



DIY-ритейлер «Метрика», которым управляет компания «Корпорация СБР», совместно с архангельским ООО «ТДД» запустил производство изделий из древесины под собственным брендом «Шелковое дерево». С июля 2011 г. во всех магазинах сети под собственной маркой «Шелковое дерево» начались продажи евровагонки (материал, используемый для внутренней и внешней отделки домов и бань) и плинтусов. Продукция отличается повышенным качеством обработки, сообщают в компании, а сами товары стоят на 15-20% дешевле брендов-аналогов. В перспективе ассортимент СТМ «Шелковое дерево» будет расширяться.

Собственная торговая марка «Шелковое дерево» была разработана «Метрикой» совместно с архангельским деревообрабатывающим предприятием ООО «ТДД» (ранее ООО «Евролес Норд»). «Продукция, производимая архангельским заводом, не совсем нас устраивала по качеству обработки, поэтому мы предложили закупить необходимое оборудование, выступив соинвестором», - рассказала Амера Карлос, представитель «Метрики». Объем инвестиций не сообщается.

В феврале 2011 г. компания заключила договор с «ТДД» на поставку изделий из древесины. Тогда речь шла о продукции строганого погонажа, которая используется для внутренней отделки помещений и для внешней обшивки домов и бань, а также всего того, что может пригодиться в домашнем хозяйстве (евровагонка, блок-хаус, наличник, плинтус, табуретки).

«В начале мая было принято решение создать собственную торговую марку для сети, - рассказывает Амера Карлос. - В течение полутора месяцев было придумано название СТМ и закуплено оборудование, благодаря которому качество обработки изделий из дерева стало соответствовать европейским стандартам».

По словам спикера, сейчас в магазины сети под СТМ «Шелковое дерево» поставляется евровагонка и плинтус. Также в СТМ-портфель ритейлера входят «Сберегайка», «Метрика», «Метеор», «Метрофлекс», «Метролит».

«Развитие СТМ является для «Метрики» одним из главных приоритетов в повышении доходности торговых операций, - говорит Амера Карлос. - По итогам 2010 г. доля private label в товарообороте сети составила 10%, к 2012 г. компания намерена увеличить ее до 25%». Сейчас компания ведет переговоры с группой заводов по запуску продукции в рамках контрактных производств СТМ. В ближайший год «Метрика» планирует ввести новые СТМ в категориях «лакокрасочные материалы», «фурнитура» и «ручной инструмент».

Для сравнения - у финского DIY-ритейлера, «К-Раута», в его семи российских гипермаркетах присутствует в портфеле СТМ только две собственные марки — Cello (напольные покрытия) и FXA (инструменты). Как ранее сообщал в интервью журналу Retailer Magazine Микко Ниссинен, глава российского подразделения Rautakesko, пока доля СТМ в российских магазинах сети не превышает 5%, но в дальнейшем компания планирует нарастить ее. Какими темпами и за счет чего — запуска СТМ в других категориях или увеличение количества SKU — пока не разглашается.

Справка:

ООО «Корпорация СБР» создано в 1995 г. и принадлежит петербургскому предпринимателю Евгению Лебедеву.

Основными направлениями деятельности Корпорации являются:

— розничный бизнес

DIY-сеть «Метрика», существующая с 2005 г., насчитывает на 1 мая 2011 г. 35 гипер- и супермаркетов в Санкт-Петербурге, регионах Северо-Запада и Черноземье.

— производство

Корпорация имеет ряд соглашений о стратегическом партнерстве по производству и реализации продукции с крупными заводами, такими как ЗАО «Метробетон», ПИК «Каскад», Архангельский деревообрабатывающий завод.

— внешнеэкономическая деятельность

Импорт товаров для ремонта и строительства из Европы и Юго-Восточной Азии. В Китае Корпорация имеет два представительства: с 2005 г. — в Шанхае и с 2010 г. — в Гуанчжоу.

— девелопмент/строительство

Инвестиционно-строительная компания ЗАО «Мегалит», входящая в «Корпорацию СБР», работает на рынке Санкт-Петербурга с 2001 г.

Источник: [www.retailer.ru](http://www.retailer.ru)

## **"Метрика" запустила новую торговую марку**

Автор: Administrator

21.07.2011 04:03 - Обновлено 21.07.2011 04:06

---