / (убытка) от курсовых разниц

<sup>2</sup> Рентабельность капитала рассчитана как операционная прибыль за вычетом налогов за год, деленная на средний инвестированный капитал за последние 12 месяцев и предшествующий год. Средний инвестированный капитал рассчитывается как инвестированный капитал на начало года + инвестированный капитал на конец года, разделенные на два. Инвестированный капитал рассчитывается как итоговый капитал + краткосрочные и долгосрочные обязательства + итоговые краткосрочные и долгосрочные обязательства по аренде + дивиденды к выплате за вычетом денежных средств и их эквивалентов



ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПРИСУТСТВИЕ

**РОССИЯ**  
**4 445**

1. **Центральный**  
**1 291**

2. **Приволжский**  
**928**

3. **Южный**  
**552**

4. **Сибирский**  
**512**

5. **Северо-Западный**  
**461**

**ИТОГО**  
**4 904**



**Беларусь**  
**212**

**Казахстан**  
**172**

**Узбекистан**  
**42**

**Латвия**  
**24**

**Кыргызстан**  
**5**

**Грузия**  
**4**

**~5** тыс.  
магазинов в России и странах ближнего зарубежья

**737**  
чистых открытий в 2021 году

**8** рц

**~2 000**  
SKU

**20**  
в товарных категориях

**~290** кв. м  
средняя общая площадь магазина <sup>2</sup>

● Общее количество магазинов, включая франчайзинговые

<sup>1</sup> Федеральный округ  
<sup>2</sup> Для магазинов под управлением Группы

## МИССИЯ И ЦЕННОСТИ FIX PRICE

### НАША МИССИЯ –

улучшение быта наших покупателей и предоставление им товаров ежедневного обихода по выгодным ценам. Мы предлагаем широкий и уникальный ассортимент товаров для всей семьи по нескольким фиксированным ценовым категориям, доступных в тысячах магазинов в России и ближнем зарубежье. Мы помогаем миллионам семей с разной покупательской способностью извлекать наибольшую выгоду из возможностей экономного ритейла.

## НАШИ ЦЕННОСТИ

### Покупатель прежде всего



Удовлетворенность покупателей Fix Price определяет наш вектор развития, поэтому каждый день мы работаем над качеством услуг, предложением и созданием уникального опыта совершения покупок.

### Профессионализм, открытость и порядочность



Мы твердо убеждены, что такое отношение к покупателям, партнерам, сотрудникам и акционерам помогает нам менять мир.

### Сплоченная команда



Мы создаем благоприятную и уважительную рабочую обстановку, обеспечивая возможность для профессионального и личного роста.

## НАГРАДЫ:



Лауреат премии **Private Label Awards 2021** в номинации «Лучшая СТМ в категории «Дрогери 1»» и «Лучшая СТМ в эконом-сегменте»



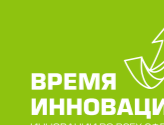
В рамках премии «**Марка №1 в России**» Fix Price набрала наибольшее количество голосов в категории «Сеть магазинов низких цен»



Четвертый год подряд проект «Добрые дела» стал лауреатом премии «**Лучшие социальные проекты России**» в двух категориях: «Социальный маркетинг» и «Экология»



Третий год подряд проект «Добрые дела» получил премию **Eco Best Award** в номинации «Экологическая инициатива года»



Fix Price стала лауреатом премии «**Время инноваций 2021**» в номинации «Компания года», а наша программа лояльности – в номинации «Сервисное решение года»

1 Категория «Дрогери» включает бытовую химию, косметику и гигиену



**КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА FIX PRICE:**

**ЛИДЕР  
НА КРУПНОМ  
И РАСТУЩЕМ  
РЫНКЕ**



Fix Price является одним из самых быстро-растущих в мире <sup>1</sup> публичных ритейлеров низких фиксированных цен, а также лидером в этом сегменте в России по количеству торговых точек и продажам.

**СУЩЕСТВЕННЫЙ  
ПОТЕНЦИАЛ РОСТА**



Потенциал рынка магазинов низких фиксированных цен в России оценивается в 15,6 тыс. магазинов (включая действующие магазины Fix Price), что почти в 3,5 раза превышает их текущее количество. За пределами России потенциал расширения на рынках Беларуси и Казахстана составляет примерно 3 тыс. магазинов.

**УНИКАЛЬНОЕ ЦЕННОСТНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ  
ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ**



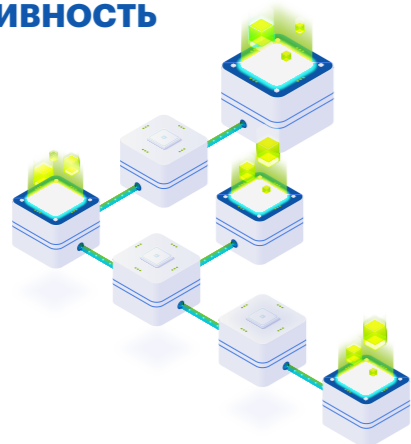
Fix Price предлагает широкий ассортимент товаров и лучшие цены на представленные категории и отдельные SKU, что выделяет нас среди других онлайн- и офлайн-ритейлеров. Покупатели ценят Fix Price за разнообразный, уникальный и постоянно обновляемый ассортимент, включающий как товары первой необходимости, так и WOW-товары и интересный опыт «охоты за сокровищами».

**ВПЕЧАТЛЯЮЩИЕ  
ФИНАНСОВЫЕ  
ПОКАЗАТЕЛИ**



Fix Price является одним из лидеров в мире по показателям роста выручки, прибыльности и рентабельности инвестированного капитала <sup>1</sup>.

**ОПЕРАЦИОННАЯ  
ЭФФЕКТИВНОСТЬ**



Эффективная операционная модель Fix Price основана на гибком подходе к принятию решений и адаптивном управлении, стандартизации сети магазинов, постоянно улучшаемой ИТ-системе, централизованной логистике и оптимальной системе закупок и подбора поставщиков.

**ПЕРВОКЛАССНАЯ  
УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ  
КОМАНДА**



Отдельным преимуществом Группы является значительный опыт акционеров-основателей по запуску и масштабированию розничных сетей, в том числе дискаунтеров, высококлассная команда топ-менеджмента с более чем десятилетним стажем совместной работы в Fix Price и плоская организационная структура, которая позволяет быстро и эффективно принимать решения.

<sup>1</sup> На основании информации, опубликованной в открытых источниках о публично торгуемых американских и международных долларовых магазинах / магазинах низких цен: Dollar General, Dollar Tree, Five Below, Grocery Outlet, Ollie's, B&M, Dino, Dollarama

# Корпоративное управление

102-11 102-15 102-16 102-17 102-18 102-22 102-23

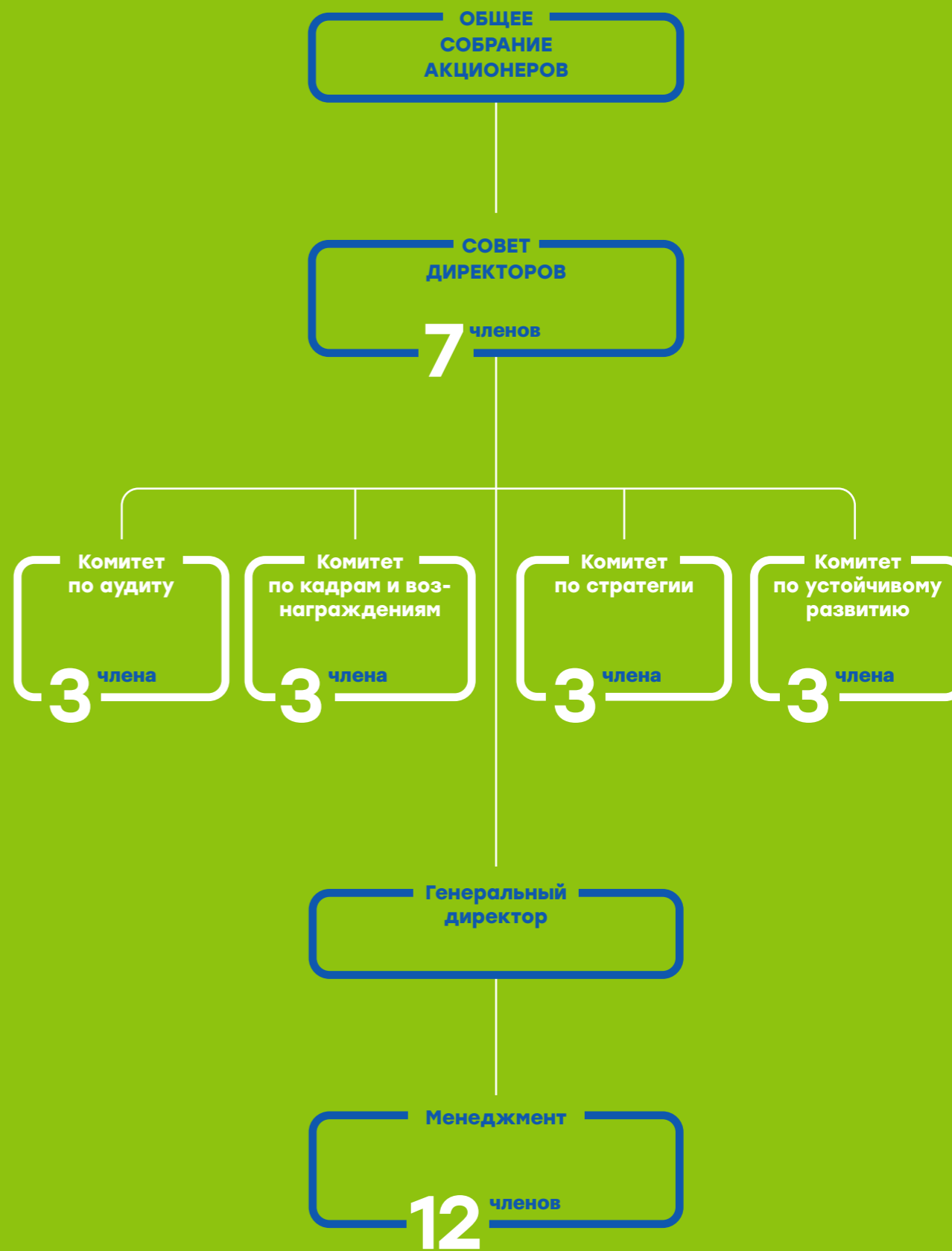
102-30 102-31 102-32 103-2 103-3 CG-MR-230a.1

CG-MR-230a.2

## ПОДХОД К КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛЕНИЮ

Fix Price имеет эффективную систему корпоративного управления, соответствующую требованиям листинга Лондонской фондовой биржи и Московской биржи. Мы постоянно совершенствуем механизмы корпоративного управления для лучшей защиты прав акционеров и других заинтересованных сторон и стремимся соответствовать лучшим международным практикам.

## СТРУКТУРА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ГРУППЫ



Высшим органом управления Группы является общее собрание акционеров.

Совет директоров избирается акционерами и подотчетен им. Он обеспечивает стратегическое управление и контроль за деятельностью менеджмента Группы. При Совете директоров сформированы комитеты по аудиту, кадрам и вознаграждениям, стратегии и устойчивому развитию. Состав Комитетов формируется из членов Совета директоров, исходя из их профессионального опыта и навыков.

Подробнее о Совете директоров и Комитетах можно прочитать в [Годовом отчете](#)

Менеджмент Группы отвечает за эффективное построение бизнес-процессов, текущее управление операционной деятельностью и выполнение задач, поставленных акционерами и Советом директоров. Руководство Fix Price обладает глубоким знанием индустрии ритейла и многолетним опытом работы, что подтверждается средним стажем работы топ-менеджера в Fix Price, который составляет более 10 лет. Важно, что среди руководства Fix Price почти нет текучести, а это значит, что с момента основания наша команда росла вместе с бизнесом. Именно развитие талантов, а также работа профессионалов своего дела позволили нам построить компанию с высоким уровнем корпоративного управления.

Подробнее о команде менеджмента можно прочитать в [Годовом отчете](#)

## 1 Комитет по аудиту

Комитет по аудиту оказывает содействие Совету директоров в проведении внутреннего и внешнего аудита, включая проверку систем внутреннего контроля, соблюдения требований к финансовой отчетности, а также объема, результатов и экономической эффективности внешнего аудита.

## 2 Комитет по кадрам и вознаграждениям

Комитет по кадрам и вознаграждениям дает рекомендации Совету директоров в отношении назначения новых директоров и выплаты вознаграждений, рассматривает назначения на высшие руководящие должности, осуществляет планирование преемственности в масштабах Группы, а также занимается другими вопросами, связанными с персоналом.

## 3 Комитет по стратегии

Комитет по стратегии оказывает содействие Совету директоров в анализе и мониторинге вопросов стратегического управления Группой, а также в рассмотрении возможностей слияний и поглощений и крупных инвестиционных проектов.

## 4 Комитет по устойчивому развитию

Комитет по устойчивому развитию оказывает содействие Совету директоров в отношении корпоративной ответственности и вопросов устойчивого развития, контролирует выполнение обязательств Группы в этих направлениях, а также осуществляет мониторинг и оценку рисков в области охраны труда и безопасности сотрудников и подрядчиков, следит за воздействием Группы на окружающую среду и отвечает за взаимодействие со всеми заинтересованными сторонами.

### УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

В Fix Price функционирует система управления рисками (СУР), которая действует в соответствии с Политикой управления рисками, а также с Регламентом по оценке рисков. Данный документ учитывает требования международных стандартов в области управления рисками, таких как ISO 31000 и COSO ERM. Система создана для увеличения эффективности принимаемых решений, а также для содействия развитию бизнеса Fix Price с учетом факторов неопределенности. Она помогает решать вопросы, которые связаны с определением ключевых рисков (к ключевым мы относим риски, влияющие на достижение показателей бюджета и целей Группы), их уровня, существенности и воздействия, а также разработкой мероприятий по их минимизации.

Управление рисками распределено между Советом директоров и Комитетом по аудиту, руководителями верхнего уровня управления, а также структурными подразделениями:

- Совет директоров анализирует результаты деятельности менеджмента в области управления рисками и устанавливает приоритетные направления развития в области риск-менеджмента;
- Комитет по аудиту проводит проверку эффективности СУР и информирует о результатах годовых и ежеквартальных проверок;
- высшее руководство осуществляет мониторинг и контроль системы управления рисками;
- структурные подразделения проводят мероприятия по управлению рисками в рамках своих направлений деятельности;
- департамент внутреннего контроля и управления рисками координирует совокупный процесс управления рисками.

Подробнее о системе риск-менеджмента можно прочитать в [Годовом отчете](#)



На текущий момент Группа не проводит отдельную оценку ESG-рисков, однако сформированный реестр содержит риски, затрагивающие аспекты устойчивого развития:

- управление персоналом;
- обучение и развитие персонала;
- охрана труда;
- качество продукции;
- комплаенс;
- управление внутренним контролем;
- информационная безопасность;
- противодействие коррупции.

## КУЛЬТУРА РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В FIX PRICE

Fix Price стремится соответствовать лучшим корпоративным практикам. Мы осознаем, что эффективность системы управления рисками Группы зависит от многих факторов, в том числе от того, как руководство развивает культуру риск-менеджмента среди персонала. Именно поэтому мы стараемся формировать понимание этой сферы даже у тех сотрудников, деятельность которых не связана напрямую с управлением ключевыми рисками.

В 2021 году в Fix Price была проведена серьезная работа по развитию навыков риск-менеджмента у сотрудников.

Мы включили модули по теме управления рисками в обязательное обучение для сотрудников магазинов и офиса, которое провели уже после окончания отчетного периода в начале 2022 года, а также разработали отдельный тематический курс для желающих более подробно ознакомиться с основными аспектами риск-менеджмента. Еще более глубокое погружение в тему предусмотрено для руководителей, обучение которых запланировано в 2022 году.

Также на внутреннем корпоративном интранет-ресурсе мы периодически размещаем обучающие статьи и познавательные ролики по управлению рисками, рассчитанные на широкую аудиторию. Так, в отчетном году мы публиковали такие материалы, как «Риск как угроза и как возможность», «Ментальные ловушки в процессе управления рисками», «Особенности рисков XXI века».

Для удобства коллег публикации на интранет-портале мы объединяем под соответствующим тегом, а для лучшего запоминания даем ссылку на небольшие задания по теме. В случае, если возникнут вопросы, у сотрудников всегда есть возможность получить на них ответы по электронной почте, указанной в конце публикации.

В 2022 году мы также продолжаем практику размещения материалов и интерактивных заданий по управлению рисками, так как она показала свою эффективность как простой и доступный метод популяризации любой темы среди сотрудников.

**ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ**

**ИНТЕГРИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ**

**МЕХАНИЗМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И АНАЛИЗА РИСКОВ**

**обязательное обучение для сотрудников и руководителей**

**обучение для руководителей**

## ЭТИКА И КОМПЛАЕНС

Среди ключевых направлений в развитии системы корпоративного управления Группы мы выделяем соответствие высоким стандартам деловой этики.

Стандарты ведения бизнеса Fix Price закреплены в ряде корпоративных документов, которые затрагивают основные аспекты этики и комплаенса.

1

### ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ (КОДЕКС ПОВЕДЕНИЯ)



закрепляет основные этические правила ведения бизнеса:

- ⦿ предотвращение неправомерных платежей;
- ⦿ противодействие взяточничеству и коррупции;
- ⦿ выстраивание честных и этичных взаимоотношений с клиентами и поставщиками;
- ⦿ предоставление покупателю безопасных товаров;
- ⦿ предотвращение и урегулирование конфликта интересов;
- ⦿ противодействие отмыванию доходов и финансовым преступлениям;
- ⦿ соблюдение всех законодательных норм и правил охраны труда и безопасности сотрудников;
- ⦿ защита прав человека;
- ⦿ ведение бизнеса с учетом принципов устойчивого развития;
- ⦿ уважение неприкосновенности частной жизни и обеспечение конфиденциальности данных;
- ⦿ запрещение преследований в отношении лиц, добросовестно сообщающих о нарушении Кодекса.

2

### ПОЛИТИКА ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ СОВРЕМЕННЫМ ФОРМАМ РАБСТВА И ТОРГОВЛИ ЛЮДЬМИ

закрепляет уважение прав человека, нетерпимость к современным формам рабства, включая принудительный и детский труд и торговлю людьми.

3

### ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ВЗЯТОЧНИЧЕСТВУ И КОРРУПЦИИ

содействует честному и этичному ведению бизнеса, предотвращению нарушения законодательства, установлению уважительных и ответственных отношений между сотрудниками, покупателями, деловыми партнерами и акционерами.

4

### ПОЛИТИКА ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ОТМЫВАНИЮ ДОХОДОВ

закрепляет нетерпимость Группы к противоправным действиям, связанным с получением незаконных доходов.



В настоящий момент мы актуализируем Политику в области деловой этики для того, чтобы сделать ее еще более понятной и лаконичной. Мы составляем разделы таким образом, чтобы лучше отразить нашу миссию и ценности, более четко обозначить основные заинтересованные стороны, на которые распространяется действие данной Политики. С целью внедрить лучшие корпоративные практики наши руководители проходят специальное обучение, необходимое для эффективной деятельности в области этики и комплаенса.

Нам важно, чтобы наши сотрудники знали о содержании наших политик, а также об изменениях, которые вносятся в процессе их доработки. Ознакомление с документами, в том числе по этике и комплаенсу, мы включаем в обязательное обучение для новых сотрудников, а также в дополнительное обучение сотрудников офиса и магазинов. Мы также публикуем ссылки на документы с их кратким содержанием в интранет или в наших социальных сетях.

Вопросы этики и комплаенса входят в компетенцию соответствующего Комитета, председателем которого является директор департамента внутреннего контроля и управления рисками. Комитет по этике и комплаенсу является уполномоченным органом Группы и занимается рассмотрением вопросов этики, проявлений коррупции, недобросовестного поведения со стороны сотрудников, в особенности в тех случаях, которые явным образом не отражены в нормативных документах.

В обязанности Комитета по этике и комплаенсу входит:

- ✔ разработка предложений по совершенствованию систем мер в рамках обеспечения соответствия деятельности Группы требованиям законодательства, внутренним документам, требованиям регулятора и заинтересованных сторон, международным стандартам и этическим нормам;
- ✔ организация проверочных мероприятий по соблюдению принятых в Группе политик и процедур;
- ✔ участие в разработке внутренних документов Группы в области этики и комплаенса;
- ✔ содействие менеджменту в вопросах исполнения требований законодательства, соблюдения принципов этического ведения бизнеса и достижения целей Группы;
- ✔ выработка рекомендаций по мероприятиям, направленным на повышение эффективности работы в сфере этики и комплаенса;
- ✔ рассмотрение вопросов по урегулированию конфликтов интересов в деятельности Группы и ее сотрудников;
- ✔ рассмотрение отчетов секретаря Комитета по этике и комплаенсу о работе горячей линии;
- ✔ консультирование работников Группы по вопросам этики и комплаенса;
- ✔ иные вопросы, связанные с соблюдением Кодекса деловой этики и комплаенс-направлениями.

Мы предоставляем всю контактную информацию, а также активно рассказываем о деятельности Комитета по этике на нашем [сайте](#), на [площадке B2B](#) для поставщиков, в социальных сетях Fix Price, а также в публикациях в интранете. На портале для сотрудников мы регулярно публикуем статьи и познавательные ролики, например, о конфликте интересов на рабочем месте или об этическом поведении на работе.

Кроме того, в программу обязательного обучения сотрудников офиса, которую мы запустили в начале 2022 года, вошли модули по антикоррупционной политике и деловой этике.

В 2022 году мы также подготовили отдельный курс для сотрудников магазинов «Правила делового поведения» на платформе FP School, где рассказываем об аспектах делового общения как с клиентами, так и с коллегами. Курс включен в программу обязательного обучения и содержит рекомендации по поведению в непростых ситуациях, информирует о функционировании горячей линии по этике и комплаенсу, раскрывает информацию об основных вопросах, рассматриваемых Комитетом по этике и комплаенсу. В нем указана контактная информация для обращения по вопросам этики. Обучение также касается следующих тематик: как правильно ставить задачи подчиненным, как делегировать обязанности, как мотивировать сотрудников и разрешать конфликты.



В Fix Price функционирует горячая линия по вопросам этики и комплаенса, которая основана на принципах конфиденциальности и недопустимости ответных мер к обратившимся лицам. Каждая заинтересованная сторона может оставить свое обращение, которое будет обработано Комитетом по этике. В связи с тем, что мы активно продвигали деятельность Комитета по этике в 2021 году, число обращений на горячую линию значительно увеличилось. Мы рассматриваем все обращения и принимаем дисциплинарные меры в случае необходимости.

В отчетном периоде Fix Price также сфокусировалась на том, чтобы усовершенствовать механизмы получения обратной связи по вопросам этики и комплаенса. Наша команда реализовала важный проект по автоматизации процесса обработки обращений на горячую линию Комитета по этике, осуществив переход на платформу Jira.

#### Статистика обращений в Комитет по этике в 2019–2021 гг., число обращений

# 32

2021

# 10

2020

# 5

2019

## ОБРАЩЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

В Fix Price также существует канал для приема обращений от покупателей, где наиболее популярной темой является программа лояльности. За отчетный период количество обращений на горячую линию выросло на 70% за счет внедрения робота-помощника, а также запуска новых маркетинговых активностей, направленных на развитие нашей программы лояльности.

Особое внимание наша Группа уделяет вопросам качества товара, поэтому в случае, если у покупателя возникают вопросы по качеству продукции, он может направить их через форму обратной связи на сайте или по электронной почте. Мы рассматриваем обращение и предпринимаем необходимые меры для решения проблемы, а также для предотвращения потенциальных рисков ее возникновения в дальнейшем.

Статистика обращений покупателей в 2019–2021 гг.,  
число обращений

5 350 387

2021

3 151 613

2020

1 779 926

2019

Подробнее об обращениях покупателей можно прочитать в Главе 2 «Продукт»

## ОТВЕТСТВЕННАЯ ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК

Fix Price стремится формировать ответственную и прозрачную цепочку поставок, поэтому внимательно следит за тем, чтобы наши партнеры соответствовали требованиям политик и разделяли наши ценности. В работе с партнерами Fix Price руководствуется [Кодексом поведения](#) (его положения применимы ко всем нашим партнерам), а также [Политикой по противодействию современным формам рабства и торговле людьми](#), [Политикой в области противодействия взяточничеству и коррупции](#), [Политикой в области экологии, здоровья и безопасности](#), Положениями по обеспечению качества всех категорий товара и прочими регламентирующими документами.

Мы ответственно подходим к выбору своих партнеров, особенно в том, что касается обеспечения гарантий соблюдения прав человека, чтобы в том числе исключить использование принудительного и детского труда в цепочке поставок. Именно поэтому все наши поставщики заполняют анкету самооценки. Она затрагивает вопросы защиты прав человека, отсутствия дискриминации и использования детского и принудительного труда. Помимо этого, все наши партнеры подписывают соглашение о предотвращении коррупции, что позволяет минимизировать коррупционные риски в будущем.

Fix Price ценит всех партнеров, с которыми сотрудничает, поэтому направляет свои усилия на то, чтобы построить с ними честные и долгосрочные отношения. Мы стараемся быть максимально прозрачными в том, что касается нашего подхода к работе, ценовой политики и требований к качеству продукции, чтобы партнеры понимали наши ожидания. В работе с поставщиками мы уделяем особое внимание процессу создания товара, чтобы быть уверенными в качестве нашей продукции и безопасности процесса производства.

Подробнее о взаимодействии с партнерами можно прочитать в Главе 4 «Партнеры»

## ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ



Развитие технологий и автоматизация бизнес-процессов обусловили актуальность вопросов информационной безопасности для всех компаний вне зависимости от сферы деятельности. Группа осознает важность данных аспектов применительно к своему бизнесу, поэтому у нас действует Политика информационной безопасности, которая определяет основные задачи и принципы обеспечения информационной безопасности, распределяет обязанности и ответственность сотрудников и описывает механизмы управления информационной безопасностью.

В своей деятельности мы стремимся обеспечить надежность нашей ИТ-системы и предотвратить утечки персональных данных всех заинтересованных сторон. Для своевременной профилактики таких рисков служба информационных технологий ежегодно реализует мероприятия по анализу защищенности информационных систем, а аспекты информационной безопасности включаются в комплексные аудиты наших систем<sup>1</sup>.

Fix Price получает персональные данные от внешних пользователей, которые участвуют в программе лояльности, пользуются сайтом или приложениями и в иных случаях взаимодействия. Принципы защиты персональных данных внешних пользователей закреплены в Политике обработки персональных данных.

<sup>1</sup> Комплексные аудиты, упомянутые в подразделе «Информационная безопасность и защита персональных данных», осуществляются сторонними организациями для исключения конфликта интересов и предотвращения любых неподобающих действий

Персональные данные и обеспечение их сохранности являются важным направлением деятельности Fix Price.

Особое внимание мы уделяем своим покупателям – мы ценим их доверие и бережно относимся к их персональной информации. Мы в обязательном порядке получаем согласие покупателей на сбор и использование их персональных данных.

В работе с сотрудниками мы получаем и обрабатываем различные категории персональных данных с момента принятия на работу и до момента расторжения договорных обязательств. Этот процесс закреплен во внутренней Политике в области защиты персональных данных, которая входит в список обязательных для ознакомления сотрудниками.

Покупатели и сотрудники имеют возможность изменить свои персональные данные через личный кабинет пользователя.

Все субъекты персональных данных могут направлять свои вопросы одним из возможных способов: на горячую линию, по контактным данным, указанным в Политике в области защиты данных, через форму обратной связи, по электронной или обычной почте.

В 2021 году, как и в предыдущих периодах, не было случаев утечки информации и не поступало жалоб о нарушении конфиденциальности данных.



# Подход к управлению устойчивым развитием

- 102-15
- 102-16
- 102-18
- 102-20
- 102-26
- 102-29
- 102-31
- 102-32
- 201-1
- 204-1

## ОСНОВНЫЕ ESG-ПОКАЗАТЕЛИ

Доля сотрудников женского пола, входящих в руководство<sup>1</sup>, %



**100%**  
доля сотрудников магазинов, а также новых сотрудников РЦ и офиса, которые прошли обучение (2019–2021 гг.)

**100%**  
новых заведующих магазинов прошли обучение по программе наставничества (2019–2021 гг.)

<sup>1</sup> К руководству относятся: топ-менеджмент, а также руководители среднего и младшего звена

### Общий объем выбросов парниковых газов (Score 1, 2 и 3)<sup>2</sup>, тонн CO<sub>2</sub>-экв.

	2020	2021
Общий объем выбросов парниковых газов	2 166 831	2 509 007
Прямые выбросы ПГ (Score 1)	3 080	3 299
Косвенные выбросы ПГ (Score 2)	88 761	106 608
Прочие косвенные выбросы ПГ (Score 3)	2 074 990	2 399 100

### Общий объем выбросов парниковых газов (Score 1 и 2), тонн CO<sub>2</sub>-экв.



### Удельные выбросы ПГ (Score 1 + Score 2) на общую площадь<sup>3</sup>



### Общий объем отходов, переданных на переработку, тонн



### Общий объем образованных отходов, тонн



<sup>2</sup> Расчет выбросов парниковых газов был впервые проведен в 2021 году, базовым годом для расчета был определен 2020 год  
<sup>3</sup> Общая площадь определяется как сумма торговой площади магазинов под управлением Группы в России и площади РЦ

Удельное потребление электроэнергии на общую площадь <sup>1</sup>, кВт·ч/м<sup>2</sup>

108

2021

113

2020

123

2019

0,2 ГКал/м<sup>2</sup>

удельное потребление тепловой энергии на общую площадь (2019–2021 гг.)

0

Количество случаев утечки данных (2019–2021 гг.)

- ✔ Около 75% наших закупок приходится на товары местных <sup>2</sup> поставщиков
- ✔ В отчетном году Fix Price впервые произвела расчет прямых, косвенных энергетических и прочих косвенных выбросов парниковых газов (Score 1, 2 и 3 <sup>3</sup>) за 2020 и 2021 годы
- ✔ Особенность бизнес-модели Fix Price – ассортимент, не требующий специальных условий хранения <sup>4</sup>. За счет этого мы практически не используем холодильное оборудование, что позволяет экономно расходовать ресурсы и минимизировать выбросы, связанные с утечками хладагентов
- ✔ В 2021 году мы начали добавлять в наш ассортимент товары, которые способствуют формированию ответственного отношения покупателей к окружающей среде, в том числе многоразовые сумки и авоськи для покупок. В начале 2022 года мы также начали продавать пакеты, на 40% состоящие из переработанного полиэтилена
- ✔ Мы запустили программу «Эксперт своего дела», которая позволяет сотрудникам Fix Price делиться с коллегами своими профессиональными компетенциями
- ✔ В рамках борьбы с пандемией COVID-19 для повышения уровня вакцинации среди населения Fix Price выделила 10 млн рублей. Покупателям с сертификатами о прохождении вакцинации в период с 1 ноября по 10 декабря 2021 года мы начисляли 1 тыс. баллов на карту лояльности (1 балл = 1 рубль)

<sup>1</sup> Общая площадь определяется как сумма торговой площади магазинов под управлением Группы в России и площади РЦ  
<sup>2</sup> Под термином «местные поставщики» Fix Price понимает юридические лица, которые зарегистрированы на территории Российской Федерации  
<sup>3</sup> Score 1, 2, 3 – области охвата выбросов парниковых газов  
<sup>4</sup> Исключение составляет мороженое и аналогичные продукты, для хранения которых в магазинах необходим определенный температурный режим



### УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ

Мы осознаем важность ответственного ведения бизнеса, поэтому активно внедряем практики устойчивого развития, касающиеся всех заинтересованных сторон. Для того чтобы сделать наши усилия наиболее эффективными, в 2021 году мы создали Комитет по устойчивому развитию при Совете директоров, который отвечает за решение вопросов в области корпоративного управления и устойчивого развития на стратегическом уровне. В компетенции Комитета входят утверждение стратегии по устойчивому развитию, контроль за взаимодействием с заинтересованными сторонами и согласование нефинансовой отчетности. Собрание Комитета происходит при необходимости решения оперативных и стратегических вопросов в области устойчивого развития. Реализацией конкретных инициатив и мероприятий занимаются соответствующие департаменты и отделы.

## ВЛИЯНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Одна из стратегических целей Fix Price – создание ценности для всех заинтересованных сторон через свою операционную деятельность.

### РЕСУРСЫ

**~5 000**

магазинов на обширной территории России и стран ближнего зарубежья

**8**

РЦ общей площадью 282 349 кв. м

**~700**

поставщиков, 75% закупок – от отечественных производителей

**>33 000**

численность персонала Группы

**МАСШТАБИРУЕМЫЙ** формат магазинов, не требующий больших капитальных затрат

**ОДНИ ИЗ ЛУЧШИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ**

ROIC и EBITDA в отрасли

### ОСНОВА УСПЕХА FIX PRICE



<sup>1</sup> CVP от англ. – Customer Value Proposition – предложение покупателю

### СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТИ ДЛЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

#### ПОКУПАТЕЛЯМ

- ✓ Достойное качество по низким ценам
- ✓ «Охота за сокровищами» и WOW-товары

#### АКЦИОНЕРАМ

- ✓ Одни из лучших показателей доходности и возврата на капитал на рынке

#### СОТРУДНИКАМ

- ✓ Карьерный рост и безопасные и комфортные условия труда

#### СООБЩЕСТВАМ

- ✓ Поддержка местных сообществ

#### ПАРТНЕРАМ

- ✓ Возможности роста, масштабируемость и стабильность

Деятельность любой компании в независимости от сектора, в котором она работает, сопровождается созданием и распределением экономической стоимости. Благодаря этому компании могут оказывать положительное воздействие на общество. Fix Price стремится увеличивать как созданную, так и распределенную экономическую стоимость, в связи с чем значение нераспределенной экономической стоимости остается низким. Низкое значение нераспределенной экономической стоимости свидетельствует о том, что в ходе своей деятельности Fix Price вкладывается в экономическое развитие регионов присутствия, создает новые и поддерживает существующие рабочие места, выплачивает налоги, направляет средства своим партнерам за их товары и услуги, осуществляет выплату дивидендов акционерам, а также вносит вклад в развитие местных сообществ, реализуя благотворительные мероприятия.


**Созданная и распределенная прямая экономическая стоимость в 2019–2021 гг., млн руб. ①**

	Заинтересованная сторона	2019	2020	2021
<b>Созданная прямая экономическая стоимость</b>		<b>143 435</b>	<b>190 760</b>	<b>231 546</b>
Выручка		141 965	188 947	229 193
Доход от финансовых инвестиций ②	Широкий спектр заинтересованных сторон	1 192	1 586	1 515
Прочие доходы		278	227	838
<b>Распределенная экономическая стоимость</b>		<b>128 948</b>	<b>176 993</b>	<b>230 791</b>
Операционные затраты	Поставщики и подрядчики	104 925	138 474	169 289
Заработная плата и другие выплаты и льготы сотрудникам	Сотрудники	9 735	12 912	15 130
Выплаты поставщикам капитала		9 639	16 692	37 032
в том числе выплаченные дивиденды	Акционеры и кредиторы	8 039	14 214	33 446
в том числе финансовые расходы		1 600	2 478	3 586
Выплаты государству ③	Государственный бюджет	4 591	8 860	9 292
Инвестиции в местные сообщества ④	Местные сообщества	53	53	48
Прочие расходы ⑤	Широкий спектр заинтересованных сторон	5	2	—
<b>Нераспределенная экономическая стоимость</b>		<b>14 487</b>	<b>13 767</b>	<b>755</b>

① В соответствии с требованиями стандартов GRI для расчета показателя 201-1 «Созданная и распределенная прямая экономическая стоимость» использовалась аудированная финансовая отчетность по МСФО Группы компаний Fix Price Group Ltd. Статьи отчетности были реклассифицированы для соответствия требованиям стандарта GRI 201-1

② В данную статью включены поступления от доли в прибыли ассоциированных компаний

③ В данную статью включен налог на прибыль и прочие налоговые платежи

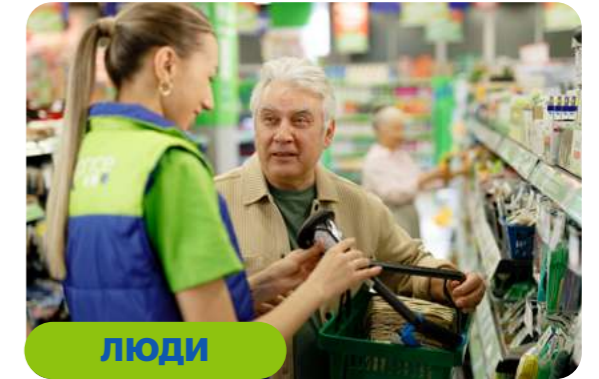
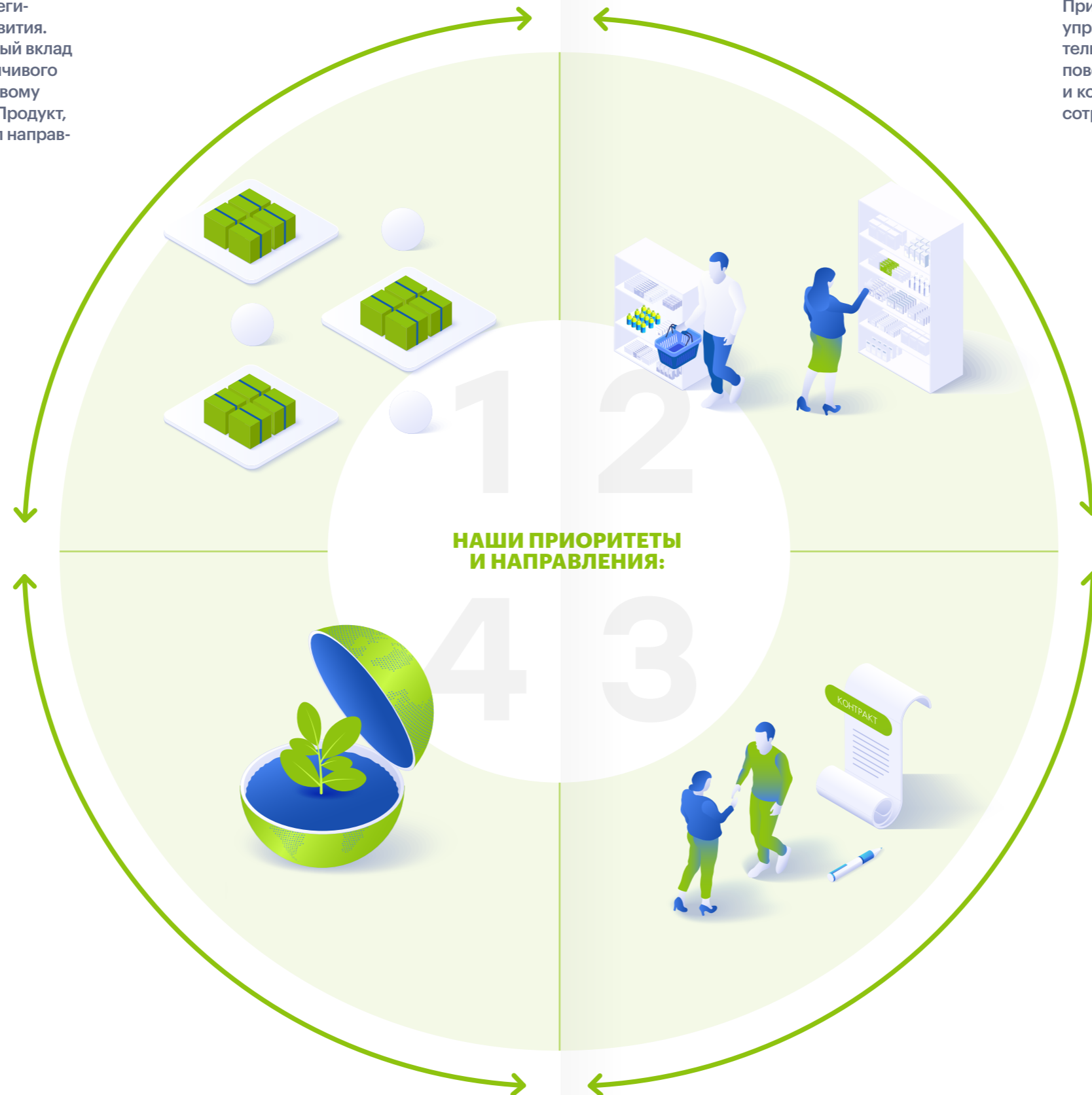
④ В данной статье отражены расходы на благотворительность по методу начислений, в соответствии с финансовой отчетностью по МСФО

⑤ В данной статье отражены расходы, связанные с выбытием активов. Соответствующие доходы от выбытия активов отражены в статье «Прочие доходы»

## СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В 2021 году Fix Price определила четыре стратегических приоритета в области устойчивого развития. При их формировании мы учитывали возможный вклад Группы в достижение 17 целей в области устойчивого развития ООН (ЦУР ООН). Комитет по устойчивому развитию утвердил эти приоритеты («4Р»<sup>1</sup>): Продукт, Люди, Партнеры и Планета, а также определил направления внутри каждого из них.

При этом мы не выделяли аспекты корпоративного управления, так как считаем их основной нашей деятельностью. В настоящее время мы активно развиваем повестку, связанную с вопросами деловой этики и комплаенс, и повышаем осведомленность наших сотрудников о данных аспектах в нашем бизнесе.



<sup>1</sup> «4Р» – от англ. Product, People, Partners, Planet

**ПРОДУКТ**

Fix Price работает над тем, чтобы сформировать оптимальный ассортимент качественных и полезных товаров по низким ценам на основе пожеланий покупателей. Мы также стремимся включать в ассортимент такие товары, которые оказывали бы наименьшее воздействие на окружающую среду. Наша цель – предоставить каждому уникальный опыт совершения покупок.

✔ **Обеспечение покупателей безопасной и качественной продукцией**

Важное направление нашей деятельности – обеспечение качества и безопасности продукции. Мы грамотно выстраиваем взаимодействие с поставщиками, прорабатываем потребительские характеристики продукции и тщательно контролируем качество на всех этапах производства.

✔ **Доступность товаров**

Fix Price стремится предоставлять своим покупателям лучшие товары по максимально доступным ценам, для чего глубоко погружается в процесс их создания.

Наши партнерские отношения с поставщиками позволяют нам договариваться о производстве уникальных товаров и адаптировать их характеристики под потребности нашей сети. Мы планируем продолжать расширять географию присутствия магазинов, регулярно обновлять ассортимент и пополнять его новыми, необходимыми нашим покупателям товарами.

✔ **Создание уникального покупательского опыта**

Мы стремимся создавать уникальный покупательский опыт и превращать каждый поход в магазины Fix Price в увлекательную «охоту за сокровищами». Мы часто ротлируем ассортимент, предлагая покупателям новинки и эксклюзивные сезонные коллекции.

✔ **Взаимодействие с покупателями**

Мы стараемся постоянно улучшать качество услуг, поэтому регулярно проводим сбор обратной связи от покупателей, что помогает нам развиваться и совершенствоваться каждый день.

**ЛЮДИ**

Fix Price стремится создать комфортную и безопасную среду для всех сотрудников и подрядчиков, а также предоставить им возможности для обучения и профессионального развития. Мы непрерывно работаем над тем, чтобы выстраивать отношения со всеми заинтересованными сторонами на принципах открытости и честности, а также вносить вклад в развитие местных сообществ.



✔ **Развитие человеческого капитала**

Мы ставим перед собой задачу обеспечить достойные условия и справедливую оплату труда для наших сотрудников и подрядчиков, развивать и обучать наших сотрудников и повышать уровень их мотивации.

✔ **Поддержка местных сообществ**

Fix Price предлагает ассортимент, доступный людям с разными финансовыми возможностями. Мы также стремимся поддерживать местные сообщества в регионах присутствия: проводим благотворительные мероприятия и программы, направленные на охрану окружающей среды, развитие спорта и активного образа жизни, а также оказываем помощь социально незащищенным слоям населения.

**ПАРТНЕРЫ**

Цель Fix Price – продвигать принципы устойчивого развития и ответственного ведения бизнеса по всей цепочке создания стоимости.



✔ **Ответственная цепочка поставок**

Мы считаем важным обеспечивать соблюдение принципов устойчивого развития как в нашей внутренней деятельности, так и при работе с партнерами. Мы работаем над формированием ответственной и прозрачной цепочки поставок, поэтому внимательно следим за тем, чтобы все партнеры разделяли наши ценности и соответствовали требованиям наших корпоративных политик.

**ПЛАНЕТА**

Мы стремимся минимизировать воздействие на окружающую среду, снизить выбросы парниковых газов и объем образованных отходов, а также увеличить долю перерабатываемой упаковки в ассортименте наших товаров.



✔ **Энергоэффективность и климат**

Мы продолжим работу по сокращению потребления энергии в наших собственных операциях, чтобы снизить выбросы парниковых газов и уменьшить воздействие Группы на климат.

✔ **Отходы**

Наша цель – увеличить долю перерабатываемой упаковки и объем отходов, которые направляются на переработку.

1

2

3

4

## ЦЕЛИ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ООН

Основой для определения приоритетных направлений деятельности Fix Price в области устойчивого развития стали ЦУР ООН. Мы провели анализ ключевых трендов в области достижения ЦУР в России, включая статистические метрики, основные результаты и существующие барьеры, представленные в международных и российских исследованиях о вкладе Российской Федерации в ЦУР ООН.

Из 17 ЦУР мы выбрали

# 7

где видим наибольший потенциал нашего воздействия, и разделили их на две группы: фокусные и косвенные.

**Фокусными** – в достижение которых Fix Price может внести наибольший вклад в рамках своей деятельности – для нас являются три ЦУР.

- ✔ **ЦУР 8:** Достойная работа и экономический рост
- ✔ **ЦУР 12:** Ответственное производство и потребление
- ✔ **ЦУР 13:** Борьба с изменением климата



Информация о соответствующих ЦУР ООН представлена в Приложении 3 «Вклад Fix Price в достижение ЦУР ООН»

**Косвенными** стали четыре ЦУР, безусловно, значимые для Fix Price, но в реализацию которых мы вносим несколько меньший вклад в связи с особенностями нашего бизнеса.

- ✔ **ЦУР 2:** Ликвидация голода
- ✔ **ЦУР 3:** Хорошее здоровье и благополучие
- ✔ **ЦУР 5:** Гендерное равенство
- ✔ **ЦУР 10:** Уменьшение неравенства



# Продукт



**73%**

АССОРТИМЕНТА  
FIX PRICE СТОИТ  
НИЖЕ 100 РУБ.



# Ассортимент и взаимодействие с покупателями

102-7 103-2

## КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2021 ГОД:

2000  
товарных позиций  
в нашем ассортименте

17 млн чел.  
количество участников  
программы лояльности

63%  
индекс лояльности  
покупателей (NPS)

## НАШИ ПОБЕДЫ В 2021 ГОДУ



Весной 2021 года Fix Price стала лауреатом **XI национальной премии в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок»** в трех номинациях: «Лучшая косметика и средства гигиены», «Проект экологического просвещения» и «Лучший благотворительный проект»



В июне 2021 года Fix Price стала лауреатом **премии Private Label Awards 2021** в номинации «Лучшая СТМ в категории «Дрогерии 1» и «Лучшая СТМ в эконом-сегменте». Данная премия ежегодно вручается лучшим российским производителям собственных торговых марок (СТМ) и розничным операторам



Осенью 2021 года по результатам открытого голосования в рамках **премии «Марка № 1 в России»** Fix Price набрала наибольшее количество голосов в категории «Сеть магазинов низких цен». В голосовании приняло участие более 120 000 россиян



В ноябре 2021 года в рамках конкурса качества пищевой продукции **«Гарантия качества 2021»** два продукта Fix Price получили золотые медали конкурса в категориях «Кондитерские изделия» и «Консервная продукция плодово-овощная и грибная»



В декабре 2021 года Fix Price стала лауреатом премии **«Время инноваций 2021»** сразу в двух номинациях: «Компания года» с проектом «Развитие формата магазинов низких фиксированных цен на российском рынке» и «Сервисное решение года» с проектом «Программа лояльности»

1 Категория «Дрогерии» включает бытовую химию, косметику и гигиену

## НАША БИЗНЕС-МОДЕЛЬ И СТРУКТУРА АССОРТИМЕНТА

### Отличительные особенности нашей бизнес-модели



С самого основания Fix Price основным фокусом нашего внимания является продукт: его качество, востребованность и цена. Потребности наших покупателей формируют бизнес-модель Fix Price. Для того чтобы посетители всегда могли найти в наших магазинах подходящие им товары, мы создаем уникальный, широкий и постоянно обновляющийся ассортимент, актуальный для всей семьи, при этом сохраняя доступные цены на товары.

Мы видим свою миссию в том, чтобы сделать жизнь наших покупателей лучше и предоставить им возможность приобретать товары по доступным ценам даже в наиболее удаленных регионах: магазины сети Fix Price работают в 79 из 85 регионов России и удобно расположены в местах высокого трафика.

Все магазины нашей сети приведены к единому стандарту по таким параметрам, как ассортимент, цены<sup>2</sup> и планировка торговых залов. Стандартизация магазинов позволяет оптимизировать управление процессами благодаря универсальной модели всех магазинов, а также обеспечивает высокую узнаваемость Fix Price среди покупателей.

Около 80% покупателей выбирают наши магазины, так как мы предлагаем широкий ассортимент товаров первой необходимости по самым привлекательным ценам на рынке. Также покупатели отмечают приятное соотношение цены и качества, удобное расположение магазинов и хорошее качество товаров<sup>3</sup>.

В нашем ассортименте около 2 000 SKU. Основу ассортимента составляют непродовольственные товары, также мы предлагаем товары категории «Дрогери<sup>4</sup>» и продукты питания, не требующие специальных условий хранения (ни в магазинах, ни в РЦ)<sup>5</sup>.

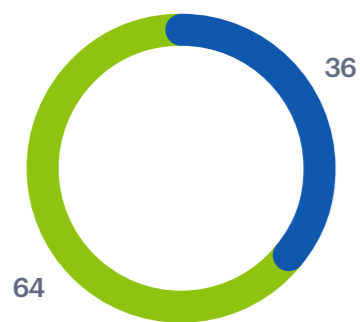
Мы стремимся превзойти ожидания покупателей и превратить каждый поход в магазины Fix Price в «охоту за сокровищами». Для этого мы постоянно обновляем ассортимент и размещаем его на полках так, чтобы покупатели могли быстро и легко найти не только необходимые товары, но и увидеть самые выгодные предложения по цене, которую они не найдут ни в других розничных сетях, ни онлайн. Чаще всего, такие товары располагаются у входа в магазин.

- ✔ Все цены ниже **300 руб.**<sup>7</sup> (~\$4)
- ✔ Одинаковый ассортимент **~2 000 SKU**
- ✔ **40-60 новинок** еженедельно
- ✔ Площадь торгового зала **~215 кв. м.**
- ✔ **~75 стеллажей** на магазин
- ✔ Расположение магазинов в местах с **высоким трафиком**

<sup>1</sup> Одежда, детские игрушки, канцелярские товары, декор для дома, товары для кухни, продукты питания, косметика и гигиена и другие  
<sup>2</sup> За исключением удаленных регионов (например, Дальний Восток или другие страны присутствия сети), где ассортимент и цены могут отличаться  
<sup>3</sup> Компания Fix Price в сотрудничестве с Vector Market Research регулярно проводит исследование целевой аудитории магазинов Fix Price в городах с населением более 1 млн человек. Выше представлены данные последнего исследования, проведенного осенью 2021 года на основе личных интервью с посетителями в закассовой зоне и онлайн-опросов. Было получено 1 150 личных интервью и 550 результатов онлайн-опросов

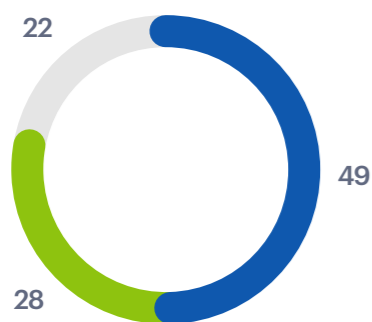
<sup>4</sup> Категория «Дрогери» включает бытовую химию, косметику и гигиену  
<sup>5</sup> Исключение составляет мороженое и аналогичные продукты, которые доставляются автомобилями поставщиков напрямую в магазины и для хранения которых в магазинах требуется определенный температурный режим  
<sup>6</sup> Под термином «местные поставщики» Fix Price понимает юридические лица, которые зарегистрированы на территории Российской Федерации  
<sup>7</sup> По состоянию на 31 декабря 2021 г.

Структура розничных продаж по типу ротации, 2021 год, %



- Товары повседневного / регулярного спроса
- Ротируемые товары

Структура розничных продаж по категориям товара, 2021 год<sup>1</sup>, %



- Непродовольственные товары
- Продукты питания
- Дрогери<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Из-за округления сумма долей категорий продукции в структуре розничных продаж Fix Price составляет 99%  
<sup>2</sup> Категория «Дрогери» включает бытовую химию, косметику и гигиену  
<sup>3</sup> В процентах от розничных продаж

64% ассортимента ротируется до 6 раз в год. Ежегодно мы запускаем 8 сезонных коллекций. Оставшиеся 36% – товары постоянного ассортимента, которые всегда присутствуют на полках магазинов. Такой подход помогает не только удовлетворять повседневные потребности наших покупателей, но и предоставлять им возможность всегда находить что-то новое.

Чтобы предлагаемый ассортимент был релевантным, интересным и современным, мы находимся в постоянном поиске новых идей, изучаем лучшие практики зарубежных ритейлеров, изучаем информацию в социальных сетях для выявления трендовых продуктов и потребительских настроений, ведем активный диалог с производителями и посещаем различные отраслевые выставки и конференции.

Мы с заботой подходим к формированию ассортимента: активно взаимодействуем с поставщиками в процессе производства для постоянного совершенствования продукта и имеем возможность создавать товар, отвечающий нашим запросам. Fix Price стремится максимально учитывать потребности и нужды покупателей, а также регулярно анализировать отклики своей целевой аудитории, полученные по результатам различных опросов или через доступные покупателям каналы обратной связи.

Чтобы обеспечить покупателям широкий выбор товаров по низким ценам, ассортимент наших магазинов представлен <sup>3</sup>:

- ✔ товарами под собственной торговой маркой – около 32%;
- ✔ товарами известных брендов – 19%;
- ✔ небрендованными товарами – 49%.

### СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА (СТМ)

Продукция собственных торговых марок представляет для Fix Price особую ценность. Эти товары составляют существенную часть ассортимента во многих категориях и обеспечивают наше конкурентное преимущество. Мы сами разрабатываем и развиваем свои СТМ, и при создании отдельных товарных позиций мы можем ориентироваться на успешные товары других ритейлеров. При этом мы оптимизируем производственные издержки за счет эффективного управления цепочками поставок и снижения затрат на упаковку и тщательно контролируем качество материалов, используемых в производстве товаров под собственной торговой маркой. Это позволяет нам создавать доступные по цене товары, которые не уступают по качеству и внешнему виду товарам известных брендов, представленных на рынке.

Каждая СТМ представляет свой отдельный бренд. В настоящий момент сети магазинов Fix Price принадлежит около 60 собственных брендов, и на такие товары приходится 32% розничных продаж. Наши наиболее популярные СТМ-бренды представлены среди таких товарных позиций как игрушки (Play the Game и Kid's Fantasy), товары для праздников (Greenart, With Love и Снежное кружево), а также категории расходных материалов/ регулярных товаров (Cotte, Homestar и Manafort). Для каждого из этих брендов мы разрабатываем свою ценовую политику и товарный ряд, которые ориентированы на определенную целевую группу покупателей.



~60 собственных брендов

32% розничных продаж приходится на товары под СТМ



## НЕБРЕНДИРОВАННЫЕ ТОВАРЫ

49%

розничных продаж Fix Price – это небрендированные товары

Эта категория товара является наиболее подходящей для тестирования спроса и регулярной ротации и, таким образом, позволяет нам понять востребованность отдельных видов продукции. Как правило, у поставщиков отсутствуют обязательства по непрерывному производству такой продукции. Наличие небрендированных товаров в ассортименте дает нам возможность быстро отвечать на изменение потребностей наших покупателей и соответствовать новым трендам.

## ТОВАРЫ ИЗВЕСТНЫХ БРЕНДОВ

19%

розничных продаж Fix Price – это брендированные товары из разных категорий

Наше положение на рынке и масштаб позволяют договариваться с поставщиками о производстве для нас уникального товара. Мы имеем возможность выбирать специальную упаковку, изменять размер, корректировать дизайн, вкус, вес и прочие характеристики продукции под потребности нашей сети. Такая работа, а также масштаб Fix Price и большие объемы закупок узкого ассортимента в рамках одной категории, позволяет снижать затраты и продавать такие товары по более низким и привлекательным ценам по сравнению с другими онлайн и офлайн игроками.

1 За исключением удаленных регионов (например, Дальний Восток или другие страны присутствия сети), где ассортимент и цены могут отличаться

2 На основе данных Росстата за 2021 год, опубликованных в открытых источниках

## АКТУАЛЬНОСТЬ ФОРМАТА ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ



В настоящий момент мир, и мы в том числе, сталкивается со множеством сложностей: последствия пандемии, геополитические вызовы, регулярное повышение цен на сырье, сбои в цепочках поставок и рост цен на грузоперевозки.

Какими бы ни были обстоятельства, Fix Price стремится поддерживать своих покупателей: мы по возможности сохраняем цены и поднимаем их последними на рынке. Мы стараемся сделать все, чтобы у наших посетителей всегда была возможность приобрести необходимый товар, поэтому мы следим за тем, чтобы обеспечить наличие максимально широкого ассортимента на полке. Во всех наших магазинах установлены одинаковые цены, что позволяет предоставить равные возможности всем покупателям Fix Price, вне зависимости от места проживания 1.

Наши магазины ориентированы, прежде всего, на семьи с детьми и покупателей с низким и средним уровнем дохода. По оценке Росстата 2, около 70% населения России имеют доход ниже 45 тыс. руб. Нам особенно важно, чтобы как можно большее количество людей имели доступ к широкому ассортименту товаров, независимо от экономической ситуации и уровня их дохода.

Мы также отмечаем рост спроса со стороны более состоятельных покупателей, чей доход составляет более 50 тыс. руб. В 2021 году мы наблюдали увеличение доли таких покупателей на 4% в сравнении с предыдущим годом 3.

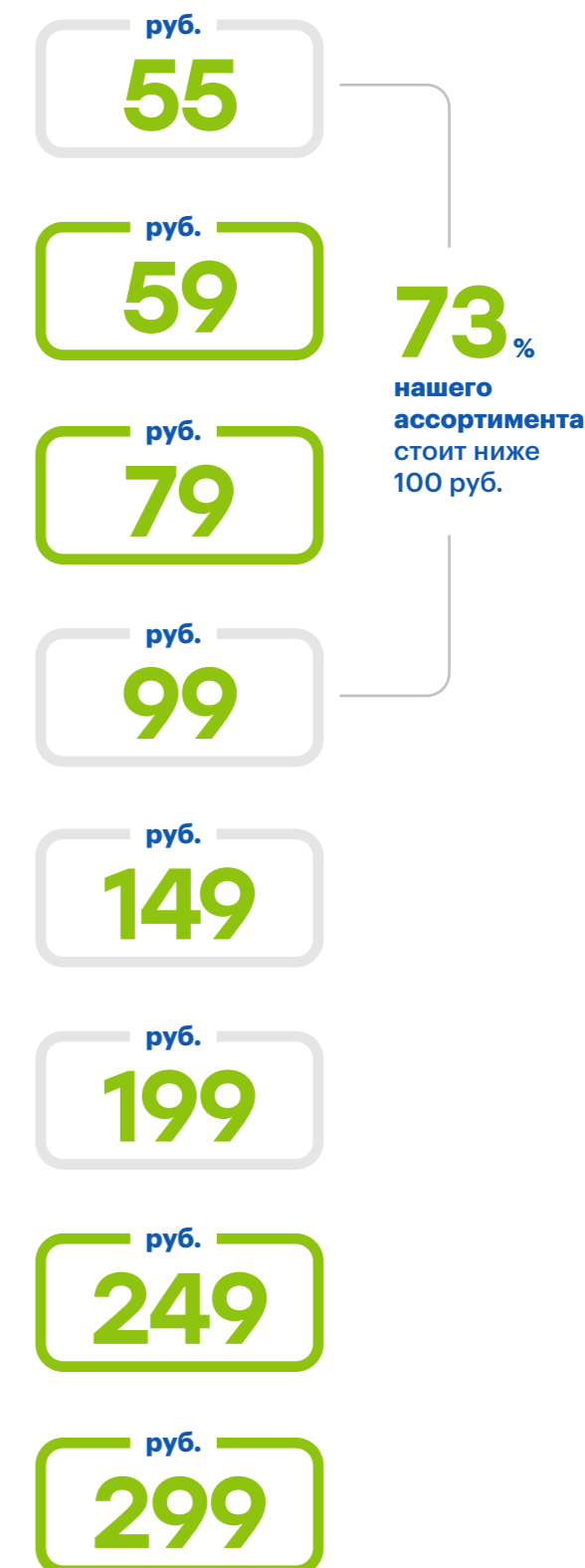
Повышение заинтересованности в наших товарах со стороны разных групп населения является важным показателем того, что ассортимент Fix Price является уникальным и востребованным, а концепция «охоты за сокровищами» и доступные цены привлекают все больше покупателей.

Нам важно, чтобы в наших магазинах любой покупатель смог найти товары по душе, а потому мы с особой внимательностью относимся к подбору продукции и ценообразованию.

Введение новых ценовых категорий 249 и 299 руб. позволило еще больше расширить ассортимент товарами с уникальным ценовым предложением, например, игрушками и товарами для дома и декора.

3 Результаты маркетингового исследования Vector Market Research целевой аудитории магазинов Fix Price в городах с населением более 1 млн человек, проведенные осенью 2021 года и осенью 2020 года

## Наши цены:



● Новые ценовые категории в 2021 году



~17 млн чел.

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ  
ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ



### ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

Fix Price ценит своих постоянных покупателей, поэтому для них мы одними из первых среди российских розничных сетей ввели программу лояльности. Она предоставляет возможность накапливать баллы в размере до 20% от чека и оплачивать до 50% стоимости следующих покупок. Программа также предоставляет участникам множество привилегий, в том числе позволяет совершать покупки по более выгодным ценам, при этом обладатели карт лояльности всегда первыми узнают о новинках и эксклюзивных предложениях. Согласно маркетинговому исследованию, проведенному Vector Market Research, средняя оценка программы лояльности покупателями сети составила 9 баллов (из 10 баллов). Благодаря преимуществам, которые предоставляются ее участникам, количество обладателей карт лояльности постоянно растет: с 2019 года их число выросло почти в 2,5 раза.

Еще одним важным для Fix Price показателем является Индекс лояльности покупателей (NPS)<sup>1</sup>, который помогает нам оценивать отношение наших покупателей к Fix Price.

<sup>1</sup> Индекс NPS рассчитывается по формуле: NPS = доля промоутеров (%) – доля критиков (%)

<sup>2</sup> Согласно исследованию Vector Market Research, по состоянию на осень 2021 года

<sup>3</sup> Активные «промоутеры» – лояльные покупатели, которые рекомендуют Fix Price другим

Год от года мы наблюдаем стабильно высокие показатели: так, осенью 2021 года NPS составил 63%<sup>2</sup>. Также мы наблюдаем прирост доли активных «промоутеров» Fix Price<sup>3</sup>: с 2019 года показатель увеличился на 3 п.п., и в 2021 году достиг уровня в 70%. Положительная динамика показателей говорит о том, что Fix Price понимает потребности своих покупателей и предоставляет привлекательный клиентский опыт всем, кто приходит в наши магазины.

Количество участников программы лояльности, чел.

16 980 100

2021

11 539 000

2020

7 032 393

2019

## ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Мы осознаем значимость защиты персональных данных наших покупателей, которые мы получаем и обрабатываем в рамках программы лояльности. Обращение с полученной от покупателей информацией мы осуществляем в полном соответствии с ФЗ «О персональных данных». На зарегистрированных пользователей сайта и программы лояльности распространяется действие Политики конфиденциальности, Политики обработки персональных данных и Политики в области защиты данных: мы предпринимаем особые меры защиты и не используем персональные данные клиентов во вторичных целях.

Fix Price следит за сохранностью данных, поэтому за все время ее существования не было выявлено случаев утечки персональных данных наших покупателей, чем мы, безусловно, гордимся.



Подробнее о защите персональных данных можно прочитать в Главе 1 «О Компании»



## ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Мы твердо убеждены, что обратная связь от покупателей – это наш ключевой инструмент коммуникации, благодаря которому мы имеем возможность анализировать потребности покупателей и формировать соответствующий ассортимент.

Нашими прямыми каналами обратной связи являются сайт, на котором размещена форма обратной связи, мобильное приложение и колл-центр. Также мы получаем обратную связь в социальных сетях, когда покупатели делятся впечатлениями от приобретений и отмечают нас в своих публикациях.

Для более быстрой и эффективной обработки запросов покупателей, поступающих на горячую линию, в апреле 2021 года мы внедрили робота-помощника при звонке на горячую линию, что позволило существенно снизить затраты, сохранив при этом качество обработки запросов.

### Основные категории обращений на горячую линию за 2021 год:

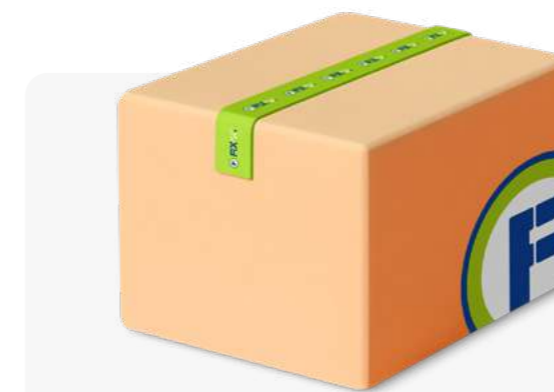
- ✓ регистрация карты лояльности;
- ✓ вопросы по работе магазинов;
- ✓ вопросы по количеству и ассортименту товаров.

Fix Price проводит регулярный анализ целевой аудитории. Два раза в год в сотрудничестве с агентством маркетинговых и социологических исследований Vector Market Research мы исследуем мнения посетителей магазинов Fix Price: внимательно изучаем динамику посещения наших магазинов и частоту совершения покупок, уровень покупательской удовлетворенности, наиболее востребованные товары, мнение покупателей о программе лояльности. Это позволяет нам понимать нашу целевую аудиторию, их потребности, видеть динамику восприятия и учитывать эти результаты в своей дальнейшей деятельности.

## ОНЛАЙН-ПОКУПКИ

Традиционно магазины низких фиксированных цен ориентируются на офлайн-формат, однако мы стараемся учитывать различные потребности наших покупателей, поэтому предоставляем возможность совершать онлайн-покупки, обеспечивая доступность товаров максимально широкой аудитории. Онлайн-покупки позволяют получить товары тем, кто ценит гибкость и удобство, а также тем покупателям, которые по различным обстоятельствам не могут самостоятельно ходить за покупками. В настоящий момент можно совершить заказ на сайте или через мобильное приложение, воспользовавшись услугой доставки через сервисы наших партнеров или самовывоза из магазинов.

Весной 2021 года Fix Price заключила соглашение о сотрудничестве с федеральным сервисом доставки продуктов с полок магазинов «СберМаркет». Мы также работаем с Почтой России, службами «СДЭК» и «Boxberry». Доставка осуществляется нашими партнерами по всей России, товар может быть доставлен покупателю по указанному адресу лично в руки или выдан в пункте выдачи курьерской службы.



# Качество и безопасность продукции

103-2 103-3 417-2 417-3 CG-MR-410a.2

## КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2021 ГОД:

✔ **612**  
 количество инспекционных проверок внутреннего центра контроля качества

✔ **147**  
 количество дополнительных тестирований во внешних лабораториях после инспекционных проверок

✔ **1 657**  
 количество тестирований внешними лабораториями для подтверждения состава, качества и безопасности продукции

## СТРУКТУРА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ:

Мы понимаем важность грамотно выстроенной структуры взаимодействия с поставщиками и управления вопросами качества продукции, что позволяет нам отслеживать риски и контролировать соответствие наших товаров стандартам качества. Для этого мы организовали процессы таким образом, чтобы каждый этап работы с продукцией сопровождался экспертной поддержкой специалистов Fix Price.

Мы гордимся тем, что сами являемся покупателями магазинов Fix Price, поэтому воспринимаем вопросы качества очень серьезно. В Fix Price работает строгая система контроля качества: на всех этапах жизненного цикла товара мы следим за тем, чтобы продукция проходила все необходимые процедуры проверки. При этом, наш подход к обеспечению качества и предпринимаемые меры носят риск-ориентированный характер и могут отличаться в зависимости от категории товара.

### Департамент категорийного менеджмента (ДКМ):

- ✔ отвечает за закупку товара в России и за рубежом;
- ✔ контролирует всю цепочку поставок, от разработки продукта до момента его попадания на полку магазина.



### Департамент логистики:

- ✔ отвечает за своевременную и сохранную доставку товара;
- ✔ контролирует вопросы сертификации и декларирования импортной продукции;
- ✔ проверяет документацию и состояние товара во время его приемки на склад и хранения.



### Центр контроля качества:

- ✔ курирует вопросы качества товара;
- ✔ отвечает за организацию и проведение аудитов поставщиков СТМ;
- ✔ осуществляет проверку товара с полки.




## ТОВАРЫ ПОД СОБСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ, ПРОИЗВЕДЕННЫЕ В РОССИИ

Товары СТМ являются важнейшей частью нашего ассортимента, и мы внимательно относимся к обеспечению качества таких товаров. Мы тщательно контролируем процесс создания товара на всех этапах: разрабатываем дизайн продукта, его упаковку (в том числе с учетом экологических аспектов), совместно с поставщиком прорабатываем его потребительские характеристики, проводим дегустации, привлекая наших сотрудников, и лабораторные испытания в случае необходимости. Мы также проверяем товар после его производства на предмет соответствия заявленным характеристикам и законодательным требованиям.

Для проверки условий производства товаров СТМ Fix Price проводит аудит таких поставщиков: в соответствии с Положением по обеспечению качества товаров СТМ его может осуществлять наш эксперт по качеству или сотрудник аудиторской компании до или после заключения договора об осуществлении поставки. Для аудита мы используем разработанные нами чек-листы, в которые, помимо контроля качества, также включены некоторые ESG-аспекты.

 Подробнее об аудите поставщиков можно прочитать в Главе 4 [«Партнеры»](#)

В работе с товарами СТМ мы руководствуемся Положениями по обеспечению качества товаров СТМ всех категорий.

 Подробнее об обеспечении качества товаров СТМ можно прочитать в Главе 4 [«Партнеры»](#)

## ИМПОРТНЫЕ ТОВАРЫ

К категории импортных товаров относятся как товары СТМ, так и небрендовые товары. Импортные товары представляют собой особую сферу ответственности, поскольку здесь Fix Price играет роль не только оператора розничной торговли, но и импортера.

В работе с импортной продукцией мы также участвуем в процессе всего цикла создания товара: прорабатываем всю специфику продукта, проводим лабораторные испытания для сертификации и декларирования товара в случае необходимости, а также для проверки качества, состава и безопасности продукции. После производства до отгрузки товара мы проводим удаленную и физическую проверки образцов продукции на предмет их соответствия заявленным характеристикам.



## ЦЕНТР КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА



Мы стремимся обеспечить непрерывный контроль за состоянием товара независимо от его категории или страны происхождения с момента осуществления заказа у поставщика до момента приобретения покупателем в магазине, поэтому в нашей Компании существует Центр контроля качества.

Специалисты по качеству вовлечены в процессы взаимодействия с поставщиками СТМ по различным аспектам контроля качества товара под СТМ, а также проводят регулярные проверки любого товара с полки.

На этапах коммуникации с поставщиками они проверяют документацию, подтверждающую качество и безопасность продукции, соответствие заявленным характеристикам, а также проводят дегустации образцов продукции разных производителей в случае необходимости. Также специалисты Центра контроля качества помогают с аудитом производителей СТМ и проверкой присланных от них образцов продукции.

При проверке товара с полки Центр контроля качества руководствуется риск-ориентированным подходом. При таком подходе категории товара к проверке и периодичности контроля определяются (1) уровнем «опасности потенциально несоответствующего товара», (2) вероятностью частоты несоответствия нормам безопасности, (3) степенью тяжести последствий и (4) потенциальным количеством пострадавших.

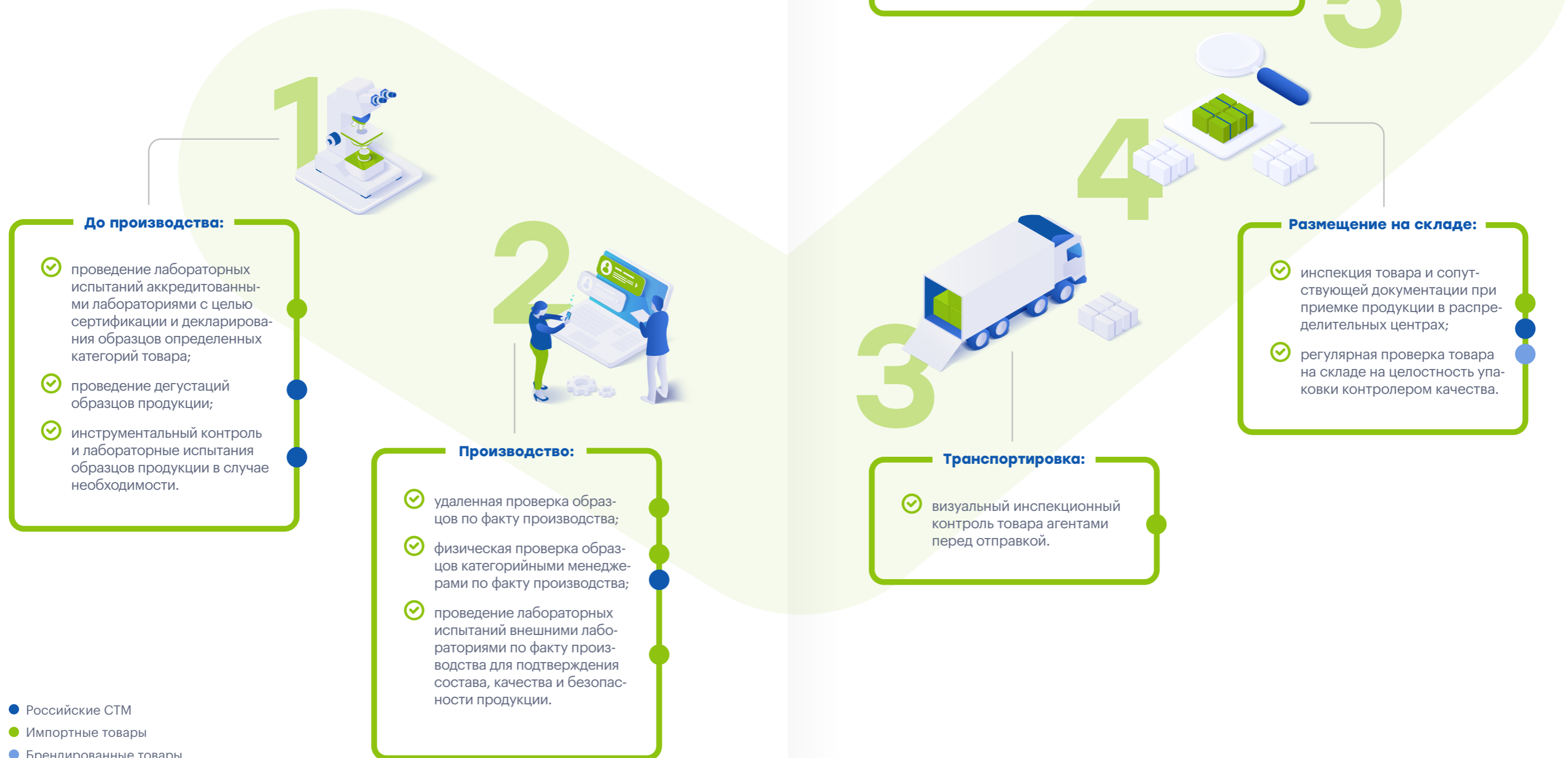
Специалисты по качеству также сами проводят инструментальный контроль товара: проверяется маркировка и соответствие товара заявленным характеристикам. При необходимости Центр контроля качества направляет товар для проведения лабораторных испытаний.

Наши сотрудники проводят регулярные проверки продукции и обладают большим опытом и достаточными знаниями, чтобы определить риск, присущий каждому товару.



## ПОДХОДЫ К КОНТРОЛЮ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Как мы проверяем качество на разных этапах работы с товаром



Ежегодно мы увеличиваем количество проверок, проводимых внешними независимыми лабораториями и нашим Центром контроля качества, в особенности потому что в нашем ассортименте постоянно появляются новые товары. С 2019 по 2021 год количество тестирований, проведенных сверх требований регуляторов (добровольные тестирования), увеличилось почти

в **2** раза,

в то время как тестирований в целях сертификации стало больше

на **34** %.

## ОТКРЫТОСТЬ

Наша Компания стремится быть максимально открытой со своими покупателями, поэтому каждый посетитель может ознакомиться с копиями сертификатов или деклараций о соответствии качества товаров, обратившись к заведующему или администратору магазина.



### Количество проверок качества продукции в разрезе видов проверок

	2019	2020	2021
<b>Количество тестирований, проведенных сверх требований регуляторов (добровольные тестирования), в том числе:</b>	<b>1 301</b>	<b>1 432</b>	<b>2 416</b>
Инструментальные тестирования, проведенные внутренним Центром контроля качества Fix Price	414	350	612
Дополнительные лабораторные испытания во внешних лабораториях по результатам инструментального контроля	113	55	147
Тестирование внешними лабораториями для подтверждения состава, качества и безопасности импортной продукции	774	1 027	1 657

### Количество тестирований, проведенных в целях сертификации

Лабораторные тестирования для сертификации и декларирования импортной продукции	1 031	1 211	1 386
---	-------	-------	-------

## ОБРАЩЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Мы ценим мнение наших покупателей и внимательно обрабатываем запросы, связанные с качеством продукции. Покупатели могут обратиться к нам через форму обратной связи на сайте или по электронной почте. После получения обращения мы внимательно его изучаем и направляем информацию ответственным сотрудникам для обработки.

В случае, если зафиксировано обращение по теме «неудовлетворительное качество товара», ответственные сотрудники заносят его в реестр, после чего запускается процесс анализа информации с последующим проведением проверки. Если были выявлены отклонения в качестве товара, мы сообщаем об этом поставщику, который, в свою очередь, предпринимает все необходимые меры для предотвращения подобных случаев в будущем. В случае необходимости, реализация несоответствующего товара может быть прекращена. Все процедуры по работе с подобными обращениями выстроены таким образом, чтобы максимально быстро решить проблему и устранить потенциальные риски продажи некачественного товара в будущем. По завершении проверки мы предоставляем покупателю обратную связь и закрываем обращение.



## ОТВЕТСТВЕННАЯ МАРКИРОВКА

Мы ответственно относимся к маркировке товара, а потому стремимся соответствовать регуляторным требованиям в этой сфере.

В Fix Price разработан целый комплекс мер, направленных на оптимизацию процесса маркировки товара. Например, в 2021 году наша Компания внедрила программное обеспечение собственной разработки Set Mark Sentrum по всем товарным группам, подлежащим маркировке, с целью обеспечения централизованного контроля продажи маркированного товара на кассах собственных магазинов. Это позволяет нам:

- ✔ соответствовать законодательным требованиям по обороту маркированной продукции;
- ✔ выявлять и не допускать факты нарушений при продаже маркированного товара;
- ✔ выявлять ошибки поставщиков и вести претензионную работу;
- ✔ включать в работу с маркировкой любые новые товарные группы.

### Случаи несоблюдения правил и/или добровольных кодексов, касающихся информации о продуктах и услугах и о маркировке

	2019	2020	2021
Общее количество случаев несоблюдения правил и/или добровольных кодексов, касающихся информации о продуктах, услугах и маркировке	0	0	0

# Люди



**33** тыс. чел.

ЧИСЛЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА  
ГРУППЫ КОМПАНИЙ

## КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2021 ГОД

Если 2020 год был в первую очередь ознаменован началом пандемии COVID-19 и связанными с ней испытаниями, то в 2021 году Компания столкнулась с новыми вызовами, такими как ужесточение ограничительных мер, связанных с продолжающейся пандемией, высокая инфляция, рост цен на сырье и стоимости грузоперевозок, однако нам удалось быстро и эффективно адаптировать бизнес под новые реалии.

Наши сотрудники стали важнейшими участниками этого процесса. Ведь именно персонал, являясь ключевым звеном общей системы, обеспечивает непрерывную работу нашей Компании, предоставляет покупателям возможность получить уникальный опыт совершения покупок и обеспечивает успешное внедрение инноваций в нашу деятельность.

Эффективная система управления персоналом позволила добиться значимых результатов в 2021 году

44%

доля женщин

среди руководства<sup>1</sup>,  
+ 7 п.п. год к году

83%

доля женщин

от общего количества  
сотрудников Компании<sup>2</sup>



100%

новых заведующих магазинов  
прошли обучение по программе  
наставничества

100%

сотрудников магазинов,  
а также новых сотрудников РЦ и офиса  
прошли обучение

<sup>1</sup> Если не указано иное, в состав руководства входит топ-менеджмент, руководители среднего и младшего звена

<sup>2</sup> Здесь и далее, если не указано иное, периметр раскрытия информации: штатный персонал ООО «Бэст Прайс» (в тексте отчета также «Компания», «Fix Price»), основной операционной компании Группы компаний Fix Price в Российской Федерации, без учета численности персонала подрядных организаций и персонала Группы в прочих географиях присутствия



1



Мы запустили программу «**Эксперт своего дела**», которая позволяет сотрудникам Компании делиться своими профессиональными знаниями и опытом для повышения как компетенций других сотрудников, так и собственных навыков.

2



Для сотрудников магазинов, которые составляют основную долю нашего персонала, мы стали в два раза чаще проводить обязательное обучение с последующей аттестацией, а также ввели профессиональное обучение для повышения квалификации. В 2021 году среднее количество часов обучения и развития сотрудников, в расчете на единицу FTE<sup>3</sup>, увеличилось на 110%.

3



В 2021 году мы продолжили оснащать помещения антисептиками и необходимым санитарным оборудованием, а также переводить офисных сотрудников на удаленный формат работы для минимизации случаев заражения COVID-19. В 2021 году 46% офисного персонала было переведено на комбинированный или удаленный режим работы.

Подробнее об этом можно прочитать в Главе 6 «**COVID-19: Ответные меры**»

<sup>3</sup> Здесь и далее FTE (full-time equivalent) – эквивалент полной занятости сотрудников компании

# Подход к управлению персоналом

102-7 103-2 103-3



На уровне Совета директоров вопросы управления персоналом рассматриваются Комитетом по кадрам и вознаграждениям. На уровне бизнес-подразделений за операционное и стратегическое управление персоналом отвечает служба кадровых ресурсов, которую возглавляет Директор по персоналу. В соответствии с нормами международного и российского трудового законодательства мы разработали кадровую политику, которая обеспечивает соответствие нашей системы управления персоналом требованиям регулирующих органов и иных заинтересованных сторон, а также предоставляет сотрудникам возможность получить информацию об основных аспектах, касающихся трудовой деятельности.

Для нас важно заботиться о каждом сотруднике, создавать комфортные условия труда и благоприятную атмосферу в коллективе и выстраивать объективную систему компенсации и мотивации. Большое внимание мы уделяем профессиональному и личностному развитию персонала, разрабатывая новые обучающие продукты с элементами геймификации.

В Компании приветствуется обратная связь, что способствует развитию открытой корпоративной культуры. Каждый сотрудник может обратиться с предложениями к своему руководителю, а в случае особой важности – напрямую к топ-менеджменту. Это позволяет учитывать широкий спектр мнений при принятии решений.

## Структура персонала по типам объектов в 2019–2021 гг., человек

	Объект	2019	2020	2021
Численность сотрудников на конец года, по типам объектов	Офис	958	1 196	1 405
	Магазины	13 138	15 027	15 405
	РЦ <sup>1</sup>	702	748	849
Общая численность сотрудников на конец года	Все объекты	14 798	16 971	17 659
Среднесписочная численность персонала Группы компаний, по типам объектов <sup>2</sup>	Офис	935	1 356	1 507
	Магазины	21 827	28 105	28 937
	РЦ	2 302	2 508	2 599
Общая среднесписочная численность персонала Группы компаний <sup>3</sup>	Все объекты	25 064	31 970	33 044

# 33 044 человека

среднесписочная численность персонала Группы компаний

Другим инструментом для получения обратной связи от сотрудников является регулярное проведение опросов, цель которых – оценка удовлетворенности и лояльности сотрудников всех подразделений. Это помогает нам лучше понимать своих сотрудников и более эффективно выстраивать взаимодействие внутри Компании.

<sup>1</sup> Распределительные центры

<sup>2</sup> Персонал Группы компаний Fix Price, занятый во всех странах присутствия Группы, включая персонал подрядных организаций

<sup>3</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

# Разнообразие и инклюзия в Компании

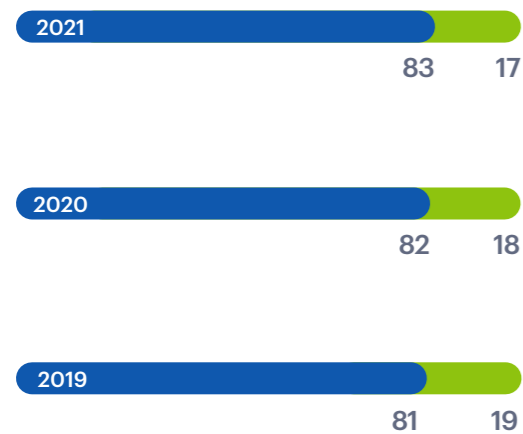
102-8 103-2 103-3 405-1 CG-MR-330a.1

Мы убеждены, что разнообразие и инклюзия являются важными факторами для создания успешной команды, и поэтому предоставляем сотрудникам равные возможности независимо от пола, возраста, расы, вероисповедания, политических убеждений и физических возможностей.

Основные принципы равного и этичного отношения к персоналу закреплены в Политике в области деловой этики (Кодексе поведения). В случае дискриминации по какому-либо признаку или нарушения принципов этики каждый сотрудник может сообщить об этом в Комитет по этике, позвонив на горячую линию или направив письмо на электронную почту.

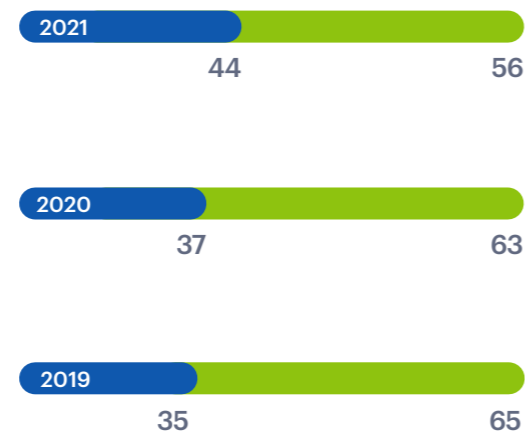
## Структура персонала и руководства по гендерному составу в 2019–2021 гг.

Гендерная структура персонала на конец года, %



● Женщины  
● Мужчины

Гендерная структура руководства на конец года, %



● Женщины  
● Мужчины

Также сотрудники могут написать обращение в Комитет по этике, либо задать вопрос, оставив свои контактные данные для обратной связи.

Подробнее о работе механизмов обратной связи в Компании можно прочитать в Главе 1 «О Компании»

Доля женщин в числе сотрудников и руководства постоянно увеличивалась в период с 2019 по 2021 год и в отчетном году составила 83% и 44% соответственно.

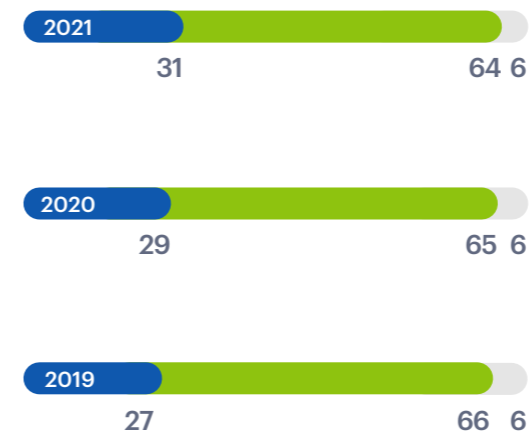
В Компании работают сотрудники различных возрастных групп, что позволяет нам поддерживать принцип разнообразия и инклюзии внутри команды. Наибольшая доля сотрудников приходится на персонал в возрасте от 30 до 50 лет (64% от общей численности персонала). Около трети всего персонала (31% в 2021 году) составляют сотрудники в возрасте до 30 лет. Средний возраст руководства (82% руководителей в 2021 году) – от 30 до 50 лет.

Мы принимаем на работу людей с ограничениями по здоровью, вовлекая их в рабочий процесс в качестве сотрудников магазинов и диспетчеров на дому. На конец 2021 года в Компании работали 192 сотрудника с ограничениями по здоровью, что на 22% больше, чем в 2020 году.



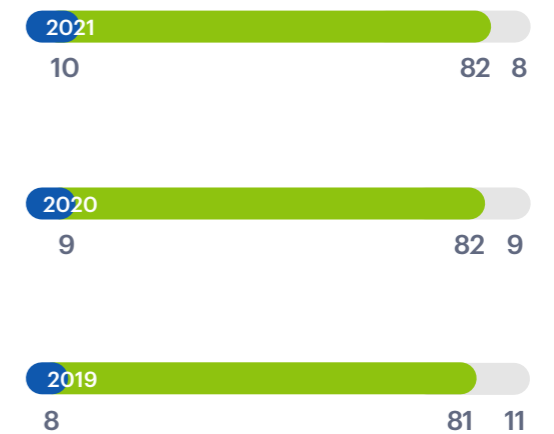
## Структура персонала и руководства по возрасту в 2019–2021 гг.

Возрастная структура персонала на конец года, %

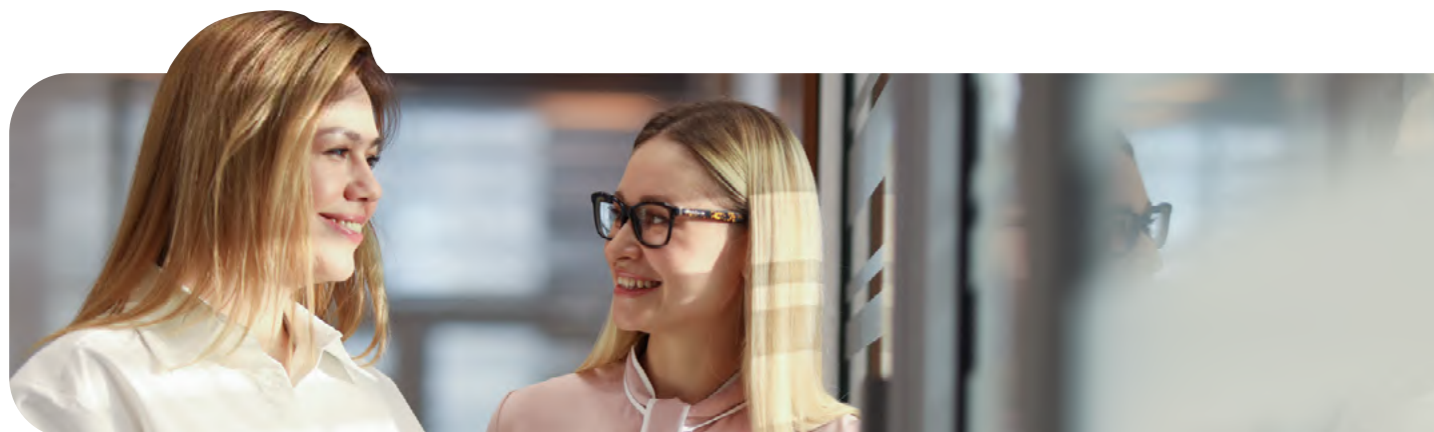


● < 30 лет  
● 30–50 лет  
● > 50 лет

Возрастная структура руководства на конец года, %



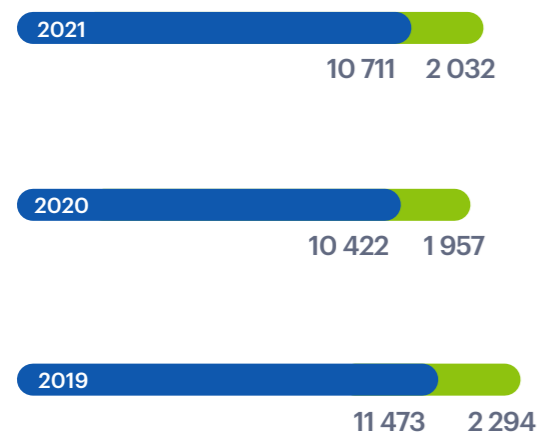
● < 30 лет  
● 30–50 лет  
● > 50 лет



Мы верим в ценность человека с его идеями, опытом и мировоззрением. Мы также знаем, что наши сотрудники – это люди, которые разделяют наши цели и амбиции. Именно поэтому Компания уделяет большое внимание вопросу подбора и найма кадров и старается предъявлять адекватные и справедливые требования к кандидатам. Так, для тех должностей, где это применимо, мы не требуем наличия высшего образования. Это помогает обеспечить возможность как можно большему числу соискателей обрести работу, а нам – использовать потенциал максимально широкой аудитории с разнообразным опытом и способностями.

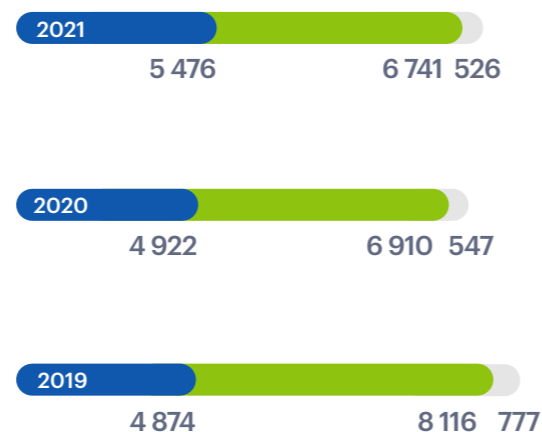
Отметим, что процесс подбора и адаптации персонала различается в зависимости от объекта Компании (офис, магазин или распределительный центр). В 2021 году более 12 тысяч кандидатов были приняты в штат Компании, что на 3% больше, чем в 2020 году. Мы рады отметить подобную тенденцию роста, так как в 2020 на фоне пандемии темп набора новых сотрудников замедлился на 10% год к году.

**Структура новых сотрудников по гендерному составу в 2019–2021 гг., человек**



● Женщины  
● Мужчины

**Структура новых сотрудников по возрасту в 2019–2021 гг., человек**



● < 30 лет  
● 30–50 лет  
● > 50 лет

Fix Price гордится тем, что на протяжении своего существования выстраивает долгосрочные отношения с сотрудниками –

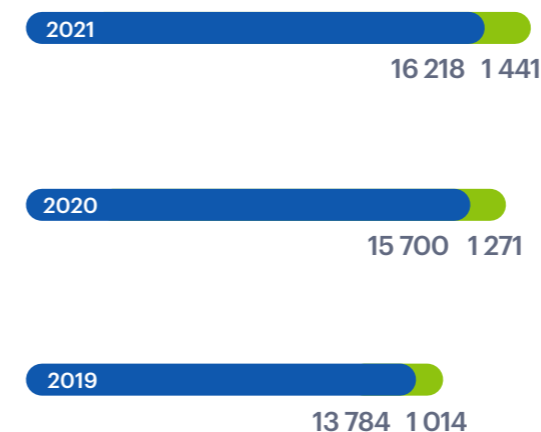
**92%**

наших сотрудников работают по бессрочному трудовому договору,

при этом доля сотрудников с временным трудовым договором в 2021 году составила 8%.



**Структура персонала по типу трудового договора в 2019–2021 гг., человек**



● Бессрочный договор  
● Временный договор

Мы стремимся сделать процесс адаптации простым и комфортным для всего нашего персонала.

- ✔ Для штатных сотрудников организуются вводные семинары, предоставляются ознакомительные буклеты нового сотрудника, в которых есть все нужные ссылки на внутренний ресурс Компании (интранет), проводится необходимое обучение с последующей аттестацией (если это предусмотрено программой обучения), а также организована программа наставничества для сотрудников РЦ и магазинов. Сотрудники подрядных организаций, которые выполняют работы на наших объектах, получают инструкции касательно рабочего процесса, а также доступ к обучающим материалам.
- ✔ Для новых сотрудников центрального офиса организуется вводный день для ознакомления с Компанией, на котором предоставляется информация о Компании, карьерных перспективах, каналах коммуникации и процессах обучения.
- ✔ Новым сотрудникам магазинов через мессенджеры рассылаются приветственные письма, где указана вся основная необходимая вводная информация.
- ✔ В Компании действует процедура ознакомления каждого сотрудника со всеми ключевыми политиками и регламентами организации вне зависимости от объекта работы. После изучения документов сотрудники обязаны подписать и сдать лист ознакомления с политиками. Данная инициатива была внедрена в 2021 году и является обязательной для штатных сотрудников всех наших объектов.

# Вознаграждение и мотивация

103-2 103-3 403-6 405-2 CG-MR-310a.1

Прозрачные и справедливые вознаграждение и мотивация являются ключевым и факторами в системе управления персоналом.

Наша Компания стремится собирать лучших специалистов на всех направлениях нашей деятельности. Для этого мы внимательно следим за рынком труда и предлагаем своим сотрудникам конкурентную заработную плату, не зависящую от пола, возраста, расовой и национальной принадлежности, религиозных факторов и сексуальной ориентации.

Соотношение медианной заработной платы сотрудников мужского и женского пола в 2021 году составляло 0,90. Различия в заработной плате сотрудников мужского и женского пола связано со спецификой деятельности и видом выполняемых женщинами и мужчинами работ.

Важно отметить, что все сотрудники Fix Price получают заработную плату выше МРОТ (минимального размера оплаты труда), установленного российским законодательством.

## Соотношение заработной платы мужчин и женщин в разбивке по должностям в 2019–2021 гг.

	2019	2020	2021
Соотношение базового оклада женщин и мужчин на высшем уровне управления, кроме С-уровня	0,93	0,85	0,99
Соотношение базового оклада женщин и мужчин на уровне руководителей среднего и младшего звена	1,43	1,21	1,27
Соотношение заработной платы женщин и мужчин на уровне линейного персонала (офисные сотрудники, сотрудники магазинов и другие)	0,79	0,83	0,82



Для каждой категории сотрудников установлена своя система мотивации в зависимости от направления работы и должности. Например, для сотрудников, участвующих в реализации стратегических проектов и инициатив по автоматизации и улучшению бизнес-процессов в офисе, предусмотрено дополнительное премирование при выполнении целей проекта в заданные сроки. Введение данной надбавки призвано усилить заинтересованность сотрудников в соблюдении сроков выполнения задач и реализации целей проектов. Сотрудникам магазинов выплачиваются бонусы за выполнение плана продаж и высокие результаты. Так мы укрепляем связь между результативностью и заработной платой.

В 2022 году мы планируем внедрить программу долгосрочной мотивации ключевых сотрудников для удержания наиболее ценных кадров.

Для поддержания благополучия и повышения лояльности сотрудников также действует система социальной поддержки, которая включает в себя следующие компоненты:

- ✔ **материальная помощь** (в случае рождения ребенка, заболевания или смерти близкого родственника, потери трудоспособности и иных случаях, когда сотруднику требуется материальная поддержка);
- ✔ **доплата до полного заработка** (в случае временной нетрудоспособности<sup>1</sup> или очередного отпуска сотрудника);

- ✔ **добровольное медицинское страхование** (с последующим расширением перечня доступных клиник после достижения определенного стажа работы в Компании);
- ✔ **беспроцентный заем** (предоставляется ключевым сотрудникам на значимые цели: обучение, приобретение жилья, лечение);
- ✔ **премирование сотрудников** (премирование сотрудников по достижении 10 лет стажа работы в Компании, премирование лучшего сотрудника департамента раз в год);
- ✔ **гибкий или удаленный график работы** (в случае болезни или отпуска по уходу за ребенком, а также по договоренности с руководством, если такой график применим);
- ✔ с февраля 2022 года наша Компания предоставляет **скидки для всех сотрудников в рамках договоренностей с нашими партнерами**. Теперь доступны скидки на обучение иностранным языкам, образовательные курсы, покупку литературы, занятия спортом, а также на путешествия и услуги страхования.

Мы оказываем социальную поддержку всем сотрудникам, в том числе работающим неполный день. Для получения необходимой меры поддержки сотруднику необходимо только соответствовать требованиям в части минимального порога по стажу работы, который определен в рамках политики, регулирующей конкретную льготу.

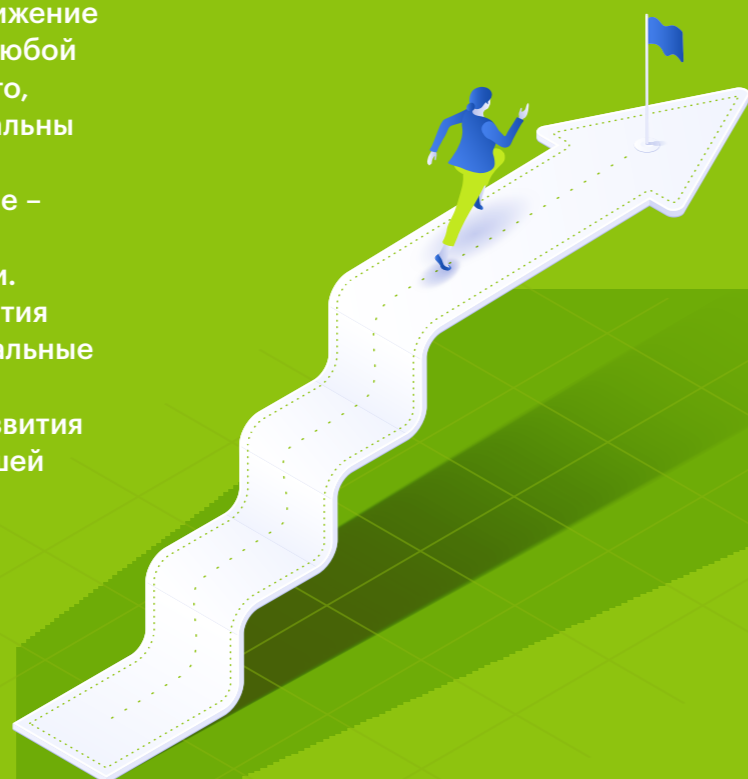
<sup>1</sup> К понятию временной нетрудоспособности мы относим отпуск по уходу за ребенком (в том числе мужчинам), больничный



# Обучение и развитие

404-1 404-2

Мы убеждены, что достижение долгосрочного успеха любой компании зависит от того, насколько профессиональны ее сотрудники, поэтому корпоративное обучение – это ключ к сохранению конкурентоспособности. Отдел обучения и развития стремится дать максимальные возможности для профессионального развития каждого сотрудника нашей Компании.



## ИСТОРИЯ УСПЕХА В FIX PRICE



### Ольга Шицкая

Ольга работает с нами с самого основания Компании, с 2007 года. Она начала свой карьерный путь с позиции продавца-кассира, после чего за отличные результаты была повышена до должности заведующего магазином, где она на протяжении восьми лет успешно выполняла поставленные перед ней цели и задачи и способствовала улучшению показателей деятельности магазина. В 2016 году руководство Fix Price предложило Ольге перейти на позицию менеджера департамента продаж, которую она занимает по сей день. Ольга отмечает, что Fix Price – компания, которая развивается сама и развивает своих сотрудников благодаря тренингам, образовательным материалам для сотрудников Fix Price, а также наставническим программам, что очень помогает каждому, кто работает в команде.

## ИСТОРИЯ УСПЕХА В FIX PRICE



### Владимир Курьян

Владимир работает с нами уже более 10 лет. Он пришел в Fix Price в 2011 году на позицию продавца-кассира одного из наших магазинов, а сейчас занимает должность тренинг-менеджера отдела обучения и развития. За это время Владимир успел проявить себя на должностях администратора и заведующего магазином. После нескольких лет работы Владимира руководство Компании приняло решение о его повышении до тренинг-менеджера. Активная жизненная позиция и вовлеченность Владимира в разные направления деятельности Fix Price помогли ему как достичь успеха внутри Компании, так и внести большой вклад в наше развитие.



О других историях вы можете узнать [здесь](#)

Наша главная цель – подготовить сотрудников к решению широкого круга задач и обеспечить высокий уровень эффективности в работе. В Fix Price существуют различные программы обучения, созданные для разных объектов Компании.

### ДЛЯ СОТРУДНИКОВ МАГАЗИНОВ

Основной акцент мы делаем на обучении сотрудников магазинов, так как они отвечают за взаимодействие с нашими покупателями. При оформлении на работу нового сотрудника магазина ему открывается доступ к учебным курсам в системе дистанционного обучения FP School<sup>1</sup>, которые он должен пройти в соответствии с его должностью. Перечень курсов формируется на основе матрицы профессиональных, личностных и управленческих компетенций, которые особенно важны для сотрудников магазинов, и регулярно обновляется, чтобы соответствовать потребностям бизнеса. В 2021 году мы запустили профессиональное обучение для сотрудников магазинов, которое направлено на повышение квалификации для продвижения по карьерной лестнице.

Чтобы процесс обучения был удобным и динамичным, а система дистанционного обучения доступна с любого устройства, мы разработали специализированное мобильное приложение, а также внедрили элементы геймификации: значки и аватары, рейтинговую систему и интерактивные видеокурсы.

По итогам обучения проводится аттестация с выдачей сертификатов. В 2021 году мы увеличили частоту прохождения переобучения до двух раз в год (ранее период переобучения составлял 12 месяцев). По итогу прохождения аттестации формируется матрица компетенций сотрудника, подсвечивающая его знания в определенных областях и выявляющая темы, которые требуют повторения.

<sup>1</sup> Fix Price School – система дистанционного обучения

### НАГРАДНЫЕ ЗНАЧКИ

За прохождение определенных уровней обучения сотрудник получает соответствующие значки в свой профиль. Например, за изучение материалов по мерчендайзингу – значок «Канцелярский нож», прохождение курса по безопасности – значок «Охранник магазина».



Проходя обучение, сотрудник получает полный набор значков: рубашка, кепка, бейдж, нож, перчатки, компьютер, охранник, мобильный телефон, ключ от кабинета и так далее.

Вместе со значком сотрудник получает вопрос из аттестационного теста на соответствующую тему и подробный разбор решения полученного вопроса. Чем больше уровней обучения проходят сотрудники, тем больше значков они зарабатывают, и, соответственно, тем проще им сдать аттестационный тест.

### АВАТАР

В системе дистанционного обучения каждому сотруднику присваивается аватар в виде определенного существа. Аватар «питается» пройденными учебными материалами: чем больше сотрудник проявляет активность на учебном портале, тем больше «вырастает» его аватар. У каждого сотрудника есть возможность вырастить аватар дракона из аватара цыпленка.

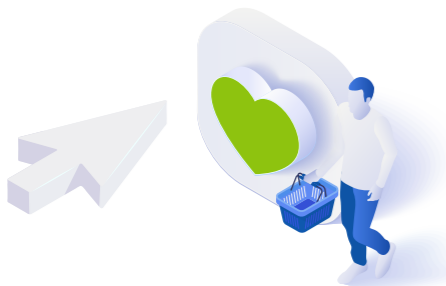
Помимо стандартных методов обучения мы также публикуем обучающие статьи, опросы и видео для сотрудников магазинов в официальных аккаунтах отдела обучения в социальных сетях. Данный формат дает сотрудникам возможность проходить обучение в любое удобное для них время.

По завершении обучения мы просим сотрудников пройти опрос по оценке курса и на основе полученной обратной связи дорабатываем обучающие материалы, чтобы сделать их наиболее удобными и полезными для персонала.

Помимо обучения для сотрудников магазинов в Компании действует программа наставничества для заведующих магазинов. В 2021 году 100% новых заведующих поучаствовали в программе наставничества. При прохождении новым заведующим аттестации его наставник получает премию в качестве дополнительной мотивации за успешно реализованное наставничество.

### ВИДЕОИГРА «РАБОТА С КОНФЛИКТАМИ ПОКУПАТЕЛЯ»

Мы разработали и включили в программу обязательного обучения для заведующих и администраторов магазинов интерактивную видеоигру «Конфликт с покупателем», которая позволяет в формате диалогового тренажера проработать возможные конфликтные ситуации с покупателями.



### ДЛЯ СОТРУДНИКОВ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

Для сотрудников распределительных центров (РЦ) проводится обязательное вводное обучение по охране труда и работе в РЦ в соответствии с занимаемой должностью. Персонал также имеет возможность перенять опыт старших коллег: в 2021 году 100% новых сотрудников на позиции «комплектовщик» прошли обучение по программе наставничества.

### ДЛЯ ОФИСНЫХ СОТРУДНИКОВ

Для офисных сотрудников организованы следующие программы обучения:

# 1

#### для развития профессиональных компетенций

- ✔ Очное обучение и вебинары: до пандемии мы организовывали очное обучение с тренерами в учебном классе, сейчас это преимущественно вебинары. Темы обучающих курсов определяются исходя из производственной необходимости по развитию компетенций офисного персонала, а также на основе предложений и пожеланий самих сотрудников. Обучение проводится силами отдела обучения и развития или с привлечением внешних контрагентов, исходя из профессиональных потребностей и ресурсов, которыми располагает Компания.
- ✔ Доступ к записям обучающих курсов: мы размещаем записи очных обучающих курсов и вебинаров на корпоративном сайте в онлайн-формате. Сотрудники могут прослушать материалы в любое удобное для них время.

# 2

#### обучающие курсы для личного развития

- ✔ В период пандемии мы осознали важность предоставления сотрудникам информации для личного развития и борьбы со стрессом. Для этого в отчетном году мы разработали ряд соответствующих курсов: «Лидерство», «Тайм-менеджмент», «Йога на рабочем месте», «Профилактика эмоционального выгорания» и иные материалы.

### ПРОГРАММА «ЭКСПЕРТ СВОЕГО ДЕЛА»

В 2021 году мы запустили проект «Эксперт своего дела», чтобы сотрудники Компании имели возможность делиться своими экспертными знаниями, повышая квалификацию как коллег, так и свою собственную. Сотрудник может поделиться с коллегами своим опытом не только в сфере профессиональных, но и личностных компетенций. Инициативу по проведению обучения проявляет сам сотрудник, а организацию берет на себя отдел обучения.



В 2022 году мы планируем запустить программу наставничества для офисных сотрудников, которая позволит им перенимать компетенции более опытных коллег и повышать эффективность своего обучения. Помимо этого, в начале 2022 года, учитывая текущую политическую и экономическую ситуацию, мы запустили тренинг по управлению изменениями, в рамках которого сотрудников обучают как правильно определить суть возникающих психологических сложностей и как с ними работать.

В 2021 году наблюдалось увеличение среднего количества часов обучения более чем в два раза. Это связано с увеличением частоты прохождения сотрудниками магазинов обучения и аттестации по его итогам с одного до двух раз в год, а также с запуском профессионального обучения для сотрудников магазинов, которое нацелено на повышение квалификации персонала. После успешного прохождения обучения сотрудник может подать анкету в отдел кадров для включения в состав кадрового резерва. После этого сотрудники проходят тестирование для определения уровня компетентности, лидерских качеств и потенциала для повышения в должности.



Мы уделяем внимание развитию не только штатного персонала, но и сотрудников подрядных организаций, задействованных в работе магазинов: для них действует такая же система обучения и развития, как и для штатных сотрудников.

В феврале 2022 года мы запустили курс из пяти обязательных бизнес-тренингов для сотрудников офиса. Тренинги затрагивают вопросы информационной безопасности, правил делового поведения, антикоррупционную политику, а также основы управления рисками. Также в текущем году мы планируем организовать курсы для руководителей среднего звена и старших менеджеров, где будут рассматриваться такие направления как лидерство, методы идентификации и анализа рисков, эмоциональный интеллект, наставничество, управление проектами и прочее.

Мы рассчитываем на то, что реализуемые инициативы по обучению будут способствовать личностному росту и непрерывному развитию сотрудников, а также помогут им осознать свою значимость.

**Среднегодовое количество часов обучения и развития сотрудников, в расчете на единицу FTE<sup>1</sup>**

**51,49**

2021

**24,51**

2020

**24,23**

2019

<sup>1</sup> При расчете показателя учитывалось обязательное и профессиональное обучение сотрудников

# Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников

403-1 403-2 403-3 403-5 403-6 403-7 403-9

Один из основных приоритетов нашей деятельности – жизнь и здоровье персонала. Мы постоянно повышаем культуру безопасности и совершенствуем систему управления охраной труда, в которую вовлечены сотрудники всех уровней. Контроль соответствия требованиям законодательства осуществляет отдел охраны труда, в то время как руководители соответствующих подразделений, прошедшие обучение по охране труда, занимаются решением релевантных вопросов. При необходимости вопросы, связанные с обеспечением безопасных условий труда на рабочих местах, могут быть вынесены на обсуждение высшим руководством или Советом директоров.

Компания заботится о безопасности труда не только штатных сотрудников, но также подрядчиков и поставщиков товаров и услуг, осуществляющих работы на наших объектах.

Мы требуем от них неукоснительного выполнения всех норм и стандартов в области охраны труда, которые действуют в Компании.

Для обеспечения дополнительной безопасности в договор с подрядчиками и поставщиками включены основные технологические инструкции по работе с оборудованием и порядок действий при возникновении несчастных случаев.

Наши подрядчики подвержены тем же рискам на рабочих местах, что и штатные сотрудники. Поэтому Компания применяет единый подход по отношению ко всем лицам, исполняющим обязанности на наших объектах. В Компании организован единый процесс ознакомления с правилами безопасной работы и возможными рисками как для наших сотрудников, так и для персонала подрядных организаций.

Такой подход позволяет минимизировать уровень травматизма, а если несчастный случай произошел с представителем подрядной организации – расследовать его в том же порядке, что и в случае со штатным сотрудником. 100% сотрудников (как штатных, так и подрядных организаций) проходят вводный инструктаж по охране труда.

Мы ответственно относимся к расследованию несчастных случаев, поэтому, согласно регламентированному процессу, при возникновении происшествия в обязанности руководителя входит незамедлительное оповещение о нем отдела охраны труда. Для того чтобы не допустить повторения несчастного случая, создается комиссия по расследованию, которая тщательно выясняет причины происшествия. Если случай классифицируется как «тяжелый», то привлекаются соответствующие государственные органы.

Минимизация количества несчастных случаев – важная задача для Компании. Мы постоянно повышаем уровень знаний по охране труда как руководителей и специалистов, так и сотрудников рабочих профессий Компании. Для обеспечения эффективного функционирования и постоянного совершенствования системы управления охраной труда Компания регулярно актуализирует корпоративные документы в данной области. В 2021 году в связи с рядом законодательных изменений мы пересмотрели 448 утвержденных инструкций и разработали более 1 280 новых инструкций для РЦ по охране труда, пожарной безопасности, электробезопасности, действиям в чрезвычайных ситуациях. На момент публикации отчета большинство инструкций было уже внедрено. Кроме того, мы создали 14 инструкций и 68 правил и положений для магазинов. Мы информировали сотрудников об изменениях посредством рассылок через электронную почту, баннеров на учебном сайте и постов в социальных сетях.

В части работы с потенциально опасным видом оборудования (высотное подъемно-транспортное оборудование и подъемники) проводится дополнительное обучение или нанимаются сотрудники, уже имеющие релевантный опыт работы. Это позволяет нам минимизировать риски и поддерживать низкий уровень происшествий и травматизма.

В 2021 году мы наблюдали увеличение количества пострадавших с временной потерей трудоспособности и некоторое увеличение числа тяжелых травм без смертельных исходов, что связано с ростом общей численности персонала магазинов. Также можно отметить рост числа случаев происшествий без последствий – это следствие того, что такие случаи начали лучше отслеживаться и регистрироваться. Тяжелые травмы в 2021 году были связаны со случаями нарушений правил безопасности и незаконным вмешательством на территорию наших объектов.

**После возникновения данных инцидентов мы провели работу по минимизации рисков:**

- ✔ пересмотрели риски после возникновения инцидента;
- ✔ выдали рекомендации по изменению бизнес-процесса;
- ✔ включили в процесс обучения информирование всех сотрудников Компании о возможности таких рисков и предпосылок к их возникновению.

Мы осознаем важность работы на опережение в области охраны труда. В частности, поэтому в нашей Компании организована система управления профессиональными рисками, позволяющая не только снизить уровень травматизма, но и минимизировать репутационные риски и финансовые потери. В ходе идентификации опасностей, анализа и оценки рисков мы учитываем не только штатные условия деятельности Компании, но и принимаем во внимание возможные отклонения, которые могут привести к авариям. При разработке мероприятий по управлению рисками мы руководствуемся приоритетностью мер контроля и, в первую очередь, стараемся исключать проведение опасных работ.

Мы заботимся о здоровье наших сотрудников и стремимся создать для них безопасную и комфортную рабочую среду. Сотрудники, которые работают со сложным и опасным оборудованием, перед началом работы проходят обучение и сдают экзамен. Также наши сотрудники регулярно проходят медицинские обследования, а для сотрудников РЦ организованы специальные предсменные медицинские осмотры с использованием телемедицины, которые позволяют диагностировать повышенную температуру и давление, измерить различные параметры общего здоровья человека, что в итоге помогает минимизировать риск происшествий при вождении транспортных средств и управлении сложной и опасной техникой. Кроме того, для мониторинга условий труда на рабочих местах мы проводим регулярную специальную оценку, по результатам которой условия труда на всех рабочих местах признаны допустимыми, а также осуществляем производственный контроль рабочего процесса.

**Показатели охраны труда по сотрудникам и подрядчикам в 2019–2021 гг.**

	2019	2020	2021
Общее количество отработанных человеко-часов <sup>1</sup> , в том числе:	47 565 723	55 448 378	64 993 283
среди сотрудников	28 328 673	33 094 760	38 528 953
среди подрядчиков	19 237 051	22 353 618	26 464 330
Общее число несчастных случаев, в том числе:	15	19	31
среди сотрудников	7	11	10
среди подрядчиков	8	8	21
Общее число несчастных случаев <sup>2</sup> со смертельным исходом, в том числе:	0	0	0
среди сотрудников	0	0	0
среди подрядчиков	0	0	0
Общее число тяжелых производственных травм (без смертельных исходов), в том числе:	0	0	3
среди сотрудников	0	0	3
среди подрядчиков	0	0	0
Количество пострадавших с временной потерей трудоспособности по причине несчастных случаев (LTI <sup>3</sup> ), в том числе:	15	19	28
среди сотрудников	7	11	10
среди подрядчиков	8	8	18
Количество происшествий без последствий, в том числе:	2	2	19
среди сотрудников	1	0	3
среди подрядчиков	1	2	16

<sup>1</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

<sup>2</sup> В соответствии со стандартом GRI 403-10 в общее число несчастных случаев включены все происшествия, кроме происшествий без последствий

<sup>3</sup> От англ. Lost time injury

# Социальные проекты

413-1

Мы осознаем важность заботы о местных сообществах и наших покупателях. Наряду с ответственной социальной политикой в отношении наших сотрудников мы также вносим значительный вклад в улучшение качества жизни в регионах нашего присутствия.

Развитая сеть розничных магазинов в 79 из 85 регионов России позволяет нам предоставлять населению необходимые товары по доступным ценам даже в отдаленных городах и населенных пунктах. Стандартизация наших магазинов по внешнему виду, оснащению, ассортименту и ценовой политике <sup>1</sup> помогает нам предоставлять покупателям из разных городов России одинаковый опыт совершения покупок. Обширный ассортимент позволяет удовлетворять нужды покупателей с разными запросами и разным бюджетом.

Для нас важно учитывать мнение покупателей при формировании нашего ассортимента – с этой целью в нашей компании есть несколько каналов для сбора обратной связи от покупателей, которую мы в дальнейшем анализируем и учитываем при работе с ассортиментом.



Подробнее об этом можно прочитать в Главе 2 «Продукт»

Наша социальная поддержка регионов направлена на оказание адресной помощи людям в регионах присутствия, а также привлечение внимания общественности к социальным и экологическим проблемам.



<sup>1</sup> За исключением некоторых удаленных магазинов (например, на Дальнем Востоке России и в других странах присутствия Компании), где ассортимент и цены могут отличаться



## СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ДОБРЫЕ ДЕЛА»

С 2014 года мы реализуем в городах России федеральную социальную программу «Добрые дела». Программа направлена на поддержку и привлечение внимания общества к следующим темам: охрана окружающей среды, развитие спорта, активный образ жизни и помощь социально незащищенным слоям населения.

В рамках мероприятий за все время существования проекта на момент окончания отчетного периода:

✔ оказана помощь

**148**

социальным учреждениям, семьям и приютам



✔ проведено

**> 55**

образовательных лекций на тему защиты экологии и окружающей среды



**57**

и творческих мастер-классов

✔ высажено

**> 1,4**

тыс. деревьев



✔ собрано и передано на переработку

**> 3**

тонн мусора





### СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ДОБРЫЕ ДЕЛА»

При выборе городов и инициатив мы стараемся учитывать мнение наших покупателей и иных заинтересованных сторон: все пользователи сайта могут оставить заявку с предложением через специальную форму обратной связи. После получения заявки мы изучаем социальное учреждение или город, которые обозначены в заявке, на соответствие нашим внутренним критериям. В случае выбора данного учреждения или города, мы реализуем нашу социальную программу. В частности, в 2020 и 2021 годах по запросу от Комитета по природопользованию, охране окружающей среды и обеспечению экологической безопасности Правительства Санкт-Петербурга мы стали партнерами при проведении экологической акции «Чистый берег». После проведения мероприятий мы публикуем отчет с фотографиями на сайте и в социальных сетях нашей Компании, чтобы привлечь внимание к социальным проблемам.

В 2021 году мы смогли достигнуть значимых результатов

более чем в **60** регионах России:

оказана помощь **27** социальным учреждениям, приютам и семьям

высажено **>400** деревьев

переработано **100** кг мусора

в рамках партнерского мероприятия совместно с экологической акцией «Чистый берег»

собрано **>200** кг мусора

В 2021 году наш проект «Добрые дела» в четвертый раз одержал победу в премии «Лучшие социальные проекты России», учрежденной фондом «Социальные проекты» для выявления и поощрения лучших проектов в области корпоративной ответственности. В этом году мы получили награды сразу в двух категориях: «Социальный маркетинг» и «Экология». Кроме этого, проект «Добрые дела» в третий раз отмечен премией ECO BEST AWARDS в номинации «Экологическая инициатива года».



Помимо нашей социальной программы «Добрые дела», мы также содействуем развитию спорта среди молодежи. С этой целью мы оказываем безвозмездную поддержку фонду «Лига будущих чемпионов». Мы разместили боксы для сбора пожертвований от покупателей в более чем 3 000 наших магазинов.

За 2021 год мы собрали для фонда

**>4,5** млн рублей

Помимо размещения боксов, Компания также перечисляет собственные средства – в 2021 году Fix Price удалось пожертвовать

**~40** млн рублей на программу

Собранные фондом средства идут на развитие детско-юношеского футбола, а также на заботу о здоровье подрастающего поколения. В рамках нашего долгосрочного сотрудничества с фондом удалось собрать средства для финансирования благотворительной программы «Всесторонняя поддержка и содействие деятельности по развитию детско-юношеского футбола», в результате чего около 200 детей и юношей получили возможность играть в футбол, готовиться и принимать участия в соревнованиях и чемпионатах, чувствовать себя полноценными спортсменами.

Мы осознаем важность спорта и его возможность положительно влиять на здоровье людей, а также развивать качества необходимые для будущего успеха.

В 2022 году мы планируем продолжать нашу деятельность в области благотворительности, развивать наши социальные проекты и благотворительные программы. При выборе проектов мы будем отдавать приоритет тем из них, где участие Компании принесет наибольший эффект для достижения важных социальных и экологических целей.

# Партнеры



**75%**

**ЗАУПОК —  
ТОВАРЫ  
РОССИЙСКОГО  
ПРОИЗВОДСТВА**



# Партнеры

## КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2021 ГОД:

✔ ~ **700** поставщиков

✔ **75%** закупок – товары российского производства, **25% закупок** – импортные товары

✔ **0** поставщиков товаров СТМ с производством в Российской Федерации, у которых по результатам аудиторских проверок были выявлены **очень серьезные нарушения** (критическая степень риска)

✔ **> 85** вопросов по 10 разделам содержатся в чек-листах нашей Компании для российских поставщиков товаров СТМ

✔ **90%** порог соответствия требованиям чек-листов нашей Компании для прохождения аудита каждого поставщика товаров СТМ с производством в Российской Федерации



# Подход к работе с партнерами

102-9 103-2 103-3 408-1 409-1

В основе нашей деятельности – честное и справедливое ведение бизнеса в полном соответствии с действующим законодательством. Мы придерживаемся этих принципов в работе со всеми партнерами. В Компании действует [Политика в области деловой этики \(Кодекс поведения\)](#), положения которого применяются ко всем партнерам, с которыми мы взаимодействуем. Fix Price стремится создавать с ними надежные и прозрачные отношения, основой которых являются профессионализм, ответственность и уважение.

Подробнее о Кодексе поведения можно прочитать в Главе 1 [«О Компании»](#)

Одно из ключевых направлений работы с партнерами – взаимодействие с поставщиками. Это связано с тем, что цепочка поставок представляет собой важнейший элемент нашей бизнес-модели, обеспечивающий Компании основные конкурентные преимущества.

Fix Price гордится и дорожит отношениями, выстроенными со своими поставщиками. За время существования Компании мы сумели найти надежных производителей, которые сотрудничают с нами на протяжении многих лет. Наше партнерство строится на принципах равенства, взаимной поддержки и помощи в сложных ситуациях.

Наша Компания стремится развивать ответственную, прозрачную цепочку поставок. Для нас важно, чтобы поставщики соответствовали требованиям политик Компании, в том числе [Кодексу поведения](#), [Политике по противодействию современным формам рабства и торговле людьми](#), [Политике в области противодействия взяточничеству и коррупции](#), [Политике в области экологии, здоровья и безопасности](#), Положениям по обеспечению качества всех категорий товара, а также разделяли наши корпоративные ценности: честное и этическое ведение бизнеса, построение уважительных, долгосрочных и взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами, уважение прав человека, нетерпимость к современным формам рабства и торговле людьми, недопустимость коррупции и взяточничества.

Подробнее о ценностях Fix Price можно прочитать в Главе 1 [«О Компании»](#)

Все наши поставщики осведомлены об особенностях ценовой политики Компании, а закупочный процесс выстроен прозрачно для всех контрагентов. Мы выстроили плоскую организационную структуру категорийного менеджмента с минимальной бюрократизацией процессов. Департамент категорийного менеджмента включает 11 команд, за каждой из которых закреплены свои категории товаров. Каждая команда ответственна за весь закупочный цикл, что обеспечивает оперативность и гибкость процесса принятия решений.

Сама работа с поставщиками подразумевает участие многих сотрудников Fix Price и включает следующие процессы: отбор потенциальных поставщиков, проверка их производственных площадок, осуществление контрольных процедур, взаимодействие с поставщиками на этапе производства и после приобретения товара.



Подробнее о структуре взаимодействия с поставщиками и управлении качеством продукции можно прочитать в Главе 2 [«Продукт»](#)

За 15 лет работы мы подробно изучили рынок и выстроили надежные отношения с партнерами. Нам хорошо знакомы производители товаров нужных нам категорий.



При этом мы ищем интересные возможности и всегда рады сотрудничеству с новыми поставщиками.

Fix Price стремится использовать лишь те каналы коммуникации, которые за период существования Компании оказались наиболее эффективными. Мы создали сайт, где поставщики могут размещать свои предложения и принимать участие в тендерах. На этом же ресурсе в публичном доступе находятся требования к поставщикам и типовая договор поставки. Наша Компания также принимает участие в выставках и форумах, где мы черпаем свежие идеи для расширения ассортимента товаров, встречаемся со специалистами со стороны поставщиков и находим новых партнеров.

С большинством своих поставщиков мы сотрудничаем напрямую, без привлечения посредников, и особенно дорожим этой возможностью. Прямое взаимодействие позволяет нам не только оптимально выстраивать структуру затрат, но и оперативно реагировать на возникающие вопросы.

Прежде чем принять решение о сотрудничестве с контрагентом, мы осуществляем его проверку при помощи модуля скоринговой оценки благонадежности. Система анализирует данные из более чем 30 официальных источников (Федеральной налоговой службы России, Картотеки арбитражных дел, Реестра сведений о банкротстве и др.) и выставляет контрагенту оценку от 0 до 100 баллов, формируя его рейтинг.

Для нас важно, чтобы контрагенты разделяли наши принципы и стандарты деловых отношений, поэтому при заключении договора наши партнеры обязаны подписать Антикоррупционную оговорку. Ее смысл заключается в недопустимости требовать, передавать или получать от сотрудника Компании, а также любого делового партнера наличные средства, преимущества, льготы и подарки и в необходимости соблюдать прочие принципы неприятия коррупции в любом ее виде и проявлении.

Отличительной особенностью нашей Компании является максимальная вовлеченность специалистов в процесс создания товара.

Также мы просим всех поставщиков заполнять анкету самооценки. Анкета содержит положения, которые затрагивают:

- ✓ аспекты добровольного трудоустройства сотрудников;
- ✓ отсутствие дискриминации в области занятости;
- ✓ отсутствие эксплуатации детского труда;
- ✓ свободу создания ассоциаций и право на заключение коллективных договоров;
- ✓ выплату прожиточного минимума;
- ✓ отсутствие превышения установленных лимитов рабочего времени;
- ✓ юридическое оформление трудовых отношений;
- ✓ комплаенс (подтверждение соблюдения политик Компании после ознакомления с ними, а также соблюдение требований законодательства страны-поставщика).

Масштаб бизнеса и позиция на рынке позволяют нам при работе с поставщиками товаров популярных брендов согласовывать индивидуальные производственные линии. Это дает возможность менять такие параметры, как упаковка, размеры, дизайн, вкус, вес и прочие.

За счет этого мы получаем наиболее выгодные условия без потери качественных характеристик. В результате Fix Price предлагает покупателям уникальные товары по более привлекательным ценам. Размеры нашей сети и объемы закупок делают Fix Price привлекательным и надежным партнером для поставщиков.

Работа над товарами СТМ проходит при еще более тесном взаимодействии с производителями. Мы прорабатываем потребительские свойства товара, его дизайн, проводим дегустации и аудит производства.




Подробнее о нашей работе с ассортиментом можно прочитать в Главе 2 [«Продукт»](#)

Во многом благодаря такому формату сотрудничества с поставщиками Fix Price имеет возможность предоставлять своим покупателям эксклюзивный и необходимый им ассортимент, а также выстраивать крепкие и долгосрочные взаимоотношения со своими партнерами.

С момента создания Компании мы осознавали важность выстраивания прочных взаимоотношений с поставщиками во всех регионах присутствия, которые способствовали бы развитию как Fix Price, так и наших партнеров. За годы работы нам удалось собрать немало примеров такого сотрудничества, которыми мы очень гордимся.

## КАК НАШИ ПОСТАВЩИКИ РАЗВИВАЮТСЯ ВМЕСТЕ С НАМИ

 Сотрудничество с российским партнером с 2013 года

Численность персонала поставщика, чел.

162

2021

75

2013

+116%

Товарооборот с Fix Price, млн руб.

434

2021

70

2013


x6 раз

### НАШИ УСПЕХИ

- ✔ В связи с расширением географии присутствия Fix Price, поставщик принял решение открыть три новых филиала (в Новосибирске, Зеленограде и Нижнем Новгороде), что позволило ему сократить сроки доставки товара и быстро увеличивать объемы поставок при необходимости.
- ✔ В 2018 году поставщик провел обновление оборудования. Это позволило нарастить производственные мощности, повысить уровень автоматизации и контроля качества выпускаемой продукции. Инициатива также позволила улучшить условия труда персонала на предприятиях поставщика и увеличить товарооборот.

В 2022 году в целях увеличения линейки продукции, выпускаемой для Fix Price, поставщик принял решение о строительстве дополнительного цеха. Это позволит Компании расширить ассортимент товаров, предложить еще более конкурентные цены, а поставщику – нарастить свои производственные мощности.



 Сотрудничество с зарубежным партнером с 2007 года

Численность персонала поставщика, чел.

1270

2021

789

2018

+61%

Товарооборот с Fix Price, млн юаней

600

2021

300

2018

x2 раза

### НАШИ УСПЕХИ

- ✔ За время сотрудничества с Fix Price поставщик совершенствовал внутренние процессы для успешного прохождения экологических и социальных аудиторских проверок, а также получал сертификации ISO 14001, ISO 9001 и FSC. Сотрудники поставщика регулярно получают информацию об экологических аспектах деятельности своей организации; сократилось количество юридических споров и экологических жалоб; снизилось потребление ресурсов, а также количество выбросов парниковых газов.
- ✔ Благодаря рекомендациям Fix Price были оптимизированы механизмы управления и рабочие процессы, повышен уровень стандартизации и увеличен показатель удовлетворенности сотрудников.
- ✔ В результате реализации совместных инициатив были внедрены новые технологии в области упаковки и усовершенствован процесс транспортировки товаров.





Fix Price стремится проявить заботу о своих партнерах и оказать им максимально возможное содействие по широкому ряду аспектов. Система обучения, действующая для штатных сотрудников, доступна также сотрудникам подрядных организаций, занятым в работе магазинов. Мы предоставляем доступ к обучающим курсам на нашей платформе, где персонал подрядных организаций может получить необходимые знания и навыки.

Отдельно следует отметить взаимодействие по вопросам охраны труда. В договор с контрагентами, работающими на объектах Компании, мы включаем положения основных технологических инструкций по работе с оборудованием, а также информируем о порядке действий при несчастных случаях. Мы выработали единый подход к обучению сотрудников и партнеров. Обучение включает процесс ознакомления с правилами безопасной работы и сопутствующими рисками. Для партнеров, работающих на объектах Fix Price, мы проводим вводный инструктаж по охране труда, а подрядчиков, осуществляющих логистические услуги, информируем о правилах аккуратного вождения в разное время года.



Подробнее об обучении и охране труда можно прочитать в Главе 3 «Люди»

Fix Price старается учитывать интересы и предпочтения максимально широкой аудитории, в числе тех людей, которые предпочитают совершать онлайн-покупки. Наша Компания дает возможность воспользоваться привычной услугой, а доставку онлайн-заказов мы доверяем нашим партнерам. Fix Price работает с крупными сервисами доставки, такими как СДЭК, Vohberry, Почта России. В 2021 году Компания заключила соглашение о сотрудничестве с одним из ведущих сервисов экспресс-доставки в России – СберМаркетом.

Благодаря широкой сети партнеров мы можем быстро доставлять заказы нашим покупателям во всех регионах присутствия сети в России, делая процесс совершения покупок онлайн комфортным и приятным для наших покупателей.

Fix Price активно расширяет географию своего присутствия, открывая новые магазины. В удаленных регионах этот процесс осуществляется также за счет франчайзинга. Такой подход помогает нам повысить узнаваемость бренда и позволяет вносить вклад в развитие регионов присутствия. Компания стремится оказывать франчайзи всевозможную поддержку и предоставлять необходимую помощь. Это направление нашей работы было отмечено профессиональным сообществом: проект «Франчайзинг Fix Price» стал лауреатом конкурсной программы «Лучшее для России. Развитие регионов — 2021», которая выделяет наиболее эффективные практики развития регионов, способствующие развитию сотрудничества бизнеса, общества и власти.

# Аудит поставщиков

103-3

Для того, чтобы удостовериться в надежности условий производства продукции и предотвратить риски несоответствия товара требованиям качества и безопасности, мы проводим аудит производственных площадок как поставщиков товаров СТМ, так и импортных производителей.

Проверка поставщиков товаров СТМ, произведенных в России, в соответствии с Положением по обеспечению качества товаров СТМ может проводиться экспертом по качеству или сотрудником аудиторской компании и осуществляется либо до, либо после заключения договора поставки.

Как правило, мы проводим аудит поставщиков раз в два года, чтобы подтвердить соответствие условий производства нашим требованиям. При этом аудит может проводиться чаще в случае смены изготовителя или производственной площадки, негативных отзывов покупателей или если результаты прошлого аудита оказались ниже наших ожиданий.

Для проведения аудиторских проверок мы разработали отдельные чек-листы по различным категориям товаров (продовольственные, дробери<sup>1</sup> и непродовольственные товары).

Каждый из чек-листов содержит более 10 разделов и свыше 85 вопросов. Тематика чек-листов разнообразна и охватывает множество аспектов, таких как управление качеством и безопасностью продуктов (наличие системы менеджмента качества, системы прослеживаемости, системы ХАССП<sup>2</sup> для пищевых продуктов), производственные помещения, условия производства, транспортировка продукции, управление персоналом, окружающая среда.

Несмотря на то, что большинство вопросов касаются управления качеством, наши чек-листы также содержат вопросы, относящиеся к ESG-аспектам: отсутствию загрязняющих окружающую среду факторов, например загрязняющих предприятий, а также разработке и выполнению процедур по управлению отходами, например утилизации мусора и отходов в маркированные закрытые контейнеры.

<sup>1</sup> Категория «Дробери» включает бытовую химию, косметику и гигиену

<sup>2</sup> ХАССП (от англ. HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points) – система анализа опасных факторов и критических точек контроля, или система, которая идентифицирует, оценивает и контролирует опасные факторы, имеющие значение для безопасности продуктов питания. При осуществлении процессов производства (изготовления) пищевой продукции, связанных с требованиями к безопасности такой продукции, изготовитель должен разработать, внедрить и поддерживать процедуры, основанные на принципах ХАССП

Ответы на вопросы чек-листов оцениваются по четырехбалльной шкале в зависимости от полноты соответствия нашим требованиям. Поставщик проходит аудит, если его производственная площадка набрала не менее 90% от максимально возможного количества баллов. При несоответствии какому-либо требованию мы совместно с поставщиком прорабатываем план корректирующих мероприятий и обговариваем срок их исполнения, чтобы позволить партнеру реализовать изменения и продолжить сотрудничество.

На основе результатов проверок формируются отчеты по каждому поставщику. Отчеты позволяют нам получить детальную информацию о наших партнерах и выстраивать с ними эффективное взаимодействие.

В связи с распространением коронавирусной инфекции COVID-19 мы были вынуждены снизить количество проводимых аудиторских проверок, чтобы не подвергать опасности наших сотрудников и партнеров. Как только появится возможность обеспечить безопасность всего персонала в рамках данной процедуры, мы возобновим проведение аудиторских проверок наших поставщиков прежними темпами.

#### Количество поставщиков, в отношении которых был проведен аудит<sup>1</sup>

	2019	2020	2021
Количество поставщиков, в отношении которых был проведен аудит	19	3	5
Количество новых поставщиков, в отношении которых был проведен аудит	3	1	1

#### Количество поставщиков, у которых по результатам аудита были выявлены серьезные нарушения

	2019	2020	2021
Количество поставщиков, у которых по результатам аудита были выявлены серьезные нарушения (высокая степень риска)	2	0	1
Количество поставщиков, у которых по результатам аудита были выявлены крайне серьезные нарушения (критическая степень риска)	2	0	0

<sup>1</sup> Здесь и далее – данные относятся к поставщикам товаров под СТМ с производством в Российской Федерации



При работе с импортными товарами Fix Price сотрудничает с местными агентами для выстраивания надежных отношений с новыми и существующими производителями. Такие агенты осуществляют поиск товара и новых производственных площадок, а также взаимодействие с текущими производителями, контролируют производство и качество товара, а также проверяют наличие необходимой сопроводительной документации. Агенты также отвечают за организацию аудиторских проверок производителей импортных товаров, которые проводят специальные аккредитованные в данной стране организации и лаборатории. На основании этих проверок формируется отчет, в который заносятся сведения о поставщике, данные об управлении процессами и вопросами качества, информация о производственных потоках и наличии сертификатов, а также фотоматериалы, отражающие операционные процессы и производимый продукт. По каждой из этих сфер по результатам аудита выставляется оценка, а также предоставляются экспертные комментарии. Далее принимается решение о дальнейшем сотрудничестве с производителем.

Fix Price видит своей задачей совершенствование практик добросовестного и честного партнерства, а также развитие ответственной цепочки поставок. Мы планируем продолжить работу в упомянутых выше направлениях, расширяя сотрудничество с новыми и уже существующими партнерами, повышая качество и частоту проверок поставщиков, а также внедряя практики устойчивого развития по всей цепочке создания стоимости.

# Планета



**+12%**

**РОСТ КОЛИЧЕСТВА  
ОТХОДОВ,  
ПЕРЕДАННЫХ  
В ПЕРЕРАБОТКУ**

# Подход к управлению воздействием на окружающую среду

103-2    103-3

Компания осознает важность внедрения инициатив по снижению негативного воздействия на окружающую среду, связанного с образованием отходов, потреблением энергоресурсов и иными аспектами своей деятельности.

## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПАНИИ ЗА 2021 ГОД:

- Впервые произведен расчет прямых, косвенных энергетических и прочих косвенных выбросов парниковых газов (Score 1, 2 и 3 <sup>1</sup>) за 2020 и 2021 годы
- Продолжается реализация инициативы по замене в магазинах Компании люминесцентных ламп на светодиодные, в новых магазинах устанавливается только светодиодное освещение
- на **12%** увеличился объем отходов, переданных на переработку
- В ассортимент Fix Price вошли новые товары, которые способствуют формированию ответственного отношения покупателей к окружающей среде, в том числе многоразовые сумки и авоськи для покупок

<sup>1</sup> Score 1, 2, 3 – области охвата выбросов парниковых газов

Обеспечение рационального потребления ресурсов является одним из наших приоритетов, что помогает снижать отрицательное воздействие на окружающую среду.

Наш ассортимент не требует специальных условий хранения<sup>2</sup>. Именно поэтому в магазинах Fix Price практически отсутствует холодильное оборудование, в наших РЦ нет специальных температурных зон, а грузовики не оборудованы холодильными установками. Это позволяет экономно расходовать ресурсы и избежать дополнительных выбросов парниковых газов.

Наши магазины удобно расположены в местах с высоким трафиком, благодаря чему покупатели могут приобретать необходимые товары по пути домой или на работу, вместо того чтобы проделывать долгий путь на машине до магазинов больших форматов.

Существенным аспектом для нас является создание и поддержание эффективной системы обращения с отходами. Компания накапливает вторсырье в своих магазинах и отправляет его в РЦ для дальнейшей передачи на переработку. Мы бережно относимся к ресурсам, ремонтируем и восстанавливаем объекты, пригодные для этого (паллеты, аккумуляторные батареи).

Мы письменно закрепили наш подход в сфере снижения воздействия на окружающую среду, разработав и опубликовав [Политику в области экологии, здоровья и безопасности](#). В Политике мы обязуемся выработать эффективную стратегию в области снижения воздействия на окружающую среду через оптимизацию собственных бизнес-процессов и работу с заинтересованными сторонами – сотрудниками, поставщиками, покупателями и местными сообществами.

<sup>2</sup> Исключение составляет мороженое и аналогичные продукты, которые доставляются автомобилями поставщиков напрямую в магазины и для хранения которых необходим определенный температурный режим



Подтверждением успешной работы Компании в области охраны окружающей среды за 2019–2021 годы стало получение независимой общественной награды **Eco Best Award**. Третий год подряд Компания становится лауреатом этой премии в номинации «Экологическая инициатива года» благодаря программе «Добрые дела».

**> 1 400**  
деревьев высажено

**> 3** тонн мусора собрано для передачи на переработку в рамках программы «Добрые дела»

Благодаря «Добрым делам» Компания также в четвертый раз стала лауреатом премии «Лучшие социальные проекты России». Экологическое направление программы было отмечено наградой в категории «Экологические проекты и инициативы».

Подробнее о программе «Добрые дела» можно прочитать в Главе 3 [«Люди»](#)

# Климат и энергоэффективность

302-1 302-3 305-1 305-2 305-3 305-4 FB-FR-110a.1 CG-MR-130a.1

Одно из наиболее важных направлений работы по управлению изменением климата для Компании – повышение энергоэффективности. С этой целью мы реализуем инициативу по замене люминесцентных ламп на светодиодные в РЦ и магазинах, что позволяет нам более рационально расходовать энергоресурсы. В настоящее время на светодиодном освещении работает подавляющее большинство уже открытых магазинов. Во всех новых объектах такое освещение устанавливается сразу.

Отличительная особенность Fix Price – ассортимент, не требующий специальных условий хранения. В связи с этим в наших распределительных центрах нет специальных температурных зон для хранения охлажденной и замороженной продукции, а грузовики, транспортирующие товары, не оснащены холодильными установками. Мы используем холодильное оборудование только в магазинах, однако доля ассортимента, требующего соответствующих условий хранения, является незначительной<sup>1</sup>. Это позволяет потреблять меньше электроэнергии объектами Компании и топлива грузовиками, а также делает выбросы от утечек хладагентов минимальными.



Подробнее об ассортименте продукции можно прочитать в Главе 2 «Продукт»

<sup>1</sup> Речь идет о мороженом и аналогичных продуктах, которые доставляются автомобилями поставщиков напрямую в магазины и для хранения которых в магазинах необходим определенный температурный режим

Поскольку в ассортименте нашей сети отсутствуют такие товары категории «фреш», как фрукты и овощи, наши РЦ также не оснащены специальными камерами газации, которые обычно присутствуют на складах операторов розничной торговли продуктами питания. Отсутствие камер газации также способствует значительно меньшему потреблению электроэнергии складами Fix Price по сравнению со складами других компаний, где установлены такие камеры.

Основную часть тепло- и электроэнергии для своих операций, мы закупаем из муниципальных сетей.

В одном из РЦ для обогрева помещений используется тепловая энергия, производимая в его котельной.

В некоторых РЦ также установлены дизель-генераторные установки (ДГУ), которые используются при необходимости для бесперебойного обеспечения этих объектов электроэнергией.

Однако совокупный объем собственной генерации электро- и теплоэнергии остается несущественным.



	2020	2021
<b>Потребление электроэнергии<sup>2</sup> в 2020–2021 годах, кВт·ч</b>		
Закупленная электроэнергия	105 012 744,18	121 492 383,95
Произведенная электроэнергия <sup>3</sup>	0,00	48 138,06
<b>Потребление электроэнергии в 2020–2021 годах, ТДж<sup>4</sup></b>		
Закупленная электроэнергия	377,79	437,08
Произведенная электроэнергия	0,00	0,17
Переводной коэффициент ТДж / кВт·ч = 277 964		
<b>Потребление теплоэнергии в 2020–2021 годах, Гкал</b>		
Закупленная тепловая энергия	145 525,53	179 462,01
Произведенная тепловая энергия	788,69	1 219,53
<b>Потребление теплоэнергии в 2020–2021 годах, ТДж</b>		
Закупленная тепловая энергия	608,88	750,87
Произведенная тепловая энергия	3,30	5,10
Переводной коэффициент ТДж / Гкал = 239		

<sup>2</sup> Здесь и далее речь идет о потреблении закупленной и произведенной электро- и теплоэнергии

<sup>3</sup> В 2020 году Компания не производила электроэнергию

<sup>4</sup> Стандарт GRI 302-1 требует раскрытия общего потребления энергии организацией в ТДж



В 2021 году потребление закупленной электроэнергии и теплоэнергии выросло на 16% и 23% соответственно из-за увеличения количества магазинов и площади РЦ.

Компания проводит планомерную работу по повышению энергоэффективности и оптимизации использования ресурсов. Удельное потребление электроэнергии на общую площадь сократилось в 2021 году по отношению к 2020 году на 4%. Это стало возможным благодаря установке на новых объектах более энергоэффективного оборудования и плановой реновации оборудования на ранее открытых объектах.

