

Експансія "під рукою": як мінімаркети заробляють мільярди та перекроюють ринок ритейлу

12:40 03.07.2026 Пт

🕒 4 хв

"Сімі" відкрила 133 точки за рік, "Близенько" наростила виторг четверо, а 80% нових ТЦ в Україні – невеликі

 **ІРИНА КОСТЮЧЕНКО**
 **АНАСТАСІЯ МАЦЄПА**



Фото: Сімі та Близенько задіють темп зростання ритейлу (Facebook "Сімі")



Не витрачай час на шум! Читай тільки суть з РБК-Україна у Google



У воєнних умовах пріоритетом українських ритейлерів стали компактність і енергетична автономність. "Магазин біля дому" виграє за рахунок оперативної доставки й нижчих капітальних витрат. Саме в цьому сегменті ринку нині найвищі темпи зростання.

Хто з регіональних гравців формату convenience ("магазинів під рукою") показує рекордну динаміку і чому будівельники торгових центрів роблять ставку на малу площу, читайте у матеріалі РБК-Україна "Великий переділ супермаркетів: хто скуповує регіональні мережі в Україні".

Головне:

- **"Сімі" відкрила 133 нові точки у 2025 році**, показавши приріст +41%, у червні 2026 року у портфелі "Клевер Сторс" вже понад 500 магазинів.
- **Виторг "Близенько" за 2025 рік зріс на 396,4%** – до 8,4 млрд грн.
- **КОЛО зосередилося на найдорожчому ринку** – у Києві та Одесі.
- **З 2022 по 2027 рік в Україні з'явилося 69 нових чи запланованих ТЦ**, 80% з яких – невеликої площі.

"Сімі": лідер заходу з рекордною динамікою

Мережа "Сімі" (оператор – ТОВ "Клевер Сторс", власники Дмитро Мерченко та Сергій Кикінюв) у 2025 році відкрила рекордні 133 нові точки, показавши зростання на 41%.

У червні 2026 року в портфелі компанії, разом із класичним форматом "Сім23", уже понад 500 магазинів у семи областях заходу України: Волинській, Львівській, Тернопільській, Івано-Франківській, Рівненській, Хмельницькій та Чернівецькій.

За даними Opendatabot і Clarity Project, виторг "Клевер Сторс" зріс на 54% – до 7,94 млрд грн, проте чистий прибуток компанії становив лише близько 38,8 млн грн, що відповідає рентабельності на рівні 0,5% – типовому показнику для динамічно зростаючого convenience-ритейлу з високими інвестиціями в розширення.

Мережа має власний розподільчий центр у Луцьку, який неодноразово ставав об'єктом атак РФ, зокрема і в 2026 році.

"Близенько": зростання на 396%

Мережа "Близенько" входить до Berta Group, де власник – львівський бізнесмен Олександр Бережанський. Ритейлер контролює Львівщину та п'ять сусідніх областей – Івано-Франківську, Тернопільську, Закарпатську, Чернівецьку та Волинську.

Станом на червень 2026 року мережа налічує 302 магазини, а виторг ТОВ "Мережа Сервіс Львів", за даними Opendatabot за 2025 рік, сягнув 8,4 млрд грн – зростання на 396,4% порівняно з 2024 роком. Це дозволило компанії увійти до рейтингу найбільших продуктових ритейлерів України.

КОЛО грає у "своїй лізі"

На відміну від західних лідерів, мережа КОЛО керується компанією "Арітейл", що через BGV Group входить до бізнес-пулу Геннадія Буткевича – співвласника АТБ. Мережа зосереджена на Києві, Київській області та Одесі. Станом на 2026 рік КОЛО налічує 251–259 магазинів, а виторг за 2025 рік, за інформацією Clarity Project, зріс на 23,3% – до 3,28 млрд грн.

"Сімі" виграє за загальним виторгом завдяки великій кількості точок на заході, тоді як КОЛО ефективно конкурує в "дорогому" столичному регіоні, де вищий середній чек і щільність населення дозволяють отримувати кращу маржу навіть з меншою кількістю магазинів.

Для АТБ мережа КОЛО опосередковано є стратегічним доповненням у форматі "магазинів біля дому".

Менші ТЦ – менший ризик

Тренд на компактність простежується не лише в самих мережах, а й у будівництві торгової нерухомості. За даними громадської спілки "Українська Рада торгових центрів" (УРТЦ), з 2022 по 2027 рік в Україні з'явилося 69 нових чи запланованих торгових центрів, переважно на заході країни, і 80% з них – невеликої площі.

Голова УРТЦ Максим Гаврюшин у коментарі РБК-Україна пояснює це логікою воєнних ризиків: менші об'єкти менш вразливі і потребують менших інвестицій.

Читайте також: Крах власника мереж "Домашній маркет" та Mashket: хто наступний у черзі на поглинання

"Будь-який торговий центр може стати ціллю для дрона чи ракети. Краще побудувати два невеликі торгові центри, ніж один середній", – зазначає він.

Регіональні лідери заходу – "Сімі" та "Близенько" – поки тримають позиції і номінально входять до групи потенційних покупців на ринку M&A.

Але їхнє довгострокове майбутнє залежатиме від того, наскільки глибоко в західноукраїнський ринок зайдуть національні мережі, підкреслює у коментарі РБК-Україна Анна Анісімова, комерційний директор GDS.



Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!

Або читайте нас там, де вам зручно!



Більше по темі:

Супермаркети

НОВИНИ

Новини України
Війна в Україні
Економіка
Світ
Надзвичайні події

ПОЛІТИКА

БІЗНЕС

Економіка
Фінанси
Авто
Tech
Енергетика
Біла економіка

АНАЛІТИКА

Статті
Інтерв'ю
Точка зору

ЖИТТЯ

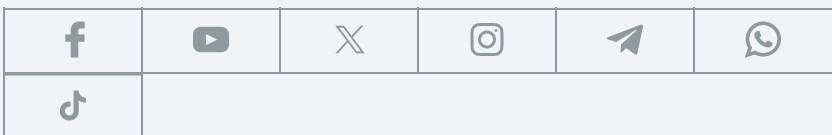
Гроші
Зміни
Освіта
Суспільство

РОЗВАГИ

Шоу бізнес
Поради
Гороскопи
Свята
Цікаве
Спорт

LIFESTYLE

Психологія
Їжа
Подорожі
Здорове життя
Мода та краса



Інформаційний портал «РБК-Україна» має тримовну версію (українську, російську та англійську), головна сторінка порталу - <https://www.rbc.ua>. Фотографії, зображення належать їх правовласникам. Всі фотографії на Порталі, авторами яких є журналісти «РБК-Україна», розміщені на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International. Редакція «РБК-Україна» може не поділяти точку зору авторів. Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості. За достовірність та зміст реклами відповідальність несе рекламодатець. Матеріали, позначені півшикою: «Прес-реліз», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Фото», «Блогерівність» «Резонанс» розміщуються на правах реклами і призначені, як правило, для осіб, які досягли 21-річного віку. «Новини компанії» - це інформаційний формат, що охоплює новини, події та оголошення, пов'язані з діяльністю компанії, базуються на пресрелізах, які випускають самі компанії, і за які редакція не несе відповідальність. Онлайн-медіа «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.