ГК «ДИКСИ» ФИКСИРУЕТ РОСТ СПРОСА НАКАНУНЕ ПАСХИ

Москва, Российская Федерация, 26 апреля 2019 год

В преддверии Пасхи и майских праздников аналитики ГК «ДИКСИ» традиционно зафиксировали высокий спрос на куличи, яйца, ингредиенты для выпечки и товары для пикника во всех торговых сетях компании.

Структура спроса наглядно демонстрирует популярность пасхальных традиций среди покупателей всех регионов присутствия сетей. В период подготовки к Пасхе наблюдается значительный рост спроса на яйца (до 100% во всех сетях), муку (51% в «Мегамарте», 98% в «Виктории», 63% в «Дикси»), сухофрукты и орехи (от 25% в «Дикси» и "Виктории" до 154% в «Мегамарте») и кулинарные добавки для выпечки (206% в "Мегамарте") – немало покупателей предпочитает печь праздничные куличи и пироги своими руками.

Характерной особенностью пасхальных праздников является специфичность ассортимента: помимо роста потребления товаров повседневного спроса (яиц, муки, сухофруктов и т.д.), в магазинах должен присутствовать набор товаров, которые производятся и продаются только в эти дни - формы для выпечки куличей, пасхальные украшения, специальные наборы для декорирования яиц. В 2018 г их продажи в сети «Виктория» выросли в предпасхальную неделю по сравнению с предыдущими на 551%. В связи с этим магазины выпускают тематические каталоги и специально готовят свои полки для пасхальных товаров, чтобы эффективно удовлетворить кратковременный высокий спрос.

Главными героями Пасхальной недели, безусловно, являются праздничные куличи. В этом году в магазинах сети «Дикси» в зависимости от региона предлагаются от 4 до 16 наименований куличей от различных производителей, в сети «Мегамарт» 11 видов куличей от 5 сторонних производителей и 5 видов куличей собственного производства, в том числе и новинка 2019 года - куличи Боярские на творожном тесте.

Спрос на эту праздничную выпечку имеет взрывной характер, возникая примерно за 2 недели до Пасхи, когда куличи становятся популярной покупкой, и увеличиваясь в десятки раз к концу Страстной недели. В прошлом году на праздничной неделе в сети «Виктория» доля куличей и панеттоне собственного производства в общем товарообороте занимала 3,4%, а сторонних производителей – 1,5%.

Наибольшей популярностью пользуются куличи средних размеров (200-300 гр), на их долю приходится до 40% продаж.

В торговых сетях окончание Великого поста означает также рост спроса на мясо и мясную гастрономию (колбасы, сосиски, мясные деликатесы).

Справка:

Группа компаний «ДИКСИ» - одна из лидирующих российских компаний в сфере розничной торговли продуктами питания и товарами повседневного спроса.

По состоянию на 31 декабря 2018 года Группа управляла 2 707 магазинами, включая 2 537 магазинов «у дома» «Дикси», 129 магазинов «Виктория» и 41 компактный гипермаркет «Мегамарт» и «Минимарт»; магазины ГК «ДИКСИ» работают в 755 городах и населенных пунктах на территории Российской Федерации.

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

Контакты:

Юлия Чернышова
Руководитель PR-проектов ГК «ДИКСИ»

+7 495 223 3337 (доб.43-305)
+7 905 504 28 83

yu.chernyshova@dixy.ru
pr@dixy.ru
http://www.dixygroup.ru