В рамках операций Компании дизельное топливо в основном потребляется собственным автомобильным парком. Число автомобилей, находящихся в собственности у Компании, является незначительным.

Стоит отметить, что за основную часть логистических перевозок Компании отвечают подрядные организации, а подавляющее большинство транспортных средств являются арендованными.

### Удельное потребление энергии в 2020–2021 годах

#### Удельное потребление электроэнергии на общую площадь <sup>1</sup>, кВт·ч/м<sup>2</sup>

108

2021

113

2020

#### Удельное потребление теплоэнергии на общую площадь, ГКал/м<sup>2</sup>

0,2

2021

0,2

2020

### Потребление топлива в 2020–2021 годах <sup>2</sup>

	2020	2021
Общий объем потребленного дизельного топлива, л	964 895	900 190
Потребление автопарком	866 684	886 905
Потребление для генерации собственной энергии	98 211	13 285
Объем потребленного природного газа (потребление котельной), м <sup>3</sup>	—	142 879

<sup>1</sup> Общая площадь определяется как сумма торговой площади магазинов под управлением Компании в России и площади РЦ  
<sup>2</sup> Данные в таблице не включают в себя потребление топлива арендованными транспортными средствами

При работе с подрядчиками в части логистических перевозок мы стремимся оптимизировать потребление энергоресурсов посредством отслеживания полноты загрузки грузового транспорта и построения для водителей рекомендуемого маршрута, который позволяет определить наиболее оптимальный порядок посещения точек доставки одним водителем.

В 2020 и в начале 2021 года дизельное топливо использовалось для генерации теплоэнергии на котельной одного из РЦ. В 2021 году в незначительном объеме оно также использовалось для генерации электроэнергии ДГУ.

В январе 2021 года мы перешли на использование природного газа в качестве топлива для генерации теплоэнергии в котельной. В результате общий объем потребления дизельного топлива в 2021 году снизился на 7% год к году.

На сегодняшний день сокращение негативного воздействия на климат является актуальной задачей для многих компаний. Fix Price осознает важность этого вопроса, в связи с чем в 2021 году Компания впервые провела расчет выбросов парниковых газов за 2020 и 2021 годы в соответствии с методологией Корпоративного стандарта учета и отчетности Протокола выброса парниковых газов (Обновленная редакция) <sup>3</sup>. В расчет были включены выбросы от объектов Компании (магазины, РЦ и офис) в пределах Российской Федерации, за исключением франчайзинговых магазинов.

Выбросы прямых парниковых газов (Scope 1) связаны с потреблением топлива собственным автомобильным парком и собственными объектами, генерирующими энергию, а также с утечками хладагентов в холодильном оборудовании.

<sup>3</sup> The GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Revised Edition)  
<sup>4</sup> Выбросы от потребления топлива арендованными грузовиками учтены в расчете Scope 3 (прочих косвенных выбросов парниковых газов)  
<sup>5</sup> Исключение составляет мороженое и аналогичные продукты, которые доставляются автомобилями поставщиков напрямую в магазины и для хранения которых в магазинах необходим определенный температурный режим



Объем прямых выбросов Компании является относительно небольшим по сравнению с другими операторами розничной торговли. Это связано прежде всего с тем, что Fix Price имеет в собственности небольшое число грузовиков, следовательно, выбросы от сжигания топлива автотранспортом <sup>4</sup> (68% от Scope 1 в 2021 году) сравнительно низкие. Кроме того, большую часть энергии Компания закупает, поэтому объем выбросов от самостоятельной генерации энергии (9% от Scope 1 в 2021 году) относительно невелик. К тому же особенность нашего ассортимента – основная его доля не требует специальных условий хранения при низких температурах <sup>5</sup> – позволяет нам использовать небольшой объем хладагентов по сравнению с компаниями-аналогами (доля выбросов от утечек хладагентов в Scope 1 в 2021 году составила 23%).

Выбросы косвенных энергетических парниковых газов связаны с потреблением нашими объектами тепловой энергии (59% от Scope 2 в 2021 году) и электроэнергии (41% от Scope 2 в 2021 году)<sup>1</sup>.

Основная доля выбросов Scope 3 (прочих косвенных выбросов парниковых газов) приходится на категорию, которая связана с выбросами от производства товаров, приобретенных Компанией для дальнейшей перепродажи (52% в 2021 году), что обусловлено спецификой деятельности Fix Price. Также существенная доля выбросов относится к категории, которая связана с использованием конечными покупателями приобретенной у Компании продукции (35% в 2021 году).



	2020	2021
Общий объем выбросов парниковых газов (Scope 1 и 2)	91 841	109 907
Общий объем выбросов парниковых газов (Scope 1, 2 и 3)	2 166 831	2 509 007
Прямые выбросы ПГ (Scope 1)	3 080	3 299
Косвенные энергетические выбросы ПГ (Scope 2)	88 761	106 608
Прочие косвенные выбросы ПГ (Scope 3) <sup>2 3</sup>	2 074 990	2 399 100
Приобретенные товары и услуги	1 067 685	1 255 548
Основные средства	27 040	36 882
Деятельность, связанная с потреблением энергии и топлива	15 293	23 675
Транспортировка и дистрибуция в начальных звеньях цепочки поставок	63 797	71 118
Отходы, образовавшиеся в результате деятельности Компании	65 030	57 648
Деловые поездки	469	960
Поездки сотрудников из дома до работы и обратно	13 164	13 711
Транспортировка и дистрибуция в рамках конечных звеньев цепочки поставок	90	159
Использование проданной продукции	738 904	848 733
Обращение с продукцией в конце жизненного цикла	83 518	90 665

<sup>1</sup> Рассчитано с использованием регионального метода

<sup>2</sup> В таблице представлены только категории Scope 3, которые были включены в расчет. Остальные категории были исключены из расчета, поскольку являются нерелевантными или нематериальными для Компании

<sup>3</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов

В отчетном году совокупный объем выбросов парниковых газов всех типов увеличился в связи планомерным развитием бизнеса и ростом количества магазинов:

- ✔ Рост прямых выбросов парниковых газов (Scope 1) на 7% обусловлен увеличением объема топлива, сжигаемого для генерации собственной энергии, а также выбросов от хладагентов и собственного автотранспорта.
- ✔ Выбросы косвенных энергетических парниковых газов (Scope 2) увеличились на 20% вследствие роста потребления теплоэнергии и электроэнергии.
- ✔ Объем прочих косвенных выбросов парниковых газов (Scope 3) вырос на 16% по сравнению с 2020 годом. Это было связано в основном с увеличением выбросов по таким наиболее материальным категориям, как «Приобретенные товары и услуги» (рост на 18% в 2021 году) и «Использование проданной продукции» (рост на 15% в 2021 году).

#### Удельные выбросы парниковых газов (Scope 1 и 2) на общую площадь в 2020–2021 годах, т. CO<sub>2</sub>-экв/м<sup>2</sup>

0,098

2021

0,099

2020

<sup>4</sup> Указаны основные источники. Перечень источников не является исчерпывающим

<sup>5</sup> The Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)

Удельные выбросы (Scope 1 + Scope 2) в 2021 году сократились на 1%, что свидетельствует о повышении энергоэффективности на единицу площади за счет установки на новых объектах более энергоэффективного оборудования и плановой реновации оборудования на ранее открытых объектах.

При выборе коэффициентов для расчета выбросов парниковых газов в качестве основных мы использовали следующие источники<sup>4</sup>:

- ✔ коэффициенты Межправительственной группы экспертов по изменению климата – 2006 (IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories) из разделов:
  - ⊙ Глава 2 «Стационарное сжигание топлива»;
  - ⊙ Глава 3 «Мобильное сжигание топлива»;
  - ⊙ Глава 7 «Выбросы фторированных заменителей озоноразрушающих веществ».
- ✔ региональные коэффициенты МЭА для России;
- ✔ коэффициенты государственного департамента, отвечающего за охрану окружающей среды, производство продуктов питания и стандарты, сельское хозяйство, рыболовство и сельские районы в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии<sup>5</sup>.



**В будущем Компания планирует продолжать работу по оптимизации использования природных ресурсов и снижению воздействия на климат.**

# Управление отходами

306-1 306-2 306-3 306-4



Компания стремится сократить воздействие на окружающую среду, в том числе за счет проведения мероприятий по ответственному обращению с отходами. Процесс реализации товаров в розничных магазинах сопряжен с образованием большого количества отходов – начиная от упаковки для доставки товара на склад и в магазин и заканчивая потребительской упаковкой самого товара.

В Компании образуется несколько видов отходов: ТКО (4–5 класс опасности – малоопасные и практически неопасные отходы), вторсырье (картон и стретч-пленка), оргтехника (4 класс опасности).

Учет ТКО ведется в соответствии с нормативами региональных операторов, которые зависят от типа и площади объекта, а также от количества работающих на нем сотрудников. По причине того, что учет ведется по нормативным значениям, влияние Компании на сокращение значений по объему образованных ТКО ограничено.

Однако мы ведем планомерную работу с региональными операторами по разъяснению реальных объемов отходов и корректировке нормативных значений.

Мы также предпринимаем необходимые шаги, чтобы увеличить объем вторсырья, передаваемого в РЦ для дальнейшей переработки. В наших магазинах установлены прессы для полиэтилена и картона, что позволяет эффективно накапливать отходы для дальнейшей передачи в РЦ и оптимизировать их транспортировку. При этом учет спрессованных отходов ведется заведующим магазина.

В РЦ консолидируется вторичное сырье, полученное от магазинов. Далее это сырье передается подрядным организациям. Подрядные организации перерабатывают отходы самостоятельно или передают вторичное сырье специализированным заводам.

## Объем отходов в 2019–2021 годах, тонн<sup>1</sup>

	2019	2020	2021
Общий объем образованных отходов по магазинам	121 428	140 208	121 440
Общий объем отходов, образованных по РЦ, в том числе <sup>2</sup> :	18 315	18 269	20 518
картон (сдается на переработку)	16 156	15 928	17 581
стретч-пленка (сдается на переработку)	1 290	1 424	1 829
ТКО	869	917	1 107
<b>Общий объем образованных отходов</b>	<b>139 743</b>	<b>158 477</b>	<b>141 958</b>
<b>Общий объем отходов, переданных на переработку</b>	<b>17 445</b>	<b>17 352</b>	<b>19 411</b>

В конце отчетного периода мы внедрили инициативу по усилению контроля за передачей стретч-пленки и картона в РЦ. Для каждого магазина в зависимости от типа установленного в нем прессы и выручки этого магазина мы рассчитываем норматив вторсырья, которое должно быть передано на переработку. В отношении магазинов, которые передают вторичное сырье на переработку в объемах меньших, чем требуется согласно нормативам, проводятся служебные проверки. По итогам проверки, в случае выявления каких-либо нарушений, могут быть приняты санкции в отношении ответственных лиц.

Для того чтобы минимизировать количество образованных в РЦ отходов, а также продлить срок эксплуатации оборотной тары, мы используем паллеты повторно около четырех-пяти циклов, а затем ремонтируем их для продления срока службы. В целях закрепления процесса передачи отходов и ремонта поддонов в Компании была сформирована инструкция по возврату поддонов и вторичного сырья в РЦ. Инструкция регулирует порядок подготовки оборотной тары и вторсырья для передачи из магазинов в РЦ, а также учет вторичного сырья и поддонов. Кроме того, мы восстанавливаем аккумуляторные батареи после трех-пяти лет службы или сдаем их на специализированную переработку.

Зачастую в крупных компаниях из-за необходимости ведения корпоративной документации расходуется большое количество бумаги и электроэнергии для поддержания работы офисной техники. Для сокращения использования невозобновляемых ресурсов, весной 2020 года в Fix Price была запущена инициатива по переходу на электронный документооборот, что позволило существенно сократить объем потребляемой бумаги.



<sup>1</sup> Из-за округления общая сумма может незначительно отличаться от суммы компонентов  
<sup>2</sup> Картон и стретч-пленка из РЦ передаются на переработку

**РЕЗУЛЬТАТЫ ПЕРЕХОДА НА ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ ЗА 2021 ГОД:**

✓ **30%**  
контрагентов по некоммерческим закупкам и

**21%**  
контрагентов по коммерческим закупкам были переведены на электронный документооборот



✓ В **7** раз (до 3 000 штук) увеличилось количество ежемесячно обрабатываемых электронных документов

✓ В **2** раза сократилось количество расходуемой бумаги: среднее количество сэкономленной за месяц бумаги составляет **15,5 тыс. листов**

Компания также уделяет внимание повышению уровня осведомленности и осознанности своих покупателей, поощряя ответственное отношение к обращению с отходами. В частности, мы размещаем на упаковке наших товаров маркировку в виде петли Мебиуса, которая помогает нашим покупателям сортировать вторичное сырье при сдаче его на переработку.

В конце 2021 года мы реализовали инициативу по повышению прозрачности и доступности информации о материале упаковки на товарах СТМ. Теперь на каждом из элементов комбинированной упаковки покупатель может найти отдельную петлю Мебиуса с соответствующей информацией.

Кроме того, мы глубоко погружаемся в процесс создания товара СТМ и, разрабатывая упаковку, стараемся оптимизировать ее там, где это применимо, учитывая специфику разных категорий товаров.

Наши основные принципы при работе с упаковкой СТМ-товаров: использование пригодных для переработки материалов и мономатериалов (где применимо), а также минимизация размера упаковки товара.


**ИНИЦИАТИВА ПО «ДОНОРСТВУ» ОРГТЕХНИКИ**

В Компании внедрена инициатива по восстановлению и повторному использованию ИТ-оборудования: системных блоков, ноутбуков, касс, камер, multifunctional устройств, терминалов сбора данных, музыкальных усилителей. ИТ-департамент сохраняет на складе сломанное и бывшее в употреблении оборудование, затем ремонтирует или модернизирует его с использованием частей от иной оргтехники для дальнейшего использования внутри Компании.

Это позволяет сократить количество образуемых отходов оргтехники и утилизировать только то оборудование, которое непригодно для ремонта.

Мы стараемся придерживаться ответственного подхода при взаимодействии со своими подрядчиками и поставщиками. В рамках аудиторских проверок российских поставщиков товаров СТМ мы применяем чек-листы с более чем 85 вопросами. Эти чек-листы, помимо вопросов качества, проверки производства, управления персоналом и прочих, включают некоторые экологические аспекты, такие как оценка процедуры управления отходами и организации места их временного накопления.

🔍 Подробнее о проверках наших поставщиков вы можете узнать в Главе 4 «Партнеры»

В 2022 году Fix Price также продолжит работу по сокращению числа образуемых отходов.

В первом квартале 2022 года Компания уже перешла на использование более экологичных пакетов, состоящих из вторичного сырья (до 40%) и не содержащих добавок, препятствующих дальнейшей переработке.

В апреле 2022 года мы также запустили процесс перехода от бумажных чеков к электронным. Такая опция теперь доступна всем покупателям как собственных, так и франчайзинговых магазинов сети. Покупатели – участники нашей программы лояльности – получают электронные чеки на свою электронную почту. Остальные покупатели также имеют возможность отказаться от печати чека при оплате товаров на кассе и получить его по номеру телефона. Учитывая масштабы нашей сети, мы надеемся, что данная инициатива позволит сократить образование отходов от чеков, а также потребление ресурсов, используемых для производства чековой ленты.



# COVID-19: Ответные меры



**89%**

**СОТРУДНИКОВ  
ВАКЦИНИРОВАНО  
К КОНЦУ ГОДА**

# Влияние COVID-19 на деятельность Компании

## КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2021 ГОД:

- 89%**  
**сотрудников**  
 было вакцинировано к концу года
  
- 46%**  
**офисного персонала**  
 было переведено на комбинированный или удаленный режим работы
  
- 10 млн рублей**  
 было выделено в рамках акции для повышения уровня вакцинации, где вакцинированным покупателям в период с 1 ноября по 10 декабря 2021 года было начислено 1 000 баллов на карту лояльности (1 балл = 1 рубль). В период с 11 декабря по 31 декабря мы начисляли двойные баллы вакцинированным покупателям, не вошедшим в первые 10 тыс. человек <sup>1</sup>

- Сотрудникам Fix Price и покупателям было выдано более:
  - 3,2 млн пар перчаток**
  - 1,8 млн масок**
  - 129 тыс. ед. антисептика**
  
- С апреля 2021 года начала действовать программа материальной помощи сотрудникам в случае подтвержденного диагноза COVID-19

<sup>1</sup> Подробнее см. подраздел [Меры поддержки](#)



## ПРИОРИТЕТЫ И ЗАДАЧИ:

Главный приоритет для нашей Компании – это люди, и сейчас этот приоритет актуален как никогда. В 2021 году пандемия COVID-19 оставалась существенным риском для здоровья наших покупателей и сотрудников, продолжая оказывать значительное влияние на бизнес-процессы.

В ноябре-декабре 2021 года в ряде регионов России были введены ограничения на посещение общественных мест, в том числе торговых центров, где также располагаются и наши магазины. За этот период ограничительные меры распространились на более чем 1 тыс. магазинов сети Fix Price, а к концу декабря количество таких торговых точек все еще превышало 500.

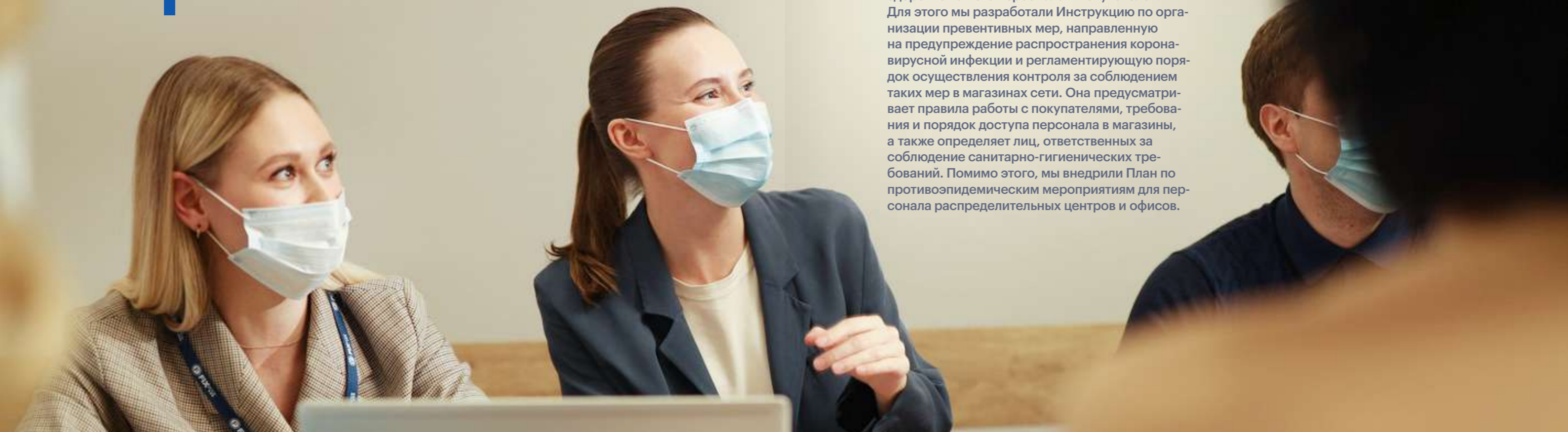
Несмотря на сложную эпидемиологическую ситуацию, большинство магазинов Fix Price оставались открытыми, а некоторые работали в формате click and collect и онлайн-доставки. Мы предприняли все усилия, чтобы магазины, попавшие под ограничения, возобновили свою работу в полном объеме как можно скорее с соблюдением всех мер безопасности.

Мы сосредоточились на нескольких главных задачах: сохранении работоспособности бизнеса, снижении заболеваемости персонала и заботе о наших покупателях.

Для достижения этих целей мы приняли ряд превентивных мер:

- обязательное использование средств индивидуальной защиты (СИЗ) персоналом и покупателями;**
  
- контроль за состоянием персонала, усиление санитарных мер;**
  
- предоставление мер поддержки покупателям и персоналу магазинов;**
  
- информирование покупателей и персонала о способах защиты от коронавирусной инфекции.**

# Защитные меры



## ПЕРСОНАЛ

### Забота о здоровье персонала

Нашей Компании особенно важно сохранить здоровье нашего персонала и покупателей. Для этого мы разработали Инструкцию по организации превентивных мер, направленную на предупреждение распространения коронавирусной инфекции и регламентирующую порядок осуществления контроля за соблюдением таких мер в магазинах сети. Она предусматривает правила работы с покупателями, требования и порядок доступа персонала в магазины, а также определяет лиц, ответственных за соблюдение санитарно-гигиенических требований. Помимо этого, мы внедрили План по противоэпидемическим мероприятиям для персонала распределительных центров и офисов.

С самого начала пандемии COVID-19 мы стремились добиться того, чтобы при выполнении своих обязанностей наши сотрудники не подвергали опасности свое здоровье, и старались сделать все, чтобы на рабочем месте все чувствовали себя в безопасности:

- Мы проводили **термометрию** тела сотрудников не реже двух раз в день (утром и вечером), с занесением результатов в Журнал регистрации температуры тела персонала. Если температура тела превышала 37°C, и/или были признаки респираторных забо-

леваний (кашель, насморк, затрудненное дыхание или одышка и т. д.), мы просили сотрудника покинуть рабочее место, а также информировали его о важности обращения за квалифицированной помощью и вреде самолечения. Мы также проводили опрос персонала для контроля состояния здоровья. Это было необходимо для того, чтобы иметь информацию о возможных контактах с заболевшими лицами или лицами, вернувшимися из другой страны или субъекта РФ.

- В случае недомогания персонал оставался дома до **полного выздоровления**.

- Весь персонал Fix Price, работающий на объектах Компании, был обязан использовать **СИЗ (маски и перчатки)** и соблюдать усиленные санитарные меры. Мы в полном объеме предоставляли всему персоналу основные средства индивидуальной защиты.
- Мы проводили еженедельный сбор **статистических данных** по заболеваемости персонала Компании и отслеживали процент вакцинированных.
- При выполнении общих задач контакты между персоналом минимизировались, соблюдалась **социальная дистанция в 1,5 метра**.

- Мы смогли организовать **удаленный режим работы**: значительная часть офисного персонала была переведена на комбинированный формат – **25%** и удаленный формат – **21%**. Для того, чтобы обеспечить нашим сотрудникам комфортные условия работы, мы закупили ноутбуки, телекоммуникационное оборудование, добавили новое программное обеспечение для проведения видеоконференций, а наша служба технической поддержки помогала сотрудникам в случае возникновения трудностей с подключением к корпоративным ресурсам.



### Усиление санитарных мер:

Для того, чтобы снизить риск заражения коронавирусной инфекцией среди нашего персонала, с начала ее распространения мы предприняли особые усилия и ввели следующие меры во всех объектах Компании:

- ✔ увеличили частоту проведения уборки помещений (с одного до пяти раз за смену) с обязательным занесением информации об уборке в Журнал проведения дезинфекционных работ;
- ✔ ввели дезинфекцию мест общего пользования (кухни, раздевалки, туалеты) с применением специализированных дезинфицирующих средств;
- ✔ ввели дополнительную дезинфекцию складов;
- ✔ ввели режим контроля дополнительной обработки рук и/или перчаток дезинфицирующими средствами, а также организовали места для их обработки дезинфицирующими салфетками и кожными антисептиками, обязав предпринимать эти меры предосторожности не реже, чем каждые два часа.

### Информирование:

В условиях угрозы распространения COVID-19 мы осознаем важность повышения уровня осведомленности наших сотрудников о необходимости соблюдения мер предосторожности. Для этого с начала пандемии COVID-19 мы разместили информационные плакаты в местах общего пользования, а также во входных зонах магазинов сети, офисов и распределительных центров.

Мы регулярно доносим до сведения персонала установленные санитарные нормы, а также проводим инструктажи и размещаем аудиорекламу и информационные плакаты на тему необходимости соблюдения правил личной гигиены и безопасного нахождения в общественных местах. В сети интранет мы также активно проводили новостную рассылку о действиях на работе и дома во время пандемии COVID-19, а в наших социальных сетях рассказывали о всех необходимых мерах безопасности для защиты от COVID-19.

### Вакцинация:

Мы понимаем, что вакцинация – это важный инструмент по борьбе с распространением коронавирусной инфекции, поэтому нам важно и дальше повышать количество вакцинированного персонала. Мы стали информировать персонал о необходимости вакцинации с января 2021 года, в том числе через наши внутренние платформы.

По состоянию на конец 2021 года общая доля вакцинированных сотрудников в Компании превысил 89%.



## ПОКУПАТЕЛИ

### Безопасность покупок:



Для безопасного совершения покупок в магазинах была нанесена специальная разметка в целях соблюдения **социальной дистанции** 1,5 метра между посетителями, а во входной зоне мы разместили защитные медицинские маски и антисептики сразу после того, как началось распространение коронавирусной инфекции в России. Помимо этого, мы активно информировали покупателей о мерах предосторожности и защиты от COVID-19 с помощью информационных плакатов и аудиорекламы.



Вместе с тем, мы даем покупателям возможность совершать **покупки онлайн**, чтобы минимизировать риски заражения коронавирусной инфекцией. Доставка осуществляется нашими партнерами по всей России, товар может быть доставлен покупателю по указанному адресу лично в руки или выдан в пункте выдачи курьерской службы.



# Меры поддержки

403-6

## ПЕРСОНАЛ

### Страхование сотрудников на случай COVID-19:

После начала пандемии было принято решение предоставлять нашим сотрудникам дополнительное страхование при подтверждении диагноза коронавирусной инфекции нового типа (SARS-CoV-2).

В рамках данной инициативы страховые выплаты в размере

**от 10 до 500 тыс. рублей**

осуществлялись после предъявления сотрудником медицинской справки о болезни, а также документов, запрашиваемых страховой компанией

Сумма компенсаций варьировалась в зависимости от степени тяжести последствий перенесенной коронавирусной инфекции.

### Материальная помощь сотрудникам:

С апреля 2021 года Компания перешла с системы дополнительного страхования сотрудников к системе оказания материальной помощи. Она является более гибкой и требует меньше документов для подтверждения заболевания. При обращении для получения материальной помощи сотрудник должен написать заявление и предоставить документ, подтверждающий факт перенесенного заболевания.



## ПОКУПАТЕЛИ

С момента основания Компании наш главный принцип – дать возможность покупателям приобретать товар по доступным ценам. В период пандемии мы сохранили свою социальную направленность и смогли поддержать наших покупателей в условиях кризиса.

### Низкие цены на средства индивидуальной защиты:

С начала распространения коронавирусной инфекции мы понимали, что в текущих условиях важно предоставлять доступ к средствам индивидуальной защиты как можно большему числу людей, а потому постарались сделать все возможное, чтобы максимально быстро обеспечить наличие таких товаров на полках.

В первое время после начала пандемии COVID-19 в России наблюдался крайне повышенный спрос на СИЗ, и наша Компания, в условиях повсеместного дефицита, смогла организовать массовые поставки одноразовых масок. Для этого мы передали наш заказ одновременно шести фабрикам в Китае и наладили экстренные дополнительные поставки в наши магазины. Нам удалось задействовать максимум ресурсов и выйти на производство 600 тыс. масок в сутки.

Вместе с тем, на фоне всеобщего роста цен, мы также сумели удержать низкие цены на СИЗ и по сей день делаем все возможное, чтобы каждый человек мог защитить себя и свое здоровье.

Наша Компания позаботилась о том, чтобы такие товары находились на виду у покупателей при входе в магазин и в районе касс. Также мы обеспечивали сотрудников Компании и наших покупателей масками и перчатками. За 2021 год в свободном доступе мы предоставили:

- ✔ более 3,2 млн пар перчаток;
- ✔ более 1,8 млн масок;
- ✔ более 129 тыс. ед. антисептика.

### Акция среди покупателей в поддержку вакцинации от COVID-19:

С целью повышения уровня вакцинации в конце 2021 г. мы провели акцию для покупателей: с 1 ноября по 31 декабря 2021 года обладатели карт лояльности Fix Price в России при предъявлении цифрового сертификата о прохождении вакцинации в период действия акции имели возможность получить по 1 тыс. бонусных баллов, что эквивалентно 1 тыс. рублей. В рамках данной акции наша Компания выделила 10 млн рублей. Наши покупатели проявили к инициативе большой интерес, в связи с чем она была завершена досрочно, 10 декабря 2021 года. Однако мы все равно решили продолжить акцию, изменив условия ее проведения: с 11 декабря по 31 декабря мы подарили двойные бонусы тем покупателям, кто не вошел в первые 10 тысяч вакцинированных.

С начала пандемии COVID-19 и по настоящий день наша Компания во главу угла ставит сохранение жизни и здоровья нашего персонала и покупателей. Мы принимали и продолжаем принимать все необходимые меры, чтобы обеспечить безопасность персонала на рабочем месте, а посетителям предоставляем возможность совершать покупки, минимизируя риски для здоровья.

# Об отчете



**>15** ТЫС.

РЕСПОНДЕНТОВ ПРИНЯЛИ  
УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ  
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ  
СТОРОН

# Методика подготовки отчета

102-54

Мы впервые публикуем отчет об устойчивом развитии, в котором все заинтересованные стороны могут в удобном формате найти информацию о наших проектах и основных показателях в области устойчивого развития, а также вкладе в достижение ЦУР ООН<sup>1</sup>. Данный отчет мы размещаем на [нашем сайте](#) в разделе «ESG отчеты и результаты», где также доступны ранее опубликованные материалы: ESG Databook и презентация.

