



WILLIAMS OLIVER

2026

О КОМПАНИИ

История компании

- ООО «Патриот Групп» с 2015 года является владельцем сети мультибрендовых магазинов марки «Williams Oliver», которые занимаются торговлей посудой и товарами для кухни лучших международных и российских производителей на территории России.
- Williams Oliver - главный эксперт на российском рынке товаров для кухни. Покупая в магазинах Williams Oliver, Клиент гарантировано получает самый качественный товар по справедливой цене и может быть полностью уверен в том, что совершил правильную покупку.
- В ассортименте портфеле компании представлены бренды более 600 самых известных международных и отечественных производителей таких как: Zwilling, SMEG, Swiss Diamond, Michael Aram, Robert Welch, Narumi, Gefu, KitchenAid, Weis, LAVA, Bordallo Pinheiro, KAI, Riedel, Luigi Bormioli, Императорский фарфоровый завод, Гжель и многие другие.
- Ассортиментный портфель компании включает в себя следующие категории товаров: посуда для приготовления, сервизы и отдельные предметы для них, кухонные принадлежности, ножи и доски, декор интерьера, столовые приборы, бытовая техника, все для бара, столовые приборы, текстиль и другие.
- ООО «Патриот Групп» является крупным игроком на рынке посуды и товаров для кухни. По итогам бухгалтерской отчетности за 2025 год выручка компании составила более 1,41 млрд рублей. Доля компании на российском рынке посуды и товаров для кухни составляет порядка 2,5%.
- Товары можно приобрести в 15 фирменных магазинах компании в крупных российских городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Краснодар, Сочи, Ростов-на Дону, а также на сайте интернет-магазина www.williams-oliver.ru.
- Владелец 100% капитала ООО «Патриот Групп» и генеральным директором компании является предприниматель Широков Дмитрий Владимирович.

ФОРМАТ МАГАЗИНОВ

- 15 фирменных магазинов в России, расположенных в торговых центрах класса А и Б на первых этажах в первой линии рядом с премиальными брендами. Средняя площадь магазинов 300 м².
- Уникальный формат магазина, в котором интегрирована полноценная кухонная зона, оснащенная бытовой техникой и товарами мировых брендов. На кухне проводятся регулярные мастер-классы с бренд-шефом или амбассадорами бренда.



ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

Концепция мерчандайзинга WILLIAMS OLIVER опирается на:

- Современные запросы покупателя в процессе покупки;
- Опыт успешных мировых розничных сетей товаров для дома и кухни;
- Мировые тренды в дизайне и создании коммерческих пространств.

Зонирование по категориям позволяет легко ориентироваться в магазине, упрощает для покупателей поиск необходимого товара и создает фокусы на ключевые категории. Основой являются сезонная потребность покупателя и трендовые товары, которые вызывают интерес и обеспечивают желание вернуться в магазин.



ВИТРИНИСТИКА

Витрина магазина отражает эмоциональный посыл, релевантный сезону и трендам, презентует интересные и актуальные товары и коллекции, что дает покупателю импульс зайти в магазин. Создавая решение для витрины, мы стремимся подчеркнуть уникальность нашего бренда:

- Работая с яркими, эмоциональными и аппетитными визуалами и слоганами;
- Новыми, интересными и современными товарами;
- Вдохновляющей презентацией, раскрывающей комплексность нашего предложения.

[Видео](#)



ПРЕМИАЛЬНЫЙ РИТЕЙЛ В РОССИИ

Ведущий оператор сегмента премиальной посуды и предметов интерьера. Бренд «Дом Фарфора» — 4 магазина в ключевых локациях Москвы, 600+ брендов и 60-летняя история безупречной репутации.



ДВА БРЕНДА - ОДНА ЭКОСИСТЕМА

В 2026 году завершена интеграция «Дома Фарфора» в структуру группы при сохранении полной автономности брендов.



Williams Oliver

Премиальная посуда, кухонные аксессуары, бытовая техника и товары для дома.

600+ брендов, 18 000+ SKU

Собственные бренды: Cuisipro, Danica, Kitchen Art, Silvermark

Партнёры: Ruffoni, All Clad, Wusthof, Emile Henry, Gien



«Дом Фарфора»

Эксклюзивный фарфор, хрусталь и предметы сервировки. Легендарный магазин с 1965 года.

Официальный дистрибьютор: Meissen, Herend, Haviland, Rosenthal, Lladro, Moser

Эксклюзивные права на импорт Meissen и Lenox в России

ОМНИКАНАЛЬНАЯ ЭКОСИСТЕМА

Williams Oliver

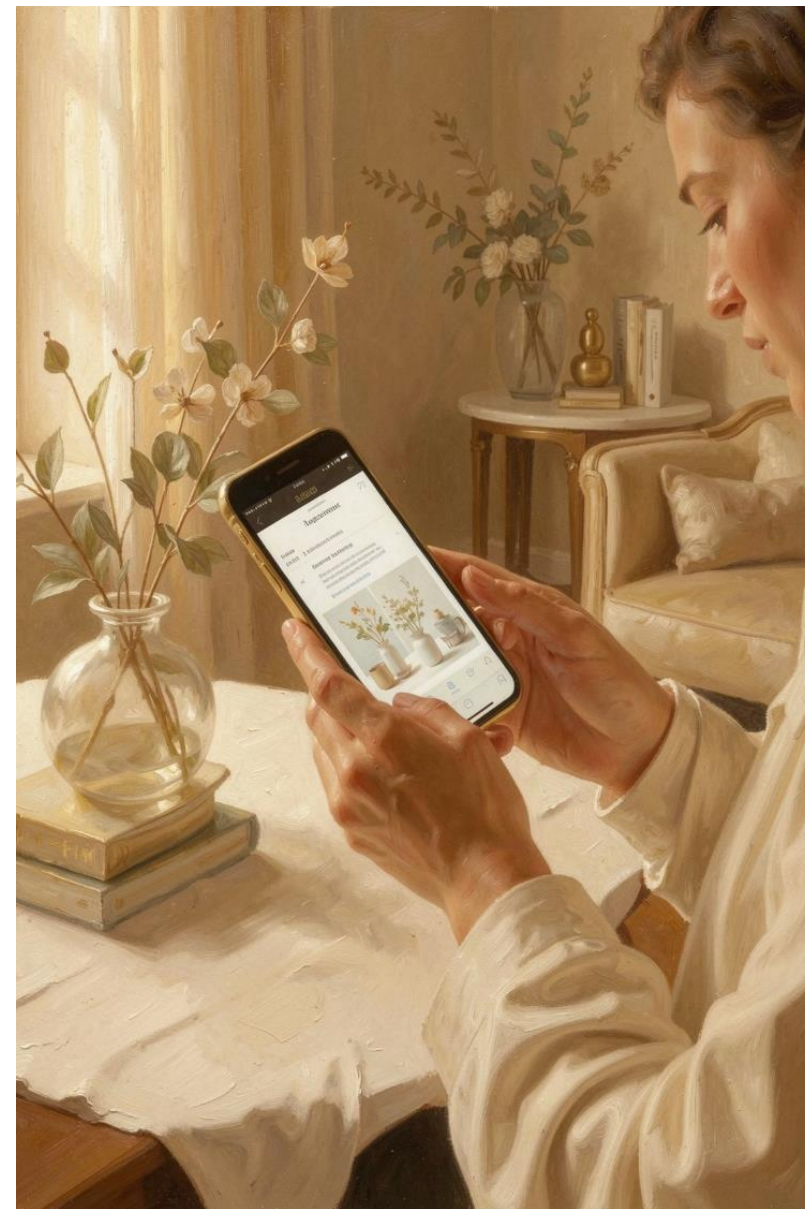
Собственный интернет-магазин полным ассортиментом мобильного приложения (App Store, Google Play). Омниканальная интеграция: онлайн-заказ—самовывоз или доставка из магазина.

«Дом Фарфора»

Действующий сайт domfarfora.ru. Июль 2026 —запуск нового сайта на передовой платформе и мобильного приложения с персонализированными рекомендациями и эксклюзивными предложениями

Единая платформа

CRM-система на базе Mindbox для управления клиентским опытом. Единая программа лояльности для двух сетей с кросс-продажами и персональными рекомендациями.



WILLIAMS OLIVER CAFE

Уникальный формат — желание вдохновить каждого гостя на новые кулинарные подвиги, независимо от того, пришел он за покупками или решил отдохнуть от шопинга за чашечкой кофе.

Кафе в магазине - «сердце» - как и кухня в доме, где чаще всего происходят самые душевные и семейные встречи.

WILLIAMS OLIVER Cafe - коллаборация с основным брендом и максимальное использование продукции, продающейся в магазине, в сервировке, на кухне и интерьере кафе.

Теперь в WILLIAMS OLIVER можно приходить не только за оригинальными и удобными вещами для кухни, но и за гастрономическими впечатлениями.



СОБСТВЕННОЕ ПЕЧАТНОЕ ИЗДАНИЕ

WILLIAMS OLIVER – гастрономический эксперт и энтузиаст. В чем секрет? В качестве целевой аудитории, для которой еда – это искусство приготовления, подачи и потребления. Разобраться в изысках гастрономического мира, новых кулинарных трендах и кухонных гаджетах – задача не из простых, поэтому наши читатели – особенные – люди с тонким чувством прекрасