Сеть магазинов Корзина вышла на рынок Московской области в мае 2017 года, открыв первый магазин в городе Реутов.

На сегодняшний день сеть представлена тремя магазинами, расположенными также в Реутове.

Подмосковный город Реутов был выбран в качестве отправной точки для старта сети неслучайно. Город непосредственно примыкает к Москве и отличается максимальной для городов-спутников плотностью населения.

Открытие первых магазинов сети осуществлялось по принципу нахождения удачной с точки зрения конкуренции с другими сетями локации.

1. город Реутов **,Комсомольская 1А** (открытие в мае 2017 года)
2. город Реутов **,Новая ул., дом 10** (открытие в ноябре 2017 года)
3. город Реутов **,Советская ул. 39А** (открытие в марте 2018 года)
4. город Реутов, улица имени академика В.Н.Челомея, д.11( открытие апрель 2019 года)

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ**

**Ключевые основания для построения стратегии**

* Несмотря на высокую о конкуренцию в сегменте продовольственных сетей, рынок Москвы и Московской области далек от насыщения и имеет существенный потенциал развития.
* Постепенное потепление экономического климата в условиях стабилизации курса рубля, снижения стоимости заимствования, а также постепенного восстановления рынка банковского кредитования, наряду с наметившейся тенденцией к восстановлению потребительского спроса актуализируют задачи по экспансии сети.
* Наличие эффективной команды
* Благодаря имеющемуся опыту открытия магазинов сформированы эффективные технологии и модели ведения проектов по открытию магазинов, позволяющие вводить новые магазины в короткие сроки с максимальной cost-эффективностью.
* **Ключевые стратегические решения**
* Сеть продолжит развиваться в формате магазинов «у дома» в сегменте «дискаунтер»
* Наработанные практики и ресурс имеющейся проектной команды позволяет открывать до 10 магазинов в год.
* Стратегическая задача: расширить сеть до 30 магазинов на горизонте 3-го года.
* Территориальную экспансию принято осуществлять в треугольнике Реутов – Юг-Восток – Северо-Восток города Москвы в целях оптимизации логистических потоков, а также контроля над управляемостью из штаб-офиса, расположенного в городе Реутов.
* Ассортимент сети Корзина сформирован на основе работы с широким списком поставщиков. Учитывая текущие размеры, сеть пока не является крупным оптовым покупателем у дистрибуторов. Именно это позволило сети, проведя тщательную работу с поставщиками и отобрав наиболее подходящих, все же предложить своим покупателям действительно уникальный ассортимент представленных товаров, что позволяет выигрывать в конкуренции с крупными сетями в формате продуктовой/брендовой конкуренции.
* На основании проведенного анализа продаж и уровня проникновения продукции в чек было принято решение увеличить долю алкогольной продукции как одного из наиболее маржинальных продуктов с детальной проработкой концепции и ассортимента.
* **Стратегия в области недвижимости**
* Сеть предполагает развиваться в формате магазинов до 250 кв.м.
* Приоритетная зона расширения выделена на карте трапецией, одна грань которой упирается в Реутов.
* Стратегия развития предполагает открытие в этой зоне 30 магазинов на горизонте ближайших трех лет.
* Помещения, подходящие под формат сети «Корзина», расположены либо в зоне ключевых концентраций потока людей, либо же в зонах жилой застройки так, чтобы концентрация количества домохозяйств, рассчитанная на основании имеющейся жилой застройки, приходящаяся на работающие в этой зоне продовольственные магазины была максимальна.
* Помещения должны находится либо на первых этажах, либо в отдельно стоящих зданиях. И в том, и в другом случае необходимо обеспечение отдельного входа.
* Важна удаленность от социальных объектов, позволяющая получить алкогольную лицензию.