



ДИКСИ

ПРЕСС-РЕЛИЗ

ГК «ДИКСИ»: «ВИКТОРИЯ» РАЗВИВАЕТ НАПРАВЛЕНИЕ FOOD-TO-GO

Москва, Российская Федерация, 4 августа 2014 года

В супермаркетах «Виктория» товарооборот блюд собственного производства категории food-to-go с начала года увеличился более чем в три раза. Развивая направление «еды на вынос», сеть планирует дать еще один импульс всему направлению кулинарии собственного производства, которое уже сейчас формирует около 20% товарооборота сети, а также привлечь новых покупателей – деловых, энергичных, предпочитающих быструю, но здоровую и свежую еду на ходу или в офисе.

Блюда food-to-go, т.е. блюда в специальной упаковке и готовые к употреблению, появились в «Виктории» в 2010 году, однако сейчас в связи с нарастающей популярностью формата, сеть существенно расширила представленность категории в ассортименте.

На сегодняшний день направление food-to-go представлено в супермаркетах Москвы, Московской и Калининградской областей и насчитывает более 60 наименований, которые частично обновляются каждые три месяца. Повара предлагают разнообразные блюда в зависимости от сезона и предпочтений покупателей. Меню разработано таким образом, чтобы покупатели могли найти подходящие блюда для любого времени суток: блинчики, каши, омлеты, нарезанные фрукты с йогуртом и сырники - на завтрак, супы и сытные сэндвичи - к обеду, салаты и закуски на ужин.

Среди популярных продуктов у покупателей как «классические» позиции – в среднем в месяц покупатели съедают более 3 тонн сырников, а продажи сэндвичей с ветчиной в июне этого года по сравнению с аналогичным периодом прошлого увеличились на 25%, так и новинки, введенные недавно – кесадилья с курицей и легкий салат с цитрусовой заправкой, появившийся в ассортименте специально к летнему сезону. Для того чтобы сэкономить время покупателей, блюда размещены не только рядом с отделом кулинарии, но и в специальных открытых холодильниках в прикассовой зоне, где их легко найти по стикерам «Возьми с собой».

«Современный ритм жизни с каждым днем становится динамичнее и у покупателей появляется потребность в простых, но приближенных к домашним блюдах, которыми можно перекусить - взять с

собой в офис, на пикник или в дорогу. Собственное производство позволяет оперативно реагировать на новые тенденции, предлагая покупателям новые форматы блюд», - рассказывает **директор дивизиона «Виктория» Олег Жуников.**

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 июня 2014 года Группа управляла 1 944 магазинами, включая: 1 824 магазина «у дома» «ДИКСИ», 88 магазинов «Виктория», 1 магазин Cash и 31 компактный гипермаркет «Мегамарт» 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 30 июня 2014 года составляла 659 903 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 2013 году общая выручка Группы компаний «ДИКСИ» достигла 180 млрд рублей (5,7 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