



**ДИКСИ**

ПРЕСС-РЕЛИЗ

## **ГК «ДИКСИ»: В АССОРТИМЕНТЕ СУПЕРМАРКЕТОВ МОДНОЙ КУЛИНАРИИ ОКОЛО 70%**

Москва, Российская Федерация, 11 апреля 2013 г.

Не более 30% блюд собственного производства в супермаркетах изготавливается по традиционным, классическим рецептам. Основной же объем кулинарии приходится на блюда национальных кухонь, прежде всего азиатского и средиземноморского направлений, а также на диетические и витаминные продукты для покупателей, ведущих здоровый образ жизни. Такой вывод можно сделать, проанализировав ассортимент супермаркетов «Виктория».

Кулинарные цеха в продуктовых сетях изначально предлагали покупателям стандартный выбор готовой продукции: котлеты, картофель фри, привычные салаты с майонезом, соленья и жареную птицу. Со временем предпочтения покупателей меняются, в моду входят кухни других стран и здоровый образ жизни. В ведущих розничных сетях, ориентированных на покупателей среднего и среднего плюс сегмента, от стандартной кулинарии осталось не более 30% прежнего ассортимента.

Им на смену в супермаркете «Виктория», например, пришли салаты с легкими заправками, разнообразные блюда из рыбы и морепродуктов, свежие суши и роллы, приготовленные собственными суши-поварами «Виктории», а также началось производство блюд традиционной китайской кухни.

«Аналитика зарубежных ритейлеров демонстрирует, что доля готовой кулинарной продукции в формате "супермаркет" составляет от 25 до 30% и уверенно растет. В России этот показатель колеблется на уровне 12-18% в зависимости от региона. В «Виктории» сейчас собственное производство составляет 18% от оборота, и мы прогнозируем увеличение доли», - заявляет **Генеральный директор сети «Виктория» Олег Жуников.**

Меняется предложение и кондитерской витрины. Так, например, в ассортименте «Виктории» представлены модные десерты: пирожные макарон (macaron) и мини-торты кап-кейк (cupcake), которые ранее можно было приобрести только в специализированных заведениях, а теперь они производятся в пекарнях супермаркетов и пользуются стабильным спросом. «В «Виктории» собственное производство является одним из основных направлений, которое постоянно обновляет свой ассортимент, экспериментируя с различными веяниями. Мы следуем за модными

тенденциями в кулинарии и стремлением покупателей к здоровому питанию», - добавляет **Олег Жуников**.

**Группа Компаний «ДИКСИ» (РТС: DIXY)** - одна из лидирующих российских компаний в сфере розничной торговли продуктами питания и товарами повседневного спроса. Управляет брендами «ДИКСИ», «Виктория», «МЕГАМАРТ» и др.

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 28 февраля 2013 года Компания управляла 1 502 магазинами, включая: 1 395 магазинов у дома «ДИКСИ», 76 магазинов «Виктория», 1 магазин «КЭШ» и 30 компактных гипермаркетов «МегаМарт» и «МиниМарт».

География деятельности Компании 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 28 февраля 2013 года составляла 516 394 м<sup>2</sup>. Компания занимает третье место по размеру выручки, торговых площадей и количеству магазинов среди национальных розничных операторов, работающих в продовольственном сегменте. Общее число сотрудников Компании около 40 тысяч человек.

В мае 2007 года Компания 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 авторитетного журнала «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