

АТБ НОВИНИ

ЧИТАЙТЕ В НОМЕРІ:

ЛЮТИЙ / 2025

АТБ

Фаворит
Плюс

РД

Квітенб



*Любі жінки!
Вітаємо
зі святом!*



- ПРИВІТАННЯ З 8 БЕРЕЗНЯ СТОР. 2
- КОМПАНІЯ «АТБ-МАРКЕТ» ОТРИМАЛА ПОДЯКУ ВІД КОМІТЕТУ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ З ПИТАНЬ ФІНАНСІВ, ПОДАТКОВОЇ ТА МИТНОЇ ПОЛІТИКИ СТОР. 2-3
- «БЛАГОДІЙНІ ВНЕСКИ» ПРАЦЮЮТЬ: КОМПАНІЯ «АТБ» ПЕРЕДАЛА ВІЙСЬКОВИМ СІМ НОВИХ АВТО СТОР. 3

- ЯК МЕРЕЖА «АТБ» СТАЛА СИМВОЛОМ УКРАЇНСЬКОЇ НЕЗЛАМНОСТІ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ СТОР. 4-8
- ПІДТРИМКА ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ ТА НАЙКРАЩА ЦІНА ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ: ЯК МЕРЕЖА «АТБ-МАРКЕТ» ПРАЦЮЄ З ВЛАСНИМИ ТОРГОВИМИ МАРКАМИ СТОР. 9-13
- «АТБ» ОБ'ЄДНУЄ СЕРЦЯ! СТОР. 13
- ВІТАЄМО З ЮВІЛЕЄМ! СТОР. 14

ДОРОГІ, ЛЮБИ, КОХАНІ НАШІ ЖІНКИ!

Сердечно та щиро вітаємо вас зі святом весни, краси та ніжності – Міжнародним жіночим днем!

Нинішній час часто змушує вас проявляти не властиві жінкам якості – стійкість, завзятість, твердість та рішучість, які дивують та надихають нас, чоловіків. У скрутну хвилину у вас вистачає сил не лише самим зберегти рівновагу, оптимізм і доброту, а й поділити ними тих, хто поряд!

Дякуємо вам за вашу красу та мудрість, терпіння та самовідданість! За серце та розум, душевну чутливість та чуйність!

ДОРОГІ НАШІ БЕРЕГІНІ!

Нехай весняне тепло оселиться у ваших будинках та душах. Нехай краса природи надихає, а початок весни символізує початок чогось дуже бажаного та прекрасного у вашому житті!

Кохання, щастя та здоров'я вам та вашим близьким!

ЗІ СВЯТОМ!

Рада директорів корпорації «АТБ»



КОМПАНІЯ «АТБ-МАРКЕТ» ОТРИМАЛА ПОДЯКУ ВІД КОМІТЕТУ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ З ПИТАНЬ ФІНАНСІВ, ПОДАТКОВОЇ ТА МИТНОЇ ПОЛІТИКИ



Як зазначається у документі, компанія відзначена за сумлінну працю на користь Української держави, патріотизм, лідерство в галузі та чесну сплату податків у 2024 році.

Вже багато років поспіль ТОВ «АТБ-маркет» входить до першої десятки ТОП-100 найбільших платників податків України.



Протягом 2024 року підприємство сплатило податків та зборів на суму у 21,78 млрд грн (проти 19,45 млрд гривень у попередньому році). З них державний бюджет отримав 13,7 млрд грн, до місцевих бю-



джетів пішло 5,38 млрд грн, до цільових фондів – 2,7 млрд грн).

Під час зустрічі великих компаній фуд-ритейлу, що є членами ГС «Український фуд-ритейл альянс» з керівництвом Комітету, було обговорено цілу низку

КОМПАНІЯ «АТБ-МАРКЕТ» ОТРИМАЛА ПОДЯКУ ВІД КОМІТЕТУ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ З ПИТАНЬ ФІНАНСІВ, ПОДАТКОВОЇ ТА МИТНОЇ ПОЛІТИКИ



важливих для галузі питань. Одним з найгостріших – шляхи вирішення проблематики неофіційного працевлаштування співробітників на ринку та виплати зарплат в «конвертах».

Як було зазначено у підсумках, результативна взаємодія компаній, які є доброчесними та сумлінними платниками податків, зі владою – запорука забезпечення рівних умов господарювання та знищення «тіні» та корупції.

