



ПРЕСС-РЕЛИЗ

«ДИКСИ»: ТОВАРЫ ПОД МАРКОЙ «Д» - ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ В РЯДЕ КАТЕГОРИЙ

Москва, Российская Федерация, 18 ноября 2013 года

В осенние месяцы товары под маркой «Д» демонстрируют высокие показатели по товарообороту в соответствующих категориях: доля масла оливкового «Д» – порядка 40%, круп «Д» - достигает 50%, сухофруктов и орехов – 70%, доля салфеток «Д» в товарообороте субкатегории детской влажной гигиенической продукции составляет 75%.

На полках «ДИКСИ» представлены 85 SKU под маркой «Д». Вся продукция ежедневно проверяется в собственных экспресс-лабораториях, расположенных в распределительных центрах «ДИКСИ», и у сертифицированных партнеров. Такие исследования стоят компании ежегодно около 2 миллионов рублей.

«Наши СТМ - лидеры в своих субкатегориях, демонстрируют высокие показатели продаж, что говорит о доверии к нам покупателей», - отмечает **директор по маркетингу «ДИКСИ» Дэнни Перекальски.**

К концу года линейка СТМ «Д» будет насчитывать 100 наименований - среди них крупы, бакалея, замороженные ягоды и овощи, овощная консервация, линия сэндвичей и сухофруктов, рыбные пресервы, оливковое и подсолнечное масло, ментоловое драже, питьевая вода, влажные салфетки.

«ДИКСИ» не ограничивает для себя категории, в которых можно выпускать СТМ. Компания планирует охватить и нишевые сегменты - к примеру, кофе, майонез, средства по уходу за собой – в которых сильна роль рекламы и привычки. Маркетологи сети анализируют динамику спроса в этих товарных группах и, понимая, что потребитель готов попробовать новый продукт - предлагают своим покупателям товары «Д».

«Выпуская продукты и товары под брендом компании, «ДИКСИ» демонстрирует покупателю свою полную ответственность за их качество и выступает его гарантом. «ДИКСИ» ломает стереотипы о том, что товар СТМ – это не просто дешевая, но и менее качественная альтернатива другим брендам и переводит конкурентную борьбу за потребителя в плоскость качества», - подчеркивает **Дэнни Перекальски.**

Группа компаний «ДИКСИ» (РТС, ММВБ: DIXY) - одна из лидирующих российских компаний в сфере розничной торговли продуктами питания и товарами повседневного спроса.

Открыв первый магазин «ДИКСИ» в 1999 году в Москве после периода интенсивного органического развития и приобретения в июне 2011 года Группы Компаний «Виктория», по состоянию на 31 октября 2013 года Группа управляла 1 694 магазинами, включая:

1 580 магазинов «у дома» «ДИКСИ», 82 магазина «Виктория», 1 магазин Cash и 31 компактный гипермаркет «Мегамаст» и «Минимарт».

География деятельности Группы распространяется на три федеральных округа России: Центральный, Северо-Западный и Уральский регионы, а также на Калининград и Калининградскую область.

Торговая площадь Группы компаний «ДИКСИ» по состоянию на 31 октября 2013 года составляла 583 583 кв.м.

Группа компаний занимает третье место по размеру выручки, торговых площадей и количеству магазинов среди национальных розничных операторов, работающих в продовольственном сегменте. Общее число сотрудников Группы более 40 тысяч человек.

В мае 2007 года Группа компаний провела IPO на РТС и ММВБ на сумму US\$ 360 млн. Контрольным пакетом акций ГК «ДИКСИ» (54,4%) владеет многопрофильный холдинг Группа Компаний «Меркурий».

В 2012 году общая выручка Группы компаний «ДИКСИ» достигла 147 млрд рублей (4,7 млрд долларов США).

По версии рейтингового агентства «Эксперт» Группа компаний «ДИКСИ» входит в 100 крупнейших российских компаний.

Контакты

Анастасия Орлова

Директор по работе со СМИ

Тел.: +7 (495) 933 1450 (2132)

Моб.: +7 (916) 953 2056

E-mail: a.orlova@hq.dixy.ru

www.dixy.ru