

Елена Шемагонова, директор по маркетингу сети гипермаркетов "О'КЕЙ" об итогах года.

"Сегодня под брендом "О'КЕЙ" работают 76 гипермаркетов в 23 городах России. Важным этапом 2025 года стал запуск новых собственных торговых марок — "О'Кей, пекарня!" и "О'Кей, готово!". Эти бренды стали ответом на растущий спрос покупателей на быстрые, удобные и при этом полноценные решения для питания. Продукция готовится на собственных производственных мощностях прямо в магазинах, что позволяет обеспечивать свежесть и контроль качества на каждом этапе. В течение года в торговых залах появились тематические корнеры "Здоровый выбор", "Азия" и "Подарочные решения".

"Группа "Лента" выводит на рынок пиво собственной торговой марки Doppelsoldner.

Оно представлено в алюминиевой банке, полочная цена – 89 рублей 99 копеек. Это первый пенный напиток СТМ в такой таре, в прошлом году компания запустила в ассортимент марку Shtrassenberg в ПЭТ. Концепция и название разработаны с учетом ожиданий целевой аудитории и углубленной экспертизы ретейлера в области продаж пива. Новинка варится на мощностях пивоваренного завода "Суздальский пивовар" с уважением к лучшим традициям пивоварения: медленное созревание сусла максимально раскрывает характер напитка. Линейка представлена тремя сортами: светлый лагер Helles, пшеничное нефильтованное Weiss и темный лагер Dunkel. Каждый сорт соответствует заявленному стилю пива, сварен и выдержан по традиционным немецким технологиям.

Сеть Соfix откажется от фиксированной цены и формата жесткого дискаунтера.

Соfix начинает конкурировать с заведениями в более высоких ценовых сегментах, но выходит из сегмента жестких дискаунтеров постепенно. Кофеен-дискаунтеров практически не осталось в России — эту нишу постепенно занимает ритейл. Гости стали экономить и реже ходить в кофейни, отток посетителей обусловлен как ростом цен, так и активным развитием сегмента готовой еды в ритейле, констатирует Панова. Однако, по ее словам, люди готовы платить за более высокое качество продуктов и сервиса. Соfix обновляет дизайн заведений, запускает новые форматы и новые продукты по доступной цене. Например, компания открывает кафе-пекарни Соfix bakery с кухней и едой и начала вводить в меню функциональные напитки. Количество транзакций в Соfix снижается, при этом выручка растет "за счет индексации цен".

Wildberries запускает партнерские услуги кейтеринга.

РВБ начала развивать направление кейтеринга совместно с партнерами на платформе. Первым партнером нового направления стала сеть общественных заведений "Кулинарная лавка братьев Караваевых" — партнер оказывает кейтеринговые услуги для разных форматов мероприятий: торжественный банкет, деловой вечер или семейный праздник. Доставка осуществляется курьерскими службами "Братьев Караваевых" — дата доставки будет автоматически указана при оформлении заказа. Данное партнерство будет развиваться в рамках текущей модели "Витрина" (DBS), при которой подготовка и отправка заказа осуществляется партнером самостоятельно, а Wildberries выступает в качестве витрины для готовых блюд сети заведений.