«БЛАГОДІЙНІ ВНЕСКИ» ПРАЦЮЮТЬ: КОМПАНІЯ «АТБ» ПЕРЕДАЛА ВІЙСЬКОВИМ СІМ НОВИХ АВТО



Як відповідальний та патріотичний бізнес, «АТБ» з першого дня повномасштабного вторгнення підтримує українських захисників. Станом на сьогоднішній день загальна сума благодійної допомоги від лідера вітчизняного ритейлу вже пододала позначку в два мільярди гривень та продовжує зростати.

І мова йде не тільки про передані сотні тонн провіанту. Численні благодійні ініціативи «АТБ» дають можливість закуповувати для різних підрозділів Збройних Сил сучасну техніку, безпілотики та транспорт.

Днями завдяки проєкту «АТБ» «Благодійні внески» україн-

ським операторам дронів, які попри негоду та морози відчайдушно працюють на лінії бойового зіткнення, було передано сім новеньких авто спеціального призначення. Загальна вартість техніки склала 150 тисяч євро.

Ці автомобілі значно розширяють можливості екіпажів 412-го полку безпілотних систем та допоможуть БПАК «Nemesis VMH» більш ефективно знищувати ворога на тактичних та оперативних глибинах. Тож сім нових авто – це сім нових ударних наземних груп, 50 вильотів БПЛА кожну ніч та 50 знищених ворожих об'єктів щодоби!

Нагадаємо, компанія «АТБ» вже три роки на постійній основі реалізує благодійні ініціативи, що націлені на підтримку українського війська, медичних закладів. Загалом силам оборони передано вже понад півтори тисячі автівок різного призначення: багатофункціональних пікапів, всюдихідних вантажівок, автоцистерн, піротехнічних, штабних машин та ін. Також для військових було закуплено та передано більше тисячі сучасних дронів Mavic3 Pro, які добре показали себе в умовах бойових дій.

Навіть святкування 30-річчя з дня заснування компанії (восени 2023 р.) в «АТБ» цілковито присвятили підтримці війська, влаштували безпрецедентний благодійний марафон. Загальна сума ювілейного донату сягнула безпрецедентних 168 млн гривень, які у повному обсязі пішли на потреби підрозділів та об'єднань ЗСУ – на них також було закуплено сучасну техніку та дрони.

ПОНАД **59.000** ОСІБ ПРАЦЮЄ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОРПОРАЦІЇ АТБ. ІЗ НИХ **67%** - ЖІНКИ.



МАЙЖЕ 2 ТИС. НОВИХ РОБОЧИХ МІСЦЬ БУЛО СТВОРЕНО КОМПАНІЄЮ 2024 РОКУ. НАЙБІЛЬШ ЗАТРЕБУВАНІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ: ПРОДАВЕЦЬ-КОНСУЛЬТАНТ, ОХОРОНЕЦЬ, ВАНТАЖНИК, ВОДІЙ.

«Наша багатотисячна трудова родина першого дня повномасштабного вторгнення перейшла на особливий режим роботи. Попри всі труднощі, ми продовжили цілодобово забезпечувати українцям безперебійний доступ до свіжих продуктів та якісних товарів першої необхідності. Якщо перший рік війни був схожий на непередбачуваний спринт, то наступні два можна порівняти з виснажливими марафонами.



Вони забрали багато сил, проте й загартували компанію, зробили міцнішою. Цей шлях був украй непростий: безпрецедентні виклики, втрати, робота у складних умовах, необхідність приймати швидкі рішення, розвиток, не дивлячись ні на що! Але головне – команда. Професіонали, лідери, патріоти своєї справи, завдяки яким ми вистояли та зросли», – розповіли в компанії «АТБ».

СТАЛИ ЗАГАРТОВАНИШИМИ, МОЖЕМО ЗРУШИТИ ГОРИ



5-7 ТИС. НОВИХ РОБОЧИХ МІСЦЬ НА РІК СТВОРЮВАЛА КОМПАНІЯ АТБ ДО ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ. ЩОРОКУ ВІДКРИВАЛОСЯ **100-120 НОВИХ МАГАЗИНІВ**.

«Колектив «АТБ» працює на перемогу та прагне миру. Кожен докладє максимуму зусиль: у прифронтових містах наші магазини забезпечують громадян продуктами харчування та товарами першої необхідності. Цілодобово автівки компанії доставляють товари по всій країні. На складських комплексах зроблено запас товарів і продуктів харчування, працюють на повну потужність виробничі підприємства корпорації «АТБ» – м'ясна фабрика «Фаворит», кондитерська фабрика «Квітень». До речі, всі підприємства групи компаній «АТБ» – це офіційне працевлаштування, біла зарплата та чесна сплата податків. А отже, підтримка економіки держави», – додали в «АТБ».



ЯК АТБ ПІДТРИМУЄ ЗАХИСНИКІВ, ЦИВІЛЬНИХ І ДЕРЖАВУ - ПІДСУМОК ТРЬОХ РОКІВ

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ

Допомога ЗСУ



01

Понад **2 млрд грн** - загальна сума благодійної допомоги від АТБ українським захисникам, медичним установам, рятувальникам, волонтерським організаціям, цивільному населенню.

02

Завдяки благодійній ініціативі “Сертифікат для ЗСУ” вдалося зібрати **34,5 млн грн**. Компанія АТБ подвоїла цю суму - **70 млн грн** направлено на допомогу захисникам та медикам.



03

Понад **1000 дронів** Mavic3 Pro, незамінних в умовах сучасної війни, передано силам оборони від АТБ. Також **понад 1500 автомобілів** різного призначення.

04

Під час святкування власного 30-річчя восени 2023 року компанія АТБ влаштувала безпрецедентний благодійний марафон. Було зібрано **68-мільйонний** донат для ЗСУ, до якого компанія додала **100 млн** власних коштів. Ця ініціатива створила новий тренд у бізнес-середовищі - усі подарунки конвертуються в донат для ЗСУ.

Понад 4500 мобілізованих працівників АТБ долучилося до Збройних сил України, Нацгвардії та тероборони.

Гуманітарна допомога цивільним



01

АТБ однією з перших поновила роботу на деокупованих територіях Київщини, Чернігівщини, Сумщини, Херсонщини. Жителі отримали доступ до широкого асортименту продуктів за чесними цінами.

02

Передали тисячі наборів незламності для жителів населених пунктів, що найбільше постраждали під час бойових дій. Зокрема, до Куп'янська на Харківщині та Снігурівки Херсонської області.

03

Супермаркети АТБ перетворилися на пункти незламності - там можна підзарядити мобільні телефони, ліхтарики та інші гаджети.

Один із найбільших платників податків



01

Понад 74,11 млрд грн сплатила компанія до бюджетів усіх рівнів від початку повномасштабного вторгнення



02

АТБ входить до першої десятки найбільших галузевих платників податків. Наприклад, 2022-го компанія сплатила 20,44 млрд грн податків та зборів. Це близько половини бюджетних надходжень від усього вітчизняного ритейлу.

03

2024-го до держбюджету АТБ сплатила К, місцевих бюджетів - 6,52 млрд, цільових державних фондів - 3,48 млрд грн.



СУПЕРМАРКЕТИ АТБ ДЛЯ БАГАТЬОХ УКРАЇНЦІВ АСОЦІЮЮТЬСЯ ЗІ СВОБОДОЮ, НЕЗЛАМНІСТЮ, РІДНИМ ДОМОМ І МОЖЛИВІСТЮ ЩАСЛИВО ЖИТИ У СВОЇЙ КРАЇНІ.

УЛЮБЛЕНІ СУПЕРМАРКЕТИ МІЛЬЙОНІВ



– Заходжу щоранку в «АТБ» по каву – там зручна кавомашина. Постійно користуюся доставкою продуктів. Замовляю через мобільний додаток, одразу оплачую. Замовлення можна зробити в будь-який час. Головне, щоб до комендантської години встигли привезти продукти. Коли з колегами готуємо передачу захисникам на передову, то теж їдемо в «АТБ». Там завжди дешевше. Беремо зазвичай для хлопців крупи, консерви, хлібобулочні вироби, каву, чай, мило, зубні щітки, паперові серветки.

Анна Нечипоренко, Черкаси



– 2022-го наш «АТБ» не працював кілька місяців. Коли окупантів вигнали, всі з нетерпінням чекали відкриття супермаркету. Пам'ятаю, як зраділа, коли знову побачила вантажівку з написом «АТБ». Не могла дочекатися вихідних, коли почав працювати супермаркет. Із самого ранку побігла туди. Черга була неймовірна. Я придбала дитині сирки в шоколаді, сік. Собі взяла йогуртів і цукерок. На касі розрахувалася карткою – в місцевих магазинах приймали лише готівку. Досі згадую це відчуття щастя, коли поверталася додому з повним пакетом продуктів. Тому особисто в мене «АТБ» асоціюється з мирним життям і надією, що все буде добре. Перед Новим роком приїжджала в гості моя подруга, яка виїхала в перші дні війни до Австрії. Вона одразу запропонувала піти разом в «АТБ». Казала, що дуже скучила за улюбленими продуктами й нашим життям до повномасштабного вторгнення.

Марина Лівенко, Чернігівщина



– «АТБ» викликає велику повагу. Адже під час повномасштабного вторгнення вони оперативно зреагували. Швидко забезпечували доставлення дефіцитного товару, щоб заповнювати спорожнілі полиці. Коли почалися блекауты, закупили генератори для магазинів. Моя 89-річна сусідка дуже переживала, щоб не було голоду. Казала: «Страшніше немає нічо-

го». Щоразу, коли їду в «АТБ», пише мені список продуктів. Любить плавлені сирки «Своя лінія», сардельки. Знає, що в «АТБ» є кошики для збору продуктів для наших захисників. То раз на місяць на це виділяє 200 гривень. Я теж долучаюся до допомоги – залишаю каву, чай, печиво, енергетичні батончики, вологі серветки. Також беру участь у благодійних акціях «АТБ».

Наталія Виговська, Київ



ЗА 7 КМ ВІД ЛІНІЇ ЗІТКНЕННЯ РОЗТАШОВАНО НАЙБЛИЖЧИЙ МАГАЗИН АТБ. У ТАКИХ СУПЕРМАРКЕТАХ УВЕДЕНО ОСОБЛИВИЙ “ВІЙСЬКОВИЙ” АСОРТИМЕНТ ТОВАРІВ, ЯКИЙ СКЛАДАЄТЬСЯ З 400-500 НАЙМЕНУВАНЬ КРИТИЧНО ВАЖЛИВИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТА ТОВАРІВ ПЕРШОЇ НЕОБХІДНОСТІ. ЗАЗВИЧАЙ У СУПЕРМАРКЕТАХ АТБ НАРАХОВУЄТЬСЯ ПОНАД 3,5 ТИС. НАЙМЕНУВАНЬ ТОВАРІВ.

ЯК ЗМІНИЛАСЯ МЕРЕЖА АТБ ПРОТЯГОМ ТРЬОХ РОКІВ

АВТОНОМНА РОБОТА СУПЕРМАРКЕТІВ

Супермаркети «АТБ» поступово переходять на повну автономну роботу. Нові системи рекуперації тепла, сучасне економне освітлення, потужні генератори й сонячні панелі на сьогодні повністю забезпечують безперебійну роботу магазинів. Зокрема, всі магазини «АТБ» забезпечено дизельними генераторами. Торік у 40 магазинах встановили сонячні електростанції. У планах – забезпечити ними ще 187 «АТБ».

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТОБІГ

Компанія впровадила електронний документообіг (ЕДО) для внутрішнього переміщення та відвантаження товарів. Також в «АТБ» функціонує Портал постачальника – електронна платформа для ефективної і прозорої взаємодії з постачальниками товарів.

НОВА ВЛАСНА ТОРГОВА МАРКА

2024 року до 31-ї річниці компанія «АТБ» вивела на ринок нову власну торгову марку під назвою «День у День». Як кажуть у компанії – її створено з метою зробити повсякденне життя українців трішки кращим, а щоденні закупки приємнішими. Вона охоплює практично всі категорії товарів. Середня цінова категорія «День у День» та висока якість продукції дають новій ВТМ змогу сміливо конкурувати з іншими брендами.

ІННОВАЦІЇ ДЛЯ КЛІЄНТІВ

Активно розвивається Мобільний додаток «АТБ» 2.0. Він поєднує в собі програми лояльності, особистий кабінет покупця, єПідтримку, кобрендові партнерські проекти, благодійні ініціативи, інтернет-магазин тощо. Розвивається послуга доставлення продуктів. У супермаркетах запровадили електронні чеки, встановлюють каси самообслуговування.



250 ТОНН ВИКОРИСТАНИХ БАТАРЕЙОК ВІДПРАВИЛА КОМПАНІЯ АТБ НА ПЕРЕРОБЛЕННЯ ДО ПОЛЬЩІ 2024 РОКУ В РАМКАХ ЕКОЛОГІЧНОГО ПРОЄКТУ “УТИЛІЗУЙ СЬОГОДНІ ДЛЯ ЧИСТОГО ЗАВТРА”. У КОЖНОМУ СУПЕРМАРКЕТІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ МЕРЕЖІ ВСТАНОВЛЕНО СПЕЦІАЛЬНІ КОНТЕЙНЕРИ ДЛЯ ЗБОРУ БАТАРЕЙОК.

ЛІДЕРСТВО В ЗАХИСТІ СВОБОДИ

«АТБ» є найбільшим роботодавцем країни, платником податків у галузі ритейлу, а також головним постачальником свіжих продуктів до українських осель.

«Протягом останніх трьох років компанія неодноразово зіштовхувалась із безпрецедентними викликами, проте завжди оперативно знаходила відповідь. Завдяки цьому «АТБ» стала справді народним брендом та одним із символів нашої незламності. Пригадайте лише коротке відео, як одразу після звільнення Херсона вантажівка з логотипом «АТБ» прибуває до міста», – розповідають у компанії.



Допомога українським воїнам стала пріоритетною частиною стратегії динамічного розвитку компанії. «АТБ» вдалося згуртувати навколо підтримки українських захисників не тільки мільйони мирних громадян, а й представників вітчизняного бізнесу.

СТОР. 8

ЛЮТИЙ 2025



Після ракетного удару по Охматдиту в Києві корпорація «АТБ» оперативно виділила 20 млн грн на відбудову лікарні. Також компанія регулярно підтримує лікарню ім. Мечникова у Дніпрі, де лікують захисників.



Благодійний проєкт «Брайти» від «АТБ» допоміг відкрити сучасне дитяче реабілітаційне відділення у Львові. У вересні торік корпорація відгукнулася на заклик Львівської міськради та взяла під опіку житловий будинок на вул. Коновальця, де було зруйновано дах, обвалилися внутрішні сті-

ни, перекриття тощо. На його відновлення «АТБ» спрямувала 11,8 млн грн.

«У планах на 2025 рік – утримання позицій на нашому гуманітарному фронті: безперервне забезпечення громадян свіжими продуктами харчування та товарами першої необхідності. Також серед пріоритетних напрямів – системна підтримка українських захисників, медичних закладів тощо», – зазначають в «АТБ».

Серед інших пріоритетів: розширення торговельної мережі, створення нових робочих місць, упровадження енергоощадних технологій, сучасних споживчих сервісів, розвиток програм лояльності для клієнтів. Також – збільшення обсягів сплачених податків і зборів. Компанія продовжуватиме реалізацію екологічних проєктів: збір та перероблення використаних батарейок, відмова від поліетилену, використання біорозкладних пакетів.

Лідер українського ритейлу – мережа «АТБ-маркет» – без сумніву є найпопулярнішою продуктовою мережею країни. Сьогодні асортимент кожного з понад 1200 магазинів «АТБ» перевищує 3,5 тис. найменувань, серед яких велику частку складають товари власних торгових марок (VTM). Орієнтуватися та відчувати вподобання споживачів, оперативно реагувати на мінливі настрої ринку компанії «АТБ» допомагає тридцятирічний досвід.



МЕРЕЖА «АТБ-МАРКЕТ» РОЗВИВАЄ VTM ВЖЕ ПОНАД 20 РОКІВ

Перші товари під власною торговою маркою мережі «АТБ» з'явилися у 2003 році. Це були молочні продукти: масло, молоко, сметана, кефір. Торгова марка мала коротку назву «Да» і максимально простий дизайн. За два роки компанія почала розвивати VTM в інших категоріях та під іншими брендами: «Вигідна ціна завжди», «Добра марка», «Добрий кухар» та інші.

За останні п'ять років частка VTM у загальному асортименті «АТБ» зазнала певних змін через зовнішні обставини. З початком пандемії COVID-19 більш затребуваними серед покупців стали товари довготривалого зберігання. Основний перерозподіл у цей період відбувався в рамках груп товарів, а не між власними торговими марками та іншими брендами. Початок повномас-

штабного військового вторгнення ще більше вплинув на цей сегмент товарів.

«У 2022 році мережа вимушена була тимчасово зупинити ті проекти, які ще не були реалізовані, а також призупинити плани з пошуку та введення нових товарних позицій. У 2023 році було відновлено активну роботу з розробки нових продуктів під VTM, проведення тендерів, а також пошуку нових виробників. Наразі частка VTM у загальному асортименті

магазинів «АТБ» поступово збільшується», – прокоментували у відділі з розвитку VTM «АТБ-маркет».

У листопаді 2024 року, до 31-ї річниці, компанія «АТБ-маркет» вивела на ринок нову власну ТМ під назвою «День у День». Вона створена з метою зробити повсякденне життя українців трішки кращим, а щоденні покупки приємнішими. Простий яскравий дизайн упаковки, чесна ціна та відмінна якість товарів ТМ «День у День» вже зацікавили покупців мережі «АТБ». Нова VTM охоплює практично всі категорії товарів – продукти харчування, кондитерські вироби, непродовольчі товари, косметичні засоби та побутову хімію. Під ТМ «День у День» покупці національної мережі «АТБ» знайдуть товари, що стануть у нагоді кожен день – серветки, мило, шампуні та інші засоби гігієни, чай та солодощі, кисломолочні продукти та смаколики, а головне, без зайвих націнок та переplat.





СТОР. 10
ЛЮТИЙ 2025

**ЧОТИРИ ЛІНІЙКИ ВТМ «АТБ»:
ЩО СПІЛЬНОГО
ТА У ЧОМУ РІЗНИЦЯ**

Кожна лінійка товарів ВТМ «АТБ» належить до різних цінових сегментів та відповідає певним споживчим запитам. Кожна має свій особистий дизайн та відмінні назви, що допомагає краще позиціювати продукти. Індивідуальність бренду дозволяє розробляти окремі маркетингові стратегії для кожної категорії та ефективніше реагувати на потреби ринку та споживачів. Об'єднуючими факторами всіх ВТМ «АТБ» є – жорсткий контроль якості продуктів та помірні ціни у кожній з лінійок.

**СПЕЦИФІКА ЛІНІЙОК ВТМ
МЕРЕЖІ «АТБ-МАРКЕТ»**

«РОЗУМНИЙ ВИБІР» – створена для покупців, які прагнуть

отримати базові товари за найнижчою ціною. Основна сутність торгової марки закладена вже в самій її назві: ТМ «Розумний вибір» дає можливість заощаджувати кошти, при цьому купувати якісну продукцію, яка відповідає державним нормам.



«ДЕНЬ У ДЕНЬ» – універсальна лінійка, що пропонує якісні щоденні товари для широкого загалу споживачів за доступною ціною. Середня цінова категорія ТМ «День у День» та висока якість продукції дозволяють



новій ВТМ сміливо конкурувати з іншими брендами.

«СВОЯ ЛІНІЯ» – основний бренд компанії сегменту середній плюс, який пропонує збалансоване співвідношення ціни та якості. Це одна з найпопулярні-



ших лінійок, яка охоплює широкий асортимент товарів, включаючи харчові продукти, напої, побутову хімію тощо.

«**DE LUXE**» – преміальна лінійка, народжена об'єднувати в собі асортимент із кращих продуктів, які є традиційними для різних куточків світу. Вона створена для справжніх гурманів та поціновувачів продуктів найвищої якості. Більшість товарів під брендом «De Luxe» для «АТБ» виготовляють європейські виробники.



«Унікальність ВТМ полягає у глибокому розумінні потреб власних клієнтів. Ми не просто досліджуємо ринок – ми маємо перевагу: безпосередній контакт із покупцями через свої магазини. Наприклад, аналіз даних покупок у мережі «АТБ» дозволяє швидко зрозуміти, які продукти мають попит і що саме шукають споживачі у різних регіонах України», – наголошують у відділі з розвитку ВТМ «АТБ-маркет».

Компанія часто співпрацює з виробниками, які вже мають обладнання та технології. Особливість такої співпраці у тому, що виробник працює за чітким технічним завданням замовника. Наприклад, для «День у день», нової ВТМ «АТБ», мережа залучила найкращих партнерів, які змогли забезпечити високу

якість товарів і зберегти помірні ціни.

«Контроль якості ВТМ має вирішальне значення. Це не просто бізнес, це репутація. Коли «АТБ» запускає нову марку, як, наприклад, «День у день», компанія розуміє, що клієнти бачать не лише продукт, а всю мережу. Тому ми не просто продаємо товари – ми розробляємо рішення для щоденних потреб мільйонів українців», – зауважили фахівці з власних торгових марок «АТБ».

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ВЛАСНИХ ТОРГОВИХ МАРОК «АТБ»

По-справжньому народна мережа «АТБ» та більшість її основних товарів вже давно не потребують реклами, мають беззаперечну прихильність та попит серед покупців. Однак акції до свят, благодійні ініціативи, підтримка лімітованих колекцій товарів, як це було на 30-річчя компанії, звісно, вимагають інформаційної та візуальної підтримки. Тож «АТБ-маркет» прагне створити промо-кампанії, які викликають у покупців емоції та відчуття, що дозволяє сформувати стійкий емоційний зв'язок між брендом та споживачем.

Дуже вдалимими ідеями підтримки бренду власної торгової марки та благодійних ініціатив стали колаборації «АТБ» із зірками українського шоу-бізнесу. Приклад останньої – до Нового, 2024 року компанія «АТБ-маркет» разом із відомою українською співачкою Олею Поляковою випустила лімітовану серію цукерок у подарункових коробках під ВТМ. Така співпраця суттєво додала попу-



лярності цій товарній позиції, бо вдало поєднаний яскравий імідж артистки, якість продукту та гарне пакування зробили цукерки приємним святковим подарунком.

Роком раніше, у 2023-му, компанія «АТБ» відзначила 30-річчя з дня створення, випустивши лінійку власного мерчу: стильні худі, футболки, шопери, яскраві блокноти та посуд. За задумкою вітчизняного ритейлера ця колекція символізувала єдність, силу та незламність українського народу. Весь прибуток від продажу мерчу було спрямовано на підтримку Збройних Сил України.





«Завдяки благодійній ініціативі, мережа об'єднала споживачів навколо бренду і стала прикладом того, як бізнес може сприяти важливим суспільним справам. Просування власних торгових марок для «АТБ» – це стратегія, яка поєднує творчість, інноваційність і соціальну відповідальність, допомагаючи нам завойовувати довіру покупців і бути частиною важливих змін у суспільстві», – резюмують в «АТБ».

НАЙПЕРСПЕКТИВНІШІ КАТЕГОРІЇ ТОВАРІВ ДЛЯ ВТМ У 2025 РОЦІ

Для розробки нових позицій ВТМ спеціалісти компанії «АТБ-маркет» використовують унікальні масиви даних, що були накопичені за 31 рік роботи компанії. Ці дані містять інформацію про найпопулярніші категорії, регіональні особливості та сезонні коливання, а також допомагають визначатися з оптимальним пакуванням тощо.

Вже на етапі розробки нової позиції ВТМ спеціалісти розуміють, молоко якої жирності відповідає вподобанням більшості споживачів, які вага і вид пакування найзручніші.

Найбільше продажів ВТМ складають категорії товарів першої потреби. Це продукти тривалого зберігання та щоденного вжитку: крупи, макарони, консерви, олія, цукор, борошно,

а також непродовольчі товари та заморожені продукти.

«Не думаємо, що в Україні попит суттєво зміниться у 2025 році. Враховуючи економічну та політичну ситуацію, на першому місці залишаться товари першої потреби», – кажуть в «АТБ».

Тим часом у світі серед найперспективніших категорій для ВТМ – продукти здорового харчування: безглютенові, органічні, веганські, а також вітамінізовані води та напої з низьким вмістом цукру. Світовий тренд на здорове харчування відчувається й в Україні, але вподобання споживачів змінюються повільніше.

ЯК «АТБ-МАРКЕТ» ОБИРАЄ ВИРОБНИКІВ ДЛЯ ВТМ

Відділ якості та власна акредитована лабораторія компанії «АТБ» відстежують характеристики продукції на всіх етапах співпраці: від сировини до готового товару. Продукція потенційних виробників обов'язково бере участь у закритій дегустації, де команда експертів оцінює її смакові та органолептичні характеристики. На фінальному етапі виробники змагаються у прозорому ціновому тендері, який проводиться на спеціалізованій електронній платформі.

Одна з головних умов тривалої співпраці – гарантія стабільного постачання у великих обсягах зі збереженням стандарту продукції протягом усього періоду.

ЧОМУ ВИРОБНИКАМ ВИГІДНО ВИГОТОВЛЯТИ ПРОДУКЦІЮ ВТМ

1. Гарантований збут. ВТМ забезпечує стабільний попит,

адже продукція продається через широку мережу магазинів «АТБ», яка охоплює мільйони споживачів по всій країні. Довгострокові контракти дозволяють виробникам планувати обсяги виробництва та отримувати стабільний передбачуваний дохід.

2. Постійне завантаження виробництва. Контракти ВТМ дозволяють виробникам максимально ефективно використовувати свої виробничі потужності навіть під час сезонних спадів.

3. Мінімальні витрати на маркетинг. Ритейлери самостійно розробляють бренд та просувають продукцію під ВТМ. Зменшення витрат на рекламу дозволяє зосередитися на оптимізації виробництва та контролі якості.

4. Розширення ринку збуту.

Завдяки розгалуженій мережі магазинів та постійному її розширенню, виробники ВТМ «АТБ» отримують доступ до нових регіонів та сегментів ринку.

5. Можливість масштабування. Завдяки стабільному попиту виробник може інвестувати у розширення виробництва та модернізацію обладнання.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ВТМ В УКРАЇНІ

Витрати українських споживачів на власні торгові марки ритейл-мереж залишаються нижчими, ніж в інших країнах Східної Європи. Одна з причин – стереотип, що власна ТМ – це товари нижчої якості. У Східній Європі ритейлери інвестують у виробництво, маркетинг та позиціонування своїх брендів і

достатньо успішно долають цей стереотип. В Україні цей процес ще триває. Маркетингові інструменти та розширення асортименту допомагає ритейлерам в Україні поступово змінювати ситуацію.

«Українські ритейлери все частіше залучають до співпраці місцевих виробників. Це сприяє підтримці вітчизняної економіки, дозволяє створювати продукти, адаптовані до внутрішнього ринку, знижує витрати на логістику. Це робить продукцію ВТМ більш конкурентоспроможною. Власні торгові марки в Україні – вже не просто альтернатива брендам, а рівноправні конкуренти», – резюмують в «АТБ-маркет».



Багатотисячний колектив компанії «АТБ» – це більше, ніж просто колеги. Тут народжуються справжні дружні історії та створюються міцні родини!

15 лютого романтичне весілля зіграли наші колеги Во-

рошилова Анна, начальник відділу навчання та розвитку персоналу ТОВ «АТБ-маркет», та Чмух Роман, провідний фахівець у сфері захисту інформації управління інформаційної безпеки.

Цікаво, що обидва працюють в компанії «АТБ» багато років, а зустрілися та закохалися лише у 2022-му, коли евакуювалися до резервного офісу у Львів. Саме там їх звела доля і молодята зрозуміли, що давно шукали один одного.

Кохання, підтримка близької людини, турбота та сімейний затишок – ці відчуття, як ніколи, надважливі сьогодні для кожного з нас.

«Працюю в «АТБ» вже 14 років. Для мене компанія

«АТБ» зробила дуже багато. В скрутний період мого життя була поруч і тоді, коли я стала щасливою. На роботі знайшла свою другу половинку – Романа. 15 лютого 2025 року ми одружилися. Відтепер разом виховуємо синочка Тимофія. Вважаю дуже символічно те, що саме завдяки компанії я зустріла свою другу половинку. Тепер ми разом будуємо не лише кар'єру, а й щасливу сім'ю» – поділилася із нами своїм настроєм Анна.

Тематична фотозона в головному офісі корпорації «АТБ» до Дня Святого Валентина допомогла нашим закоханим відсвяткувати свій особливий день ще яскравіше та атмосферніше.



4-го лютого вітання з ювілеєм приймав **Євтеєв Дмитро Олегович**, заступник голови ради директорів корпорації «АТБ». За відданість компанії та високий професіоналізм у роботі ювіляра нагороджено «Зіркою слави «АТБ» та грамотою «Ветеран корпорації АТБ».

Разом з «АТБ» Дмитро Олегович вже 22 роки! У 2002-му починав роботу з посади експерта з продажів комерційної служби, а вже у 2006-му році був призначений генеральним директором ТОВ «АТБ-маркет» і присвятив розвитку компанії 14 років. З кінця 2019-го Дмитро Олегович увійшов до складу Ради директорів корпорації «АТБ» та продовжує вдосконалювати та розбудовувати компанію.

Вітаємо з ювілеєм! Бажаємо вдачі та здоров'я, щоб потужна життєва сила і енергія не вичерпалися ніколи! Нехай Ваш досвід, Ваша мудрість завжди будуть прикладом для колег!



40 років – це вік мудрості, сили та нових можливостей, а понад 15 років відданої праці – доказ професіоналізму, наполегливості та лідерських якостей. Костянтин Миколайович розпочав свій шлях у 2009 році з посади водія навантажувача і завдяки наполегливій праці та стратегічному мисленню у лютому 2024 року став керівником розподільчого центру Львів. Це приклад справжнього професійного зростання та натхнення для всіх нас!

Шановний Костянтине Миколайовичу, бажаємо Вам міцного здоров'я, сімейного благополуччя, невичерпної енергії та нових звершень! Нехай кожен день приносить лише позитивні емоції, а Ваша праця і надалі приносить успіх та розвиток! Бажаємо працювати у задоволення, а відпочивати з насолодою! Бажаємо рік за роком ставати успішнішим, впевненішим і сміливіше рухатись тільки вперед!

***З найкращими побажаннями
Ваш колектив Логістик Юніон!***

24-го лютого ювілей відсвяткував **Пучков Костянтин Миколайович**, начальник Львівського розподільчого центру. За віддану працю та вірність компанії ювіляра нагороджено значком та грамотою «Почесний працівник корпорації «АТБ». Теплі вітання та слова поваги для Костянтина Миколайовича колектив РЦ Львів написав у вітальній листівці:

ПОШТОВА АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:
49094, М. ДНІПРО,
ВУЛ. НАБЕРЕЖНА ПЕРЕМОГИ, 25А
E-MAIL: PR@ATBMARKET.COM

ГАРЯЧА ЛІНІЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА КОРПОРАЦІЇ «АТБ»

АТБ

0 800 500 415

ЧАС РОБОТИ З 8.00 ДО 22.00

ДЗВІНКИ В МЕЖАХ УКРАЇНИ БЕЗКОШТОВНІ