Мы постарались сделать отчет информативным для максимально широкой аудитории, включающей наш персонал, покупателей, партнеров, инвестиционное сообщество и другие заинтересованные стороны. Настоящий отчет подготовлен в соответствии со стандартами GRI<sup>2</sup>, уровень раскрытия – базовый (Core), а также стандартами SASB<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Цели устойчивого развития ООН, подробнее см. [Приложение 3](#)

<sup>2</sup> Global Reporting Initiative Standards

<sup>3</sup> Sustainability Accounting Standards Board

Для раскрытия по стандартам SASB было использовано отраслевое руководство Multiline and Specialty Retailers & Distributors, которое является приоритетным для Компании в соответствии с классификатором SASB, а также выборочные стандарты из руководства Food Retailers & Distributors. Перечень раскрываемых в отчете стандартов GRI и SASB представлен в Приложениях<sup>4</sup>. Финансовые показатели, представленные в отчете, раскрыты на основе [консолидированной финансовой отчетности по МСФО](#), получившей заверение от независимого аудитора, опубликованной на нашем сайте.

Отчет публикуется на двух языках (русском и английском), согласован и утвержден к публикации Комитетом по устойчивому развитию Совета директоров Группы.

<sup>4</sup> Подробнее см. [Приложение 1](#) и [2](#)

# Границы отчета

102-45 102-50

Настоящий отчет раскрывает нефинансовые результаты деятельности компании ООО «Бэст Прайс» – основной операционной компании Группы компаний Fix Price Group Ltd<sup>5</sup> за период с 1 января по 31 декабря 2021 года. Информация, раскрытая в отчете, охватывает деятельность объектов Компании, расположенных на территории Российской Федерации, без учета данных по франчайзинговым магазинам. В случае если границы отчета для тех или иных показателей отличаются от описанных выше, информация о периоде раскрытия и предприятиях, включенных в границы отчета, приводится в тексте дополнительно.

Помимо нефинансовых результатов, отчет отражает приоритеты и направления деятельности Компании в области устойчивого развития, а также планы на 2022 год. Планы Компании носят предварительный характер и основаны на информации о рисках и возможностях, которая была доступна на момент подготовки отчета, поэтому будущие результаты могут отличаться от заявленных в настоящем отчете.

<sup>5</sup> На дату публикации отчета Компания сменила наименование на Fix Price Group PLC

# Взаимодействие с заинтересованными сторонами

102-40 102-42 102-43

Для нас важно учитывать мнение всех заинтересованных сторон, поэтому мы работаем над созданием и развитием каналов обратной связи для разных аудиторий.

В качестве заинтересованных сторон мы определили группы людей и организации, на которых деятельность Компании оказывает существенное влияние, а также организации и лица, деятельность которых может оказать влияние на стратегию или бизнес-процессы Компании.



Заинтересованная сторона	Ключевые вопросы для взаимодействия	Способы взаимодействия	Раздел отчета, затрагивающий ключевые вопросы
Покупатели	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Качество и безопасность продукции;</li> <li>☑ продукция для здорового образа жизни;</li> <li>☑ защита персональных данных;</li> <li>☑ поддержка в период пандемии.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Горячая линия;</li> <li>☑ электронная почта;</li> <li>☑ публикации на сайте Компании (в т.ч. форма обратной связи);</li> <li>☑ социальные сети;</li> <li>☑ опросы;</li> <li>☑ регулярные маркетинговые исследования целевой аудитории.</li> </ul>	<a href="#">О Компании</a> <a href="#">Продукт</a> <a href="#">COVID-19: ответные меры</a>
Персонал (штатный и подрядных организаций)	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Справедливые условия труда и благополучие;</li> <li>☑ возможности для профессионального роста и обучения;</li> <li>☑ безопасные условия труда;</li> <li>☑ поддержка в период пандемии.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Прямое взаимодействие через руководителей;</li> <li>☑ горячая линия;</li> <li>☑ электронная почта;</li> <li>☑ социальные сети;</li> <li>☑ внутренний портал.</li> </ul>	<a href="#">Люди</a> <a href="#">COVID-19: ответные меры</a>
Акционеры и инвесторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Стратегия в области устойчивого развития;</li> <li>☑ бизнес-этика и комплаенс;</li> <li>☑ качество и безопасность продукции;</li> <li>☑ мотивация и вовлеченность персонала;</li> <li>☑ воздействие на климат.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Прямое взаимодействие с инвесторами;</li> <li>☑ регуляторные раскрытия и публикации на сайте Компании;</li> <li>☑ собрания акционеров.</li> </ul>	<a href="#">О Компании</a> <a href="#">Продукт</a> <a href="#">Люди</a> <a href="#">Планета</a>
Поставщики	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Прозрачная и устойчивая цепочка поставок;</li> <li>☑ бизнес-этика и комплаенс.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Прямое взаимодействие с поставщиками;</li> <li>☑ горячая линия;</li> <li>☑ публикации на сайте Компании.</li> </ul>	<a href="#">О Компании</a> <a href="#">Партнеры</a>
СМИ	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Стратегия в области устойчивого развития;</li> <li>☑ бизнес-этика и комплаенс.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Прямое взаимодействие со СМИ;</li> <li>☑ публикации на сайте Компании.</li> </ul>	<a href="#">О Компании</a>
Органы государственной власти	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Бизнес-этика и комплаенс;</li> <li>☑ качество и безопасность продукции.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Соблюдение законодательных норм;</li> <li>☑ публикации на сайте Компании.</li> </ul>	<a href="#">О Компании</a> <a href="#">Продукт</a>
Местные сообщества	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Благотворительные и социальные программы;</li> <li>☑ доступные и качественные товары;</li> <li>☑ поддержка в период пандемии.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Прямое взаимодействие во время проведения социальных программ;</li> <li>☑ публикации на сайте Компании.</li> </ul>	<a href="#">Люди</a> <a href="#">Продукт</a> <a href="#">COVID-19: ответные меры</a>

# Определение существенных тем

102-44 102-46 102-47 103-1

При определении содержания отчета мы провели анализ существенных тем для раскрытия. Существенными являются темы (аспекты), на которые Компания может оказывать наибольшее влияние своей деятельностью и которые могут повлиять на принятие решений заинтересованными сторонами относительно Компании. Анализ существенных тем проводился в несколько этапов.

## ЭТАП 1.

Был проведен сравнительный анализ текущей деятельности Компании по направлениям устойчивого развития с лучшими практиками компаний в сфере ритейла, требованиями рейтинговых агентств и инвестиционного сообщества, а также повесткой устойчивого развития в Российской Федерации.

## ЭТАП 2.

Мы собрали и изучили мнения представителей ключевых групп заинтересованных сторон, указанных ниже.

В опросе приняли участие **>15 тыс. респондентов:**

Группа заинтересованных сторон	Количество респондентов
Покупатели	2 499
Топ-менеджмент	14
Персонал	12 783
Поставщики	121
Инвесторы	16
СМИ	7
<b>Общее число респондентов</b>	<b>15 440</b>

## ЭТАП 3.

Последним шагом стало ранжирование тем по степени важности для разных групп на основе среднего балла, полученного в ходе опроса заинтересованных сторон. В результате мы получили матрицу существенности.

Проанализировав ее, среди всех тем мы также выделили наиболее существенные. Раскрытию этих тем в отчете было уделено наибольшее внимание.



## Список существенных тем ②

- |   |   |
|---|---|
| <b>1. Справедливые условия труда и благополучие персонала</b> | <b>9.</b> Обращение с отходами  |
| <b>2.</b> Обучение и мотивация персонала                      | <b>10.</b> Устойчивая упаковка  |
| <b>3. Охрана труда и здоровье персонала</b>                   | <b>11.</b> Эффективное использование водных ресурсов  |
| <b>4. Качество и безопасность продукции</b>                   | <b>12.</b> Эффективное потребление энергии  |
| <b>5.</b> Продукция для здорового образа жизни                | <b>13.</b> Снижение воздействия на изменение климата  |
| <b>6. Взаимодействие с потребителями</b>                      | <b>14.</b> Конфиденциальность и защита данных   |
| <b>7.</b> Благотворительные программы                         | <b>15. Противодействие коррупции, деловая этика и соблюдение законодательных требований</b> |
| <b>8.</b> Ответственная цепочка поставок                      | <b>16.</b> Защита прав человека   |

① Темы расположены по степени важности для Компании, а также в зависимости от того, на какую тему Компания оказывает наибольшее влияние своей операционной деятельностью  
 ② Наиболее существенные темы выделены синим

# Контактная информация

102-53



Мы будем рады ответить на любые вопросы касательно настоящего отчета и деятельности Fix Price в области устойчивого развития.

Направить вопросы можно по электронной почте:



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

# Приложения

# Приложение 1.

## Таблица GRI

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-1	Название организации	Титульный лист	1				—
102-2	Деятельность, торговые марки, продукты и услуги	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price <a href="#">Годовой отчет:</a> О Компании	10–21				—
102-3	Местонахождение штаб-квартиры организации	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	140				Периметр данного отчета, если не указано иное, ООО «Бэст Прайс» – основная операционная компания Группы компаний Fix Price Group Ltd. Головной офис Компании ООО «Бэст Прайс» находится в г. Москве
102-4	География деятельности	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price <a href="#">Годовой отчет:</a> О Компании <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление	10–21				—
102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	140				ООО «Бэст Прайс» зарегистрировано в соответствии с законодательством Российской Федерации
102-6	Рынки, на которых работает организация	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price <a href="#">Годовой отчет:</a> О Компании	10–21				—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-7	Масштаб организации	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price <b>Продукт:</b> Ассортимент и взаимодействие с покупателями <b>Люди:</b> Подход к управлению персоналом <b>Приложение:</b> Таблица GRI <a href="#">Годовой отчет:</a> Приложения	10–21 48–59 72–73 141				Объем реализованных товаров за 12 месяцев 2021 года: около 4 млрд единиц товаров
102-8	Информация о персонале и других сотрудниках	<b>Люди:</b> Разнообразие и инклюзия в Компании <b>Приложение:</b> Таблица GRI <a href="#">ESG-датабук</a> <sup>1</sup>	74–77 141				Структура персонала <sup>2</sup> по типу занятости в 2021 г.: неполный день: мужчины – 1; женщины – 12; полный день: мужчины – 3 054; женщины – 14 592. Структура персонала по типу трудовых договоров в 2021 г.: бессрочный трудовой договор: мужчины – 2 894; женщины – 13 324; временный трудовой договор: мужчины – 161; женщины – 1 280

<sup>1</sup> Здесь и далее – если в качестве источника указан ESG-датабук, то данные по показателю за 2019 и 2020 годы представлены в нем

<sup>2</sup> Данные представлены по персоналу, относящемуся к периметру раскрытия данного отчета

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-9	Цепочка поставок	<b>Партнеры:</b> Подход к работе с партнерами	97-102				—
102-10	Существенные изменения в организации или ее цепочке поставок	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	142				Выход Группы на IPO в марте 2021. На дату публикации отчета Группа сменила наименование на Fix Price Group PLC и страну регистрации на республику Кипр
102-11	Применение принципа предосторожности	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление <a href="#">Годовой отчет:</a> Стратегический отчет	22-31				—
102-12	Поддержка внешних инициатив	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	142				Fix Price является членом Ассоциации предприятий индустрии детских товаров
102-13	Членство в ассоциациях	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	142				Fix Price является членом Ассоциации предприятий индустрии детских товаров
102-14	Заявление самого старшего руководителя	Обращение Генерального директора	4-7				—
102-15	Описание ключевых воздействий, рисков и возможностей	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price, Корпоративное управление, Подход к управлению устойчивым развитием <a href="#">Годовой отчет:</a> Стратегический отчет	10-21 22-31 32-45				—
102-16	Ценности, принципы, стандарты и нормы поведения организации	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price, Корпоративное управление, Подход к управлению устойчивым развитием	10-21 22-31 32-45				—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-17	Механизмы обращения за консультациями по вопросам этики	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление	22-31				—
102-18	Структура корпоративного управления	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление, Подход к управлению устойчивым развитием <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление	22-31 32-45				—
102-19	Делегирование полномочий	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	143				От Совета директоров (в лице Комитета по устойчивому развитию) задачи поступают к топ-менеджменту и далее – к сотрудникам.  Однако Группа имеет плоскую структуру управления, и любой сотрудник может высказать пожелания и предложения своему руководителю, который при необходимости имеет возможность передать их топ-менеджменту и далее – Совету директоров
102-20	Сотрудники руководящего звена, ответственные за принятие решений по экономическим, экологическим и социальным вопросам	<b>О Компании:</b> Подход к управлению устойчивым развитием <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление	32-45				—



Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-21	Консультирование заинтересованных сторон по экономическим, экологическим и социальным вопросам	Приложения: Таблица GRI	144				Fix Price на регулярной основе осуществляет взаимодействие со своими заинтересованными сторонами. В том числе по вопросам устойчивого развития. В тесном контакте со всеми заинтересованными сторонами мы разработали стратегические приоритеты и матрицу существенности для Fix Price
102-22	Состав высшего органа корпоративного управления и его комитетов	О Компании: Корпоративное управление <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление Приложения: Таблица GRI	22-31    144				Срок пребывания в должности всех членов Совета директоров составляет 9 месяцев, так как они вступили в должность 10 марта 2021 года. В отчетный период Совет Директоров состоял из семи членов, в который входили три независимых члена, а также один представитель женского пола. На дату публикации настоящего Отчета об устойчивом развитии Елена Титова и Александр Тынкован покинули Совет директоров Группы
102-23	Председатель высшего органа корпоративного управления	О Компании: Корпоративное управление <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление	22-31				—
102-24	Порядок выдвижения и отбора кандидатов в члены высшего органа корпоративного управления	<a href="#">Устав Fix Price</a>	—				Процесс выдвижения и отбора кандидатов в Совет директоров подробно описан в <a href="#">Уставе Fix Price</a>

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-25	Конфликт интересов	<a href="#">Устав Fix Price</a>	—				Процесс урегулирования конфликта интересов подробно описан в <a href="#">Уставе Fix Price</a>
102-26	Роль высшего органа корпоративного управления в определении целей, ценностей и стратегии	О Компании: Подход к управлению устойчивым развитием <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление	32-45				—
102-27	Коллективные знания членов высшего органа корпоративного управления	Приложения: Таблица GRI	145				В 2021 году был учрежден Комитет по устойчивому развитию, в ходе заседаний которого обсуждаются ESG-вопросы. ESG-повестка далее доносится до членов Совета директоров. В начале 2022 года мы впервые провели тренинг по устойчивому развитию, который посетили все топ-менеджеры и члены Совета директоров. В 2021 году подобных тренингов не проводилось
102-28	Оценка деятельности высшего органа корпоративного управления	Приложения: Таблица GRI	145	Процесс оценки деятельности высшего органа корпоративного управления по ESG-вопросам, частота и независимость такой оценки, и предпринятые после проведения оценки действия	ESG-комитет был сформирован только в 2021 году. Компания осознает необходимость проводить оценку высшего органа управления и будет стремиться к достижению лучших мировых практик в данном вопросе	—	—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-29	Выявление экономического, экологического и социального воздействия организации и управление им	<b>О Компании:</b> Подход к управлению устойчивым развитием	32–45				—
102-30	Эффективность системы управления рисками	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление <b>Годовой отчет:</b> Стратегический отчет	22–31				—
102-31	Обзор экономических, экологических и социальных вопросов	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление, Подход к управлению устойчивым развитием	22–31				—
102-32	Роль высшего органа корпоративного управления в подготовке отчета об устойчивом развитии	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление, Подход к управлению устойчивым развитием	22–31 32–45				—
102-33	Информирование о критически важных проблемах	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	146				В случае возникновения критически важных проблем они обсуждаются в ходе регулярных или внеочередных (в зависимости от срочности возникшей проблемы) встречах Совета директоров
102-40	Перечень групп заинтересованных сторон	<b>Об отчете:</b> Взаимодействие с заинтересованными сторонами	134–135				—
102-41	Коллективные договоры	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	146				— В 2019 – 2021 годах Группа не заключала коллективные договоры с сотрудниками

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-42	Выявление и отбор заинтересованных сторон	<b>Об отчете:</b> Взаимодействие с заинтересованными сторонами	134–135				—
102-43	Подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами	<b>Об отчете:</b> Взаимодействие с заинтересованными сторонами	134–135				—
102-44	Затронутые ключевые темы и опасения	<b>Об отчете:</b> Определение существенных тем	136–137				—
102-45	Юридические лица, отчетность которых была включена в консолидированную финансовую отчетность	<b>Об отчете:</b> Границы отчета <b>Приложения:</b> Таблица GRI	133 147				Финансовая отчетность содержит информацию о Группе компаний Fix Price Group Ltd.  Настоящий отчет содержит информацию о нефинансовых показателях компании ООО «Бэст Прайс», если не указано иное
102-46	Методика определения содержания отчета	<b>Об отчете:</b> Определение существенных тем	136–137				—
102-47	Перечень существенных тем	<b>Об отчете:</b> Определение существенных тем	136–137				—
102-48	Пересмотр данных и существенные изменения	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	147				Данный отчет является первым для Fix Price
102-49	Изменения в методике представления отчетности	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	147				Данный отчет является первым для Fix Price
102-50	Отчетный период	<b>Об отчете:</b> Границы отчета	137				—
102-51	Дата публикации предыдущего отчета в области устойчивого развития	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	147				Данный отчет является первым для Fix Price

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
102-52	Цикл отчетности	Приложения: Таблица GRI	148				Компания осознает необходимость регулярно информировать участников рынка по вопросам устойчивого развития и будет стремиться к достижению лучших практик в вопросах периодичности публикации отчетности
102-53	Контактное лицо для обращения с вопросами относительно отчета	Об отчете: Контакты	138				—
102-54	Вариант подготовки отчета в соответствии с Руководством GRI, выбранный организацией	Об отчете: Методика подготовки отчета	132				—
102-55	Указатель содержания GRI	Приложения: Таблица GRI	148				—
102-56	Заверение отчета	Приложения: Таблица GRI	148				Отчет не проходил процедуру внешнего независимого заверения
103-1	Существенные темы и их границы	Об отчете: определение существенных тем	136–137				—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
103-2	Подход организации в области менеджмента и его составляющие	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление <b>Продукт:</b> Ассортимент и взаимодействие с покупателями, Качество и безопасность продукции <b>Люди:</b> Подход к управлению персоналом, Разнообразие и инклюзия в Компании, Вознаграждение и мотивация <b>Партнеры:</b> Подход к работе с партнерами <b>Планета:</b> Подход к управлению воздействием на окружающую среду <a href="#">Годовой отчет:</a> Корпоративное управление	22–31 48–59 60–67 72–73 74–77 78–79 97–102 108–109				—
103-3	Оценка эффективности подхода в области менеджмента	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление <b>Продукт:</b> Качество и безопасность продукции <b>Люди:</b> Подход к управлению персоналом, Разнообразие и инклюзия в Компании, Вознаграждение и мотивация <b>Партнеры:</b> Подход к работе с партнерами, Аудит поставщиков <b>Планета:</b> Подход к управлению воздействием на окружающую среду	22–31 60–67 72–73 74–77 78–79 97–102 108–109				—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
201-1	Созданная и распределенная прямая экономическая стоимость	<b>О Компании:</b> Подход к управлению устойчивым развитием	32–45				—
201-4	Финансовая помощь, полученная от государства	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	149				В 2019 – 2021 годах Группа не получала финансовую помощь от государства
204-1	Доля товаров местных поставщиков в закупках	<b>О Компании:</b> Подход к управлению устойчивым развитием <a href="#">ESG-датабук</a>	32–45				
205-2	Информирование о правилах и методах противодействия коррупции и обучение им	<b>Приложения:</b> Таблица GRI <a href="#">ESG-датабук</a>	150	(с) Бизнес-партнеры, которые были проинформированы об имеющихся политиках в области антикоррупции, в разбивке по регионам	(с) Статистика в разбивке по регионам не ведется	—	В 2021 году <sup>1</sup> : (а) Семь членов Совета директоров (100%) были проинформированы об имеющихся политиках в области антикоррупции (б) Число сотрудников, которые были проинформированы об имеющихся у организации политиках и методах противодействия коррупции 26 244 <sup>2</sup> человека, в том числе: ☑ топ-менеджмент: 1 человек; ☑ руководители младшего звена: 10 человек; ☑ офисные сотрудники: 461 человек; ☑ сотрудники РЦ: 298 человек; ☑ сотрудники магазинов: 25 474 человека.

<sup>1</sup> Данные представлены по сотрудникам, относящимся к периметру раскрытия данного отчета

<sup>2</sup> Ознакомление с политиками в области противодействия коррупции является обязательным при вступлении в должность в Компании. Статистика указана по тем сотрудникам, которые ознакомились с политиками при приеме на работу и/или по сотрудникам, прошедшим соответствующее обучение

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
205-3	Подтвержденные случаи коррупции и принятые меры	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	151				В 2019-2021 годах не было подтвержденных случаев коррупции
302-1	Потребление энергии внутри организации	<b>Планета:</b> Климат и энергоэффективность	110–115				—
302-3	Энергоемкость	<b>Планета:</b> Климат и энергоэффективность	110–115				—

(с) Со всеми контрагентами мы заключаем дополнительное соглашение о предотвращении коррупции

(d) Члены СД проинформированы об имеющихся политиках в области противодействия коррупции. Члены СД являются экспертами рынка и обладают данными знаниями, поэтому формальное обучение не проводилось

(е) Число сотрудников, которые прошли обучение по методам противодействия коррупции:

- 25 507 человек; в том числе:
- ☑ руководители младшего звена: 2 человека;
- ☑ офисные сотрудники: 31 человек;
- ☑ сотрудники магазинов: 25 474 человека

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
305-1	Прямые выбросы парниковых газов (Scope 1)	<b>Планета:</b> Климат и энерго-эффективность <b>Приложения:</b> Таблица GRI	110–115 152	Биогенные выбросы CO <sub>2</sub> в метрических тоннах CO <sub>2</sub> -эquiv.	Подобные выбросы у Компании отсутствуют	Компания не использует биотопливо	В расчет парниковых газов включались следующие парниковые газы: диоксид углерода (CO <sub>2</sub> ), метан (CH <sub>4</sub> ), оксид азота (N <sub>2</sub> O). Базовым годом для расчета был определен 2020-й, как первый год, когда производился расчет выбросов ПГ
305-2	Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (Scope 2)	<b>Планета:</b> Климат и энерго-эффективность <b>Приложения:</b> Таблица GRI	110–115 152	Биогенные выбросы CO <sub>2</sub> в метрических тоннах CO <sub>2</sub> -эquiv.	Подобные выбросы у Компании отсутствуют	Компания не использует биотопливо	В расчет парниковых газов включались следующие парниковые газы: диоксид углерода (CO <sub>2</sub> ), метан (CH <sub>4</sub> ), оксид азота (N <sub>2</sub> O). Базовым годом для расчета был определен 2020-й, как первый год, когда производился расчет выбросов ПГ
305-3	Прочие косвенные выбросы парниковых газов (Scope 3)	<b>Планета:</b> Климат и энерго-эффективность <b>Приложения:</b> Таблица GRI	110–115 152	Биогенные выбросы CO <sub>2</sub> в метрических тоннах CO <sub>2</sub> -эquiv.	Подобные выбросы у Компании отсутствуют	Компания не использует биотопливо	В расчет парниковых газов включались следующие газы: диоксид углерода (CO <sub>2</sub> ), метан (CH <sub>4</sub> ), оксид азота (N <sub>2</sub> O). Базовым годом для расчета был определен 2020-й, как первый год, когда производился расчет выбросов ПГ
305-4	Интенсивность выбросов парниковых газов	<b>Планета:</b> Климат и энерго-эффективность	110–115				—
306-1	Образование отходов и существенное воздействие	<b>Планета:</b> Управление отходами	116–119				—
306-2	Регулирование существенного воздействия, связанного с образованием отходов	<b>Планета:</b> Управление отходами	116–119				—
306-3	Объем образуемых отходов	<b>Планета:</b> Управление отходами	116–119				—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
306-4	Отходы, направляемые на переработку	<b>Планета:</b> Управление отходами	116–119				—
306-5	Отходы, направленные на сжигание и захоронение	<b>Приложение:</b> Таблица GRI	152	Объем отходов, передаваемых на утилизацию, по видам фракций	Учет не ведется	В Компании не ведется учет объема утилизируемых отходов	—
307-1	Несоблюдение требований природоохранного законодательства	<b>Приложение:</b> Таблица GRI	153				В 2019 – 2021 годах не было зафиксировано случаев нарушения природоохранного законодательства
401-1	Количество новых сотрудников и текучесть кадров	<b>Приложения:</b> Таблица GRI <a href="#">ESG-дatabук</a>	153	Текучесть сотрудников в разбивке по возрасту и полу	Учет текучести в разбивке по возрасту и полу не ведется	Компания не ведет учет текучести в разбивке по возрасту и полу	Годовая текучесть в 2021 году составила <sup>1</sup> 68,78%. Высокие показатели текучести связаны с тем, что сотрудники магазинов и РЦ в секторе ритейла часто меняют работу в поисках более выгодных условий
401-2	Льготы, которые предоставляются сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, и не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	153				Все льготы доступны как сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, так и сотрудникам, работающим на условиях неполной или временной занятости в зависимости от стажа работы и занимаемой должности
403-1	Системы управления ОТ и ПБ	<b>Люди:</b> Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников	87–89				—

<sup>1</sup> Данные представлены по персоналу, относящимся к периметру раскрытия данного отчета

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
403-2	Определение опасностей, оценка риска и расследование происшествий	<b>Люди:</b> Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников	87–89				—
403-3	Службы охраны труда	<b>Люди:</b> Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников	87–89				—
403-4	Участие, консультирование и доведение до сведения сотрудников информации по ОТ и ПБ	<b>Приложение:</b> Таблица GRI	154	Описание процесса консультации с сотрудниками по охране труда. Описание работы совместных комитетов по охране труда	Отсутствуют консультации и комитеты	Официальных совместных комитетов руководителей и сотрудников по охране труда и производственной безопасности в Компании нет	—
403-5	Обучение сотрудников в сфере ОТ и ПБ	<b>Люди:</b> Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников	87–89				—
403-6	Профилактика и охрана здоровья рабочих	<b>Люди:</b> Вознаграждение и мотивация,	78–79				—
		Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников, <b>COVID-19: Ответные меры:</b> Меры поддержки	87–89 128–129				
403-7	Предотвращение и смягчение воздействий на здоровье и безопасность труда сторонних сотрудников, напрямую связанных с деятельностью, продукцией и услугами организации	<b>Люди:</b> Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников	87–89				—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
403-9	Производственный травматизм	<b>Люди:</b> Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников	87–89				Общий коэффициент травматизма со смертельным исходом среди сотрудников (на 200 т.ч.) в 2021 г.: 0,00.
		<b>Приложения:</b> Таблица GRI <a href="#">ESG-датабук</a>	155				Общий коэффициент травматизма со смертельным исходом среди подрядчиков (на 200 т.ч.) в 2021 г.: 0,00.  Общий коэффициент травматизма среди сотрудников (на 200 т.ч.) (TRIR – Total recordable incident rate) в 2021 г.: 0,05.  Коэффициент происшествий без последствий среди сотрудников (на миллион рабочих часов) (NMFR – Near miss frequency rate) в 2021 г.: 0,08.  Коэффициент частоты травматизма с временной потерей трудоспособности среди сотрудников (на миллион рабочих часов) (LTIFR – Lost-time injury frequency rate) в 2021 г.: 0,26.  Коэффициент частоты травматизма с временной потерей трудоспособности среди подрядчиков (на миллион рабочих часов) (LTIFR – Lost-time injury frequency rate) в 2021 г.: 0,68

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
404-1	Среднегодовое количество часов обучения на одного сотрудника	<b>Люди:</b> Обучение и развитие <b>Приложения:</b> Таблица GRI <a href="#">ESG-датабук</a>	80–86  156	Среднее количество часов обучения сотрудников организации за отчетный период, в разбивке по полу	Отсутствие данных в разбивке по полу	Учет часов обучения в разбивке по полу не ведется	Среднее количество часов обучения сотрудников в расчете на единицу FTE в 2021 г.: 51,49; в том числе: ☉ Для сотрудников магазинов – 58,05; ☉ Для сотрудников РЦ – 8,45; ☉ Для сотрудников офиса – 5,50.  Раскрывается частично
404-2	Программы развития навыков и образования на протяжении жизни	<b>Люди:</b> Обучение и развитие <b>Приложения:</b> Таблица GRI	80–86  156	Описание программ, содействующих в дальнейшем трудоустройстве сотрудника	Отсутствие программ непрерывного профессионального роста, обеспечивающие возможность дальнейшего трудоустройства и управления карьерой в случае выхода на пенсию или увольнения	Компания не реализует подобные программы	Раскрывается частично. Компания реализует различные программы для обучения персонала (подробнее в разделе «Обучение и развитие»), однако Компания не реализует программы, способствующие дальнейшему трудоустройству в случае выхода на пенсию или увольнению
405-1	Этническое и социокультурное многообразие среди сотрудников и руководителей компании	<b>Люди:</b> Разнообразие и инклюзия в Компании	74–77				—

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
405-2	Соотношение базовой заработной платы и вознаграждений у мужчин и женщин	<b>Люди:</b> Вознаграждение и мотивация	78–79				—
406-1	Общее количество случаев дискриминации и предпринятые действия	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	157				В 2019-2021 году в Компании не было случаев дискриминации
408-1	Операции и поставки, подверженные значительному риску использования детского труда	<b>Партнеры:</b> Подход к работе с партнерами <b>Приложения:</b> Таблица GRI	97–102  157				В соответствии с законодательством РФ и внутренними документами Компания не нанимает на работу детей и не сотрудничает с поставщиками, использующими детский труд.  Поставщики Fix Price обязуются соблюдать нашу Политику по противодействию современным формам рабства и торговли людьми или подтвердить наличие подобных политик внутри компании

