



ПРЕСС-РЕЛИЗ

## **«ДИКСИ»: ТОВАРООБОРОТ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК В МОЛОЧНОЙ КАТЕГОРИИ УВЕЛИЧИЛСЯ НА 76%**

Москва, Российская Федерация, 17 декабря 2015 года

**За год товарооборот продуктов под собственными торговыми марками «ДИКСИ» в стратегически важной для сети категории молочной гастрономии увеличился на 76%. Каждый третий покупатель «ДИКСИ» выбирает молочные продукты СТМ. Прирост стал возможным благодаря выпуску инновационных продуктов, не имеющих аналогов на рынке.**

Производство товаров под собственной торговой маркой «Д» в категории молочных продуктов с коротким сроком хранения «ДИКСИ» начала в конце 2014 года. Первым в линейке стало молоко. По итогам анализа, проведенного во всех регионах присутствия сети, было выявлено, что чаще всего покупатели приобретают сразу две упаковки молока в литровых пакетах. Отвечая на потребность покупателей, сеть выпустила пастеризованное молоко в упаковке «семейного» формата объемом 1,9 л. Инновационная упаковка, имеющая максимальный литраж в своей категории, оказалась востребована. Сегодня доля пастеризованного молока «Д» составляет более 16% в соответствующей категории.

Сеть использует современные решения для разработки и других продуктов. Творожные сырки «Д» с бисквитным и мармеладным наполнителем в картонной упаковке стали «бестселлерами» в группе молочных десертов, занимая долю 15% от ее товарооборота.

Вклад в развитие молочной категории также внесли товары под собственной маркой «Первым делом». Объединив товары в сегменте «первой цены» под единым брендом и используя аутентичную упаковку, сеть упростила их идентификацию на полке.

«ДИКСИ» уделяет особое внимание качеству продуктов. Каждый выпускаемый продукт проходит многоступенчатый контроль как на этапе разработки, так и после вывода товара в регулярный ассортимент. За год «ДИКСИ» провела около 240 независимых исследований молочной продукции.

«При разработке новых продуктов под собственными марками мы используем проактивный подход, предугадывая ожидания покупателей. Благодаря нашей работе СТМ занимает одну из сильнейших позиций в трафикообразующей молочной категории», - говорит **директор по развитию собственных торговых марок «ДИКСИ» Елена Савченко.**

**Группа компаний «ДИКСИ» (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 30 ноября 2015 года Группа управляла 2 667 магазинами, включая: 2 526 магазинов «у дома» «ДИКСИ», 104 магазина «Виктория», 1 магазин Cash и 36 компактных гипермаркетов «Мегамайт» и «Минимарт».

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

Торговая площадь ГК «ДИКСИ» по состоянию на 30 ноября 2015 года составляла 890 963 кв.м.

В 2014 году общая выручка Группы компаний «ДИКСИ» достигла 229 млрд рублей (6,0 млрд долларов США). 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 50 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».

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](mailto:a.orlova@hq.dixy.ru)

[www.dixygroup.ru](http://www.dixygroup.ru)