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
409-1	Операции и поставки, подверженные значительному риску использования принудительного или обязательного труда	<b>Партнеры:</b> Подход к работе с партнерами  <b>Приложения:</b> Таблица GRI	97-102				В соответствии с законодательством РФ и внутренними документами Компания не использует принудительный труд и не сотрудничает с поставщиками, использующими принудительный труд. Поставщики Fix Price обязуются соблюдать нашу Политику по противодействию современным формам рабства и торговли людьми или подтвердить наличие подобных политик внутри компании
			158				
413-1	Подразделения с реализованными программами взаимодействия с местными сообществами, программами оценки воздействия деятельности на местные сообщества и программами развития местных сообществ	<b>Люди:</b> Социальные проекты и благотворительность  <b>Приложения:</b> Таблица GRI	90-93	Доля операций с проведением консультаций для местных сообществ, оценками воздействия и/или программами развития	Отсутствие консультаций с местными сообществами	Иных программ, кроме социальной программы «Добрые Дела» и пожертвований и сбора средств в рамках программы «Лига будущих чемпионов», в Компании нет	Компания реализует благотворительную программу «Добрые Дела» и собирает средства и делает пожертвования в рамках партнерства с фондом «Лига будущих чемпионов». Иных программ и консультаций с местными сообществами не проводится
415-1	Пожертвования на политические цели	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	158				В 2019 – 2021 годах Группа не осуществляла пожертвований на политические цели

Показатель GRI	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Пропуск стандарта			Дополнительные комментарии
				Пропущенные раскрытия	Причина	Объяснение	
417-2	Случаи несоблюдения требований в отношении информации и маркировки продуктов и услуг	<b>Продукт:</b> Качество и безопасность продукции	60-67				—
417-3							
418-1	Подтвержденные жалобы на нарушение неприкосновенности частной жизни и утрату данных о покупателях	<b>Приложения:</b> Таблица GRI	158				В 2019 – 2021 годах обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни и утечек данных покупателей, не поступало
419-1	Несоответствие законодательству и нормативным требованиям в социальной и экономической сферах	<b>Приложения:</b> Таблица GRI <a href="#">ESG-датабук</a>	159				В 2021 году общее количество штрафов, взысканных в связи с несоблюдением законодательства и нормативных требований в социальной и экономической сферах, составило 113, общая сумма: 6 866 941 руб. Число нефинансовых предписаний, связанных с несоблюдением законодательства и нормативных требований в социальной и экономической сферах, составило 40



# Приложение 2.

## Таблица SASB

Тема	Код показателя	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Комментарии
Показатели масштаба деятельности	<b>CG-MR-000.A</b>	Количество (1) розничных магазинов и (2) распределительных центров	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price	10–21	—
Показатели масштаба деятельности	<b>CG-MR-000.B</b>	Общая площадь (1) розничных магазинов и (2) распределительных центров	<b>О Компании:</b> Общие сведения о Fix Price <b>Приложения:</b> Таблица SASB	10–21 160	В 2021 году площадь ПЦ – 282 349 м <sup>2</sup>
Управление топливом автопарка	<b>FB-FR-110a.1</b>	Планета: Климат и Энергоэффективность <b>Приложения:</b> Таблица SASB	<b>Планета:</b> Климат и Энергоэффективность <b>Приложения:</b> Таблица SASB	110–115 160	Все потребляемое внутри организации топливо относится к невозобновляемому
Выбросы в атмосферу от холодильного оборудования	<b>FB-FR-110b.1</b>	Валовые выбросы хладагентов (Score 1)	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	160	В 2021 году валовые выбросы от хладагентов составляли 751 т CO <sub>2</sub> -экв.
Управление энергопотреблением в розничной торговле и дистрибуции	<b>CG-MR-130a.1</b>	(1) Общее энергопотребление, (2) процент энергии, полученной из систем централизованного электроснабжения, (3) процент энергии из возобновляемых источников	<b>Планета:</b> Климат и Энергоэффективность <b>Приложения:</b> Таблица SASB	110–115 160	Вся потребляемая внутри организации энергия относится к невозобновляемой
Управление пищевыми отходами	<b>FB-FR-150a.1</b>	Объем пищевых отходов, процент утилизированных пищевых отходов	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	160	Большую часть ассортимента Компании составляют непродовольственные товары. Основная доля реализуемых продуктов питания не требует специальных условий хранения и имеет продолжительный срок годности. Вследствие этого в Компании не образуется большой объем пищевых отходов и их учет пока не организован

Тема	Код показателя	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Комментарии
Информационная безопасность	<b>CG-MR-230a.1</b>	Описание подхода к выявлению и устранению рисков информационной безопасности	<b>О Компании:</b> Корпоративное управление	22–31	—
Информационная безопасность	<b>CG-MR-230a.2</b>	(1) Количество случаев утечки данных, (2) процент утечек, связанных с персонально идентифицируемой информацией (PII), (3) количество затронутых пользователей	<b>О Компании:</b> Корпоративное Управление	22–31	—
Безопасность пищевой продукции	<b>FB-FR-250a.2</b>	(1) Количество случаев, когда продукция была изъята из продажи, (2) количество изъятой из продажи продукции, (3) процент изъятой из продажи продукции СТМ	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	161	В 2021 году таких случаев зафиксировано не было
Продукт, Маркировка и Маркетинг	<b>FB-FR-270a.1</b>	Количество случаев несоблюдения отраслевых кодексов или кодексов регулирующих норм и положений, связанных с маркировкой и/или маркетингом	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	161	В 2021 году таких случаев зафиксировано не было
Продукт, Маркировка и Маркетинг	<b>FB-FR-270a.2</b>	Общая сумма денежных убытков в результате судебных разбирательств, связанных с маркетингом и/или маркировкой	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	161	В 2021 году таких случаев зафиксировано не было
Трудовые отношения	<b>CG-MR-310a.1</b>	(1) Средняя почасовая заработная плата (2) Процент сотрудников магазинов, зарабатывающих минимальную заработную плату, по регионам	<b>Люди:</b> Вознаграждение и мотивация <b>Приложения:</b> Таблица SASB	78–79 161	Все сотрудники Компании получают заработную плату не ниже МРОТ

Тема	Код показателя	Расшифровка	Раскрытие показателя	Страница отчета	Комментарии
Трудовые отношения	<b>CG-MR-310a.2</b>	(1) Коэффициент добровольной текучести сотрудников магазинов; (2) коэффициент вынужденной текучести сотрудников магазинов	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	162	(1) Коэффициент добровольной текучести сотрудников магазинов 99.7% (2) коэффициент вынужденной текучести сотрудников магазинов 0.3%
Трудовые отношения	<b>CG-MR-310a.3</b>	Общая сумма денежных потерь в результате судебных разбирательств, связанных с нарушением трудового законодательства	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	162	Общая сумма денежных потерь в результате судебных разбирательств, связанных с нарушением трудового законодательства в 2021 году составила 131 тыс. рублей
Трудовые отношения	<b>FB-FR-310a.2</b>	Процент активной рабочей силы, охваченной коллективными договорами	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	162	В 2021 году в Компании не числились/не было сотрудников, с которыми были заключены коллективные договоры
Трудовые отношения	<b>FB-FR-310a.3</b>	(1) Количество простоев работы; (2) общее количество дней простоя	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	162	В 2021 году в Компании было четыре простоя в работе общей продолжительностью пять дней
Разнообразие и инклюзивная рабочая среда	<b>CG-MR-330a.1</b>	Процент гендерного и расового/этнического представительства среди (1) руководства и (2) всех остальных сотрудников	<b>Люди:</b> Разнообразие и инклюзия в Компании <b>Приложения:</b> Таблица SASB	74–77 162	Раскрывается частично; учет по расовому/этническому представительству не ведется
Разнообразие и инклюзивная рабочая среда	<b>CG-MR-330a.2</b>	Общая сумма денежных потерь в результате судебных разбирательств, связанных с дискриминацией в сфере занятости	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	162	В 2021 году не было судебных разбирательств, связанных с дискриминацией при приеме на работу
Продукт, Снабжение, Упаковка и Маркетинг	<b>CG-MR-410a.1</b>	Доход от продукции, сертифицированной третьей стороной по экологическим и/или социальным стандартам	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	162	Учет такой продукции в Компании не ведется
Продукт, Снабжение, Упаковка и Маркетинг	<b>CG-MR-410a.2</b>	Обсуждение процессов в Компании с целью проведения оценки и управления рисками и/или ущербом, связанных с наличием химикатов в продукции	<b>Продукт:</b> Качество и безопасность продукции <b>Приложения:</b> Таблица SASB	60–67 162	Компания проводит тестирования во внешних лабораториях, в том числе на наличие опасных химикатов в продукции
Продовольственные розничные продавцы и дистрибьюторы	<b>FB-FR-430a.3</b>	Обсуждение стратегии управления экологическими и социальными рисками внутри цепочки поставок, включая благополучие животных	<b>Приложения:</b> Таблица SASB	162	В Компании отсутствует стратегия управления экологическими и социальными рисками внутри цепочки поставок

# Приложение 3. Вклад Fix Price в достижение ЦУР ООН



## СООТНЕСЕНИЕ ЦУР ООН С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ FIX PRICE В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

### Фокусные ЦУР ООН

#### ЦЕЛЬ 8: Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех

Fix Price вносит вклад в ЦУР 8 за счет создания новых рабочих мест и справедливой оплаты труда всем сотрудникам, создания широкой сети партнерств, обеспечения принципа равного и этичного отношения к персоналу, недопустимости использования принудительного труда, а также оказания содействия устойчивому экономическому росту в рамках стратегических приоритетов Люди, Партнеры и Планета.



Задача ЦУР ООН	Вклад Fix Price	Расположение в отчете
<b>8.1</b> Поддерживать экономический рост на душу населения в соответствии с национальными условиями и, в частности, рост валового внутреннего продукта на уровне не менее 7 процентов в год в наименее развитых странах	<ul style="list-style-type: none"> <li>Магазины Fix Price расположены в 79 из 85 регионов РФ: это способствует созданию новых рабочих мест в различных регионах РФ, а также обеспечивает доступными товарами 98% населения РФ</li> <li>В 2021 году 75% закупок Fix Price приходилось на товары местных поставщиков</li> <li>Развитие прозрачной и справедливой системы вознаграждения и мотивации сотрудников</li> </ul>	<b>О Компании:</b> <a href="#">Общие сведения о Fix Price</a> <b>Люди:</b> <a href="#">Вознаграждение и мотивация</a> <b>Партнеры:</b> <a href="#">Подход к работе с партнерами</a>
<b>8.3</b> Содействовать проведению ориентированной на развитие политики, которая способствует производительной деятельности, созданию достойных рабочих мест, предпринимательству, творчеству и инновационной деятельности, и поощрять официальное признание и развитие микро-, малых и средних предприятий, в том числе посредством предоставления им доступа к финансовым услугам	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предоставление возможности открытия франчайзинговых магазинов Fix Price для развития предпринимательства в регионах присутствия</li> <li>Ответственный подход к построению отношений с нашими партнерами способствует взаимному развитию: поставщик получает возможность наращивать производство и создавать новые рабочие места, Компания – расширять ассортимент необходимыми покупателями товарами по доступным ценам, которые можно найти только в нашей сети. Это также способствует росту Компании, расширению ее географической представленности, а также созданию новых рабочих мест.</li> </ul>	<b>Партнеры:</b> <a href="#">Подход к работе с партнерами</a>

Задача ЦУР ООН	Вклад Fix Price	Расположение в отчете
<b>8.4</b> На протяжении всего срока до конца 2030 года постепенно повышать глобальную эффективность использования ресурсов в системах потребления и производства и стремиться к тому, чтобы экономический рост не сопровождался ухудшением состояния окружающей среды, как это предусматривается Десятилетней стратегией действий по переходу к использованию рациональных моделей потребления и производства, причем первыми этим должны заняться развитые страны	<ul style="list-style-type: none"> <li>Реализация Политики в области экологии, здоровья и безопасности, положения которой применяются к цепочке поставок</li> <li>Рациональное использование ресурсов: переход на светодиодные лампы; ремонт и восстановление паллетов и аккумуляторных батарей; установка на новых объектах более энергоэффективного оборудования; оптимизация логистических перевозок; переход на ЭДО; восстановление и повторное использование ИТ-оборудования; увеличение объема вторсырья; оптимизация упаковки при помощи использования материалов, пригодных для переработки и мономатериалов</li> </ul>	<b>О Компании:</b> <a href="#">Корпоративное управление</a> <b>Планета:</b> <a href="#">Управление отходами</a>
<b>8.5</b> К 2030 году обеспечить полную и производительную занятость и достойную работу для всех женщин и мужчин, в том числе молодых людей и инвалидов, и равную оплату за труд равной ценности	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предоставление равных возможностей трудоустройства всем специалистам, обладающим соответствующей квалификацией, в том числе женщинам, молодежи и людям с ограничениями по здоровью, что закреплено в Политике в области деловой этики Fix Price</li> <li>Наличие прозрачной и справедливой системы вознаграждения и мотивации сотрудников</li> <li>Предоставление сотрудникам возможности карьерного роста внутри Компании, в том числе благодаря обучению для повышения профессиональных компетенций</li> <li>Ответственный подход к построению отношений с нашими партнерами способствует взаимному развитию: поставщик получает возможность наращивать производство и создавать новые рабочие места, Компания – расширять ассортимент необходимыми покупателями товарами по доступным ценам, которые можно найти только в нашей сети. Это также способствует росту Компании, расширению ее географической представленности, а также созданию новых рабочих мест. Предоставление сотрудникам Компании социальных мер поддержки, таких как материальная помощь, доплата до полного заработка в случае временной нетрудоспособности или очередного отпуска сотрудника, добровольного медицинского страхования, премирование сотрудников, скидки в рамках договоренностей с партнерами</li> </ul>	<b>Люди:</b> <a href="#">Разнообразие и инклюзия в Компании</a> , <a href="#">Вознаграждение и мотивация</a> , <a href="#">Обучение и развитие</a> , <a href="#">Социальные проекты</a>

**Задача ЦУР ООН**

**8.6**

К 2020 году существенно сократить долю молодежи, которая не работает, не учится и не приобретает профессиональных навыков

**Вклад Fix Price**

- ☑ Предоставление равных возможностей трудоустройства всем специалистам, обладающим соответствующей квалификацией, в том числе женщинам, молодежи и людям с ограничениями по здоровью, что закреплено в Политике в области деловой этики Fix Price
- ☑ Безвозмездная поддержка фонду «Лига будущих чемпионов», в рамках которой средства направляются на воспитание юных футболистов. Таким образом молодые спортсмены получают необходимые профессиональные навыки и в будущем могут реализовать себя в профессиональном спорте

**Расположение в отчете**

**Люди:** [Разнообразие и инклюзия в Компании](#), [Социальные проекты](#)

**8.7**

Принять срочные и эффективные меры для того, чтобы искоренить принудительный труд, покончить с современным рабством и торговлей людьми и обеспечить запрет и ликвидацию наихудших форм детского труда, включая вербовку и использование детей-солдат, а к 2025 году покончить с детским трудом во всех его формах

- ☑ Реализация Политики по противодействию современным формам рабства и торговли людьми внутри Fix Price и всеми партнерами Компании
- ☑ Соблюдение и уважение прав человека всеми сотрудниками Компании, а также партнерами Компании

**О Компании:** [Корпоративное управление](#)  
**Партнеры:** [Подход к работе с партнерами](#)

**8.8**

Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий работы для всех трудящихся, включая трудящихся мигрантов, особенно женщин-мигрантов, и лиц, не имеющих стабильной занятости

- ☑ Соблюдение и уважение прав человека всеми сотрудниками Компании, а также партнерами Компании
- ☑ Проведение регулярной оценки условий труда на всех рабочих местах
- ☑ Включение в договор с подрядчиками и поставщиками основных технологических инструкций по работе с оборудованием и порядка действий при возникновении несчастных случаев
- ☑ Организация единого процесса ознакомления с правилами безопасной работы и возможными рисками для сотрудников и персонала подрядных организаций
- ☑ Проведение дополнительного обучения сотрудников при работе с потенциально опасным видом оборудования

**О Компании:** [Корпоративное управление](#)  
**Люди:** [Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников](#)

**ЦЕЛЬ 12: Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства**

Fix Price вносит вклад в ЦУР 12 за счет перехода на энергоэффективное оборудование, а также продвижения принципов ответственного потребления продукции и ресурсов среди покупателей и партнеров Fix Price в рамках стратегического приоритета Планета.



**Задача ЦУР ООН**

**12.2**

К 2030 году добиться рационального освоения и эффективного использования природных ресурсов

**Вклад Fix Price**

- ☑ Реализация инициативы по замене люминесцентных ламп на светодиодные в магазинах Fix Price
- ☑ Реализация инициативы перехода от бумажных чеков к электронным<sup>1</sup>
- ☑ Переход на использование более экологических пакетов, состоящих из вторичного сырья (до 40%), а также пригодных к дальнейшей переработке
- ☑ Продление срока эксплуатации оборотной тары: ремонт и повторное использование паллетов на объектах Fix Price (около 4–5 циклов)
- ☑ Увеличение доли передачи вторсырья на переработку подрядным организациям за счет установки пресса для полиэтилена и картона в магазинах Компании и усиления контроля за передачей стретч-пленки и картона в ПЦ
- ☑ Восстановление аккумуляторных батарей после трех-пяти лет использования или передача на специализированную переработку
- ☑ Реализация инициативы по восстановлению и повторному использованию ИТ-оборудования

**Планета:** [Подход к управлению воздействием на окружающую среду](#), [Управление отходами](#)

**12.4**

К 2020 году добиться экологически рационального использования химических веществ и всех отходов на протяжении всего их жизненного цикла в соответствии с согласованными международными принципами и существенно сократить их попадание в воздух, воду и почву, чтобы свести к минимуму их негативное воздействие на здоровье людей и окружающую среду

- ☑ Реализация инициативы по восстановлению и повторному использованию ИТ-оборудования
- ☑ Реализация инициативы по восстановлению аккумуляторных батарей после трех-пяти лет использования или передача на специализированную переработку

**Планета:** [Управление отходами](#)

<sup>1</sup> Данная инициатива относится к 2022 году

**Задача ЦУР ООН**

**12.5**

К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию

**Вклад Fix Price**

- Увеличение доли передачи вторсырья на переработку подрядным организациям за счет установки пресса для полиэтилена и картона в магазинах Компании; усиления контроля за передачей стретч-пленки и картона в РЦ
- Повторное использование паллетов, а также их ремонт для продления срока службы
- Оптимизация упаковки товаров СТМ за счет взаимодействия Fix Price с поставщиками (в т.ч. по использованию пригодных для переработки материалов и мономатериалов, уменьшение размера упаковки)
- Реализация программы «Добрые дела», в рамках которой происходит сбор отходов и его передача на переработку
- Партнерство с экологической акцией «Чистый берег», в рамках которого организуется сбор и переработка мусора отходов

**Расположение в отчете**

Планета: [Управление отходами](#)

**12.6**

Рекомендовать компаниям, особенно крупным и транснациональным компаниям, применять устойчивые методы производства и отражать информацию о рациональном использовании ресурсов в своих отчетах

- Публикация отчета об устойчивом развитии Fix Price для раскрытия информации о воздействии Компании на окружающую среду, в том числе раскрытие данных, связанных с потреблением ресурсов
- Взаимодействие Fix Price с поставщиками СТМ по вопросам создания более экологичной упаковки для товаров, поставляемых в Fix Price (в т.ч. по использованию пригодных для переработки материалов и мономатериалов, а также оптимизации размера упаковки)
- Реализация Политики в области экологии, здоровья и безопасности, положения которой применяются к цепочке поставок

Планета: [Управление отходами](#)

**12.8**

К 2030 году обеспечить, чтобы люди во всем мире располагали соответствующей информацией и сведениями об устойчивом развитии и образе жизни в гармонии с природой

- Включение в ассортимент Fix Price товаров, которые способствуют формированию ответственного отношения покупателей к окружающей среде (в т.ч. многоразовые сумки и авоськи для покупок)
- Нанесение на продукцию маркировки петли Мебиуса, которая помогает покупателям сортировать вторичное сырье
- Реализация программы «Добрые дела», в рамках которой проводятся образовательные лекции на тему защиты экологии и окружающей среды, а также высаживаются деревья

Планета: [Управление отходами](#)

**ЦЕЛЬ 13: Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями**

Fix Price вносит вклад в ЦУР 13 за счет отслеживания собственного климатического воздействия в рамках стратегического приоритета Планета.



**Задача ЦУР ООН**

**13.2**

Включить меры реагирования на изменение климата в политику, стратегии и планирование на национальном уровне

**Вклад Fix Price**

- Проведение расчета прямых, косвенных и прочих косвенных выбросов парниковых газов (Scope 1, 2, 3)
- Реализация Политики в области экологии, здоровья и безопасности

**Расположение в отчете**

О Компании: [Корпоративное управление](#)  
Планета: [Подход к управлению воздействием на окружающую среду](#)

**13.3**

Улучшить просвещение, распространение информации и возможности людей и учреждений по смягчению остроты и ослаблению последствий изменения климата, адаптации к ним и раннему предупреждению

- Включение в ассортимент Fix Price товаров, которые способствуют формированию ответственного отношения покупателей к окружающей среде (в т.ч. многоразовые сумки и авоськи для покупок)
- Реализация Политики в области экологии, здоровья и безопасности, положения которой применяются к цепочке поставок
- Реализация программы «Добрые дела», в рамках которой проводятся образовательные лекции на тему защиты экологии и окружающей среды

О Компании: [Общие сведения о Fix Price](#)  
Планета: [Подход к управлению воздействием на окружающую среду](#), [Управление отходами](#)

**Косвенные ЦУР ООН**

**ЦЕЛЬ 2: Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства**

Fix Price вносит вклад в ЦУР 2 за счет предоставления доступных товаров питания в рамках стратегического приоритета Продукт.



**Задача ЦУР ООН**

**2.1**

К 2030 году покончить с голодом и обеспечить всем, особенно малоимущим и уязвимым группам населения, включая младенцев, круглогодичный доступ к безопасной, питательной и достаточной пище.

**Вклад Fix Price**

- Наличие в ассортименте товаров питания по доступной цене

**Расположение в отчете**

Продукт: [Ассортимент и взаимодействие с покупателями](#)

**ЦЕЛЬ 3: Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте**



Fix Price вносит вклад в ЦУР 3 за счет продвижения товаров для здорового образа жизни, реализации программ в области охраны труда и благополучия сотрудников, а также осуществления благотворительных программ, направленных на развитие здорового образа жизни в рамках стратегических приоритетов Люди, Продукт и Партнеры.

**ЦЕЛЬ 5: Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек**



Fix Price вносит вклад в ЦУР 5 за счет предоставления рабочих мест всем людям, в независимости от пола в рамках стратегических приоритетов Люди и Партнеры.

Задача ЦУР ООН	Вклад Fix Price	Расположение в отчете
<p><b>3.4</b> К 2030 году уменьшить на треть преждевременную смертность от неинфекционных заболеваний посредством профилактики и лечения и поддержания психического здоровья и благополучия</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предоставление сотрудникам добровольного медицинского страхования</li> <li>Проведение регулярного медицинского обследования сотрудников</li> </ul>	<p><b>Люди:</b> <a href="#">Вознаграждение и мотивация</a>, <a href="#">Охрана труда и здоровья и забота о благополучии сотрудников</a></p>
<p><b>3.6</b> К 2020 году вдвое сократить во всем мире число смертей и травм в результате дорожно-транспортных происшествий</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Информирование подрядчиков, осуществляющих логистические услуги, о правилах аккуратного вождения в разное время года</li> </ul>	<p><b>Партнеры:</b> <a href="#">Подход к работе с партнерами</a></p>
<p><b>3.8</b> Обеспечить всеобщий охват услугами здравоохранения, в том числе защиту от финансовых рисков, доступ к качественным основным медико-санитарным услугам и доступ к безопасным, эффективным, качественным и недорогим основным лекарственным средствам и вакцинам для всех</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предоставление сотрудникам добровольного медицинского страхования</li> <li>Реализация акции среди покупателей для повышения уровня вакцинации</li> <li>Проведение информирования сотрудников о необходимости вакцинации</li> </ul>	<p><b>Люди:</b> <a href="#">Вознаграждение и мотивация</a> <b>COVID-19. Ответные меры:</b> <a href="#">Влияние COVID-19 на деятельность Компании</a>, <a href="#">Защитные меры</a></p>
<p><b>3.13</b> Наращивать потенциал всех стран, особенно развивающихся стран, в области раннего предупреждения, снижения рисков и регулирования национальных и глобальных рисков для здоровья</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Включение в ассортимент Fix Price товаров для ведения здорового образа жизни</li> <li>Предоставление сотрудникам скидок на занятия спортом</li> <li>Проведение информирования сотрудников о необходимости вакцинации, а также предоставление им средств индивидуальной защиты</li> <li>Предоставление сотрудникам добровольного медицинского страхования</li> <li>Предоставление покупателям средств индивидуальной защиты по доступным ценам</li> <li>Реализация акции среди покупателей для повышения уровня вакцинации</li> <li>Безвозмездная поддержка фонду «Лига будущих чемпионов», в рамках которой средства направляются на развитие детско-юношеского футбола, а также на заботу о здоровье подрастающего поколения</li> </ul>	<p><b>О Компании:</b> <a href="#">Общие сведения о Fix Price</a> <b>Люди:</b> <a href="#">Вознаграждение и мотивация</a>, <a href="#">Социальные проекты</a></p>

Задача ЦУР ООН	Вклад Fix Price	Расположение в отчете
<p><b>5.1</b> Повсеместно ликвидировать все формы дискриминации в отношении всех женщин и девочек</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Закрепление принципов равного и этичного отношения к персоналу в Политике в области Деловой этики (Кодексе поведения); для Fix Price также важно, чтобы партнеры соответствовали ее положениям</li> <li>Возможность обращения на Горячую линию по вопросам этики и комплаенса в Комитет по этике в случае дискриминации по какому-либо признаку</li> </ul>	<p><b>О Компании:</b> <a href="#">Корпоративное управление</a> <b>Люди:</b> <a href="#">Разнообразие и инклюзия в Компании</a> <b>Партнеры:</b> <a href="#">Подход к работе с партнерами</a></p>
<p><b>5.5</b> Обеспечить всестороннее и реальное участие женщин и равные для них возможности для лидерства на всех уровнях принятия решений в политической, экономической и общественной жизни</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Совершенствование Политики в области Деловой этики (Кодексе поведения), в которой закрепляется принцип не допущения в отношении сотрудников никаких проявлений дискриминации и притеснений</li> </ul>	<p><b>Люди:</b> <a href="#">Разнообразие и инклюзия в Компании</a></p>
<p><b>5.9</b> Принимать и совершенствовать разумные стратегии и обязательные для соблюдения законы в целях поощрения гендерного равенства и расширения прав и возможностей всех женщин и девочек на всех уровнях</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Совершенствование Политики в области Деловой этики (Кодексе поведения), в которой закрепляется принцип не допущения в отношении сотрудников никаких проявлений дискриминации и притеснений</li> </ul>	<p><b>О Компании:</b> <a href="#">Корпоративное управление</a></p>

**ЦЕЛЬ 10: Сокращение неравенства внутри стран и между ними**

Fix Price вносит вклад в ЦУР 10 за счет предоставления рабочих мест и справедливой оплаты труда всем сотрудникам, в независимости от пола в рамках стратегических приоритетов Люди и Партнеры.



**Задача ЦУР ООН**

**Вклад Fix Price**

**Расположение в отчете**

**10.1**

К 2030 году постепенно достичь и поддерживать рост доходов наименее обеспеченных 40 процентов населения на уровне, превышающем средний по стране

- ✔ Развитие прозрачной и справедливой системы вознаграждения и мотивации сотрудников
- ✔ Построение взаимовыгодных отношений с партнерами Fix Price
- ✔ Предоставление равных возможностей трудоустройства всем специалистам, обладающим соответствующей квалификацией, в том числе женщинам, молодежи и людям с ограничениями по здоровью, что закреплено в Политике в области деловой этики Fix Price
- ✔ Реализация программы «Добрые дела», в рамках которой оказывается помощь социальным учреждениям, семьям и приютам

**Люди:** [Вознаграждение и мотивация](#), [Разнообразие и инклюзия в Компании](#), [Социальные проекты](#)  
**Партнеры:** [Подход к работе с партнерами](#)

**10.2**

К 2030 году поддержать законодательным путем и поощрять активное участие всех людей в социальной, экономической и политической жизни независимо от их возраста, пола, инвалидности, расы, этнической принадлежности, происхождения, религии и экономического или иного статуса

- ✔ Предоставление равных возможностей трудоустройства всем специалистам, обладающим соответствующей квалификацией, в том числе женщинам, молодежи и людям с ограничениями по здоровью, что закреплено в Политике в области деловой этики Fix Price

**Люди:** [Разнообразие и инклюзия в Компании](#)

**10.3**

Обеспечить равенство возможностей и уменьшить неравенство результатов, в том числе путем отмены дискриминационных законов, политики и практики и содействия принятию соответствующего законодательства, политики и мер в этом направлении

- ✔ Совершенствование Политики в области Деловой этики (Кодексе поведения), в которой закрепляется принцип недопущения в отношении сотрудников никаких проявлений дискриминации и притеснений
- ✔ Соблюдение и уважение прав человека всеми сотрудниками Компании, а также партнерами Компании

**Партнеры:** [Подход к работе с партнерами](#)

**10.4**

Принять соответствующую политику, особенно бюджетно-налоговую политику и политику в вопросах заработной платы и социальной защиты, и постепенно добиваться обеспечения большего равенства

- ✔ Развитие прозрачной и справедливой системы вознаграждения и мотивации сотрудников

**Люди:** [Вознаграждение и мотивация](#)

# Контакты



**ВОПРОСЫ, СВЯЗАННЫЕ С УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ:**

**АННА КАЗАНЦЕВА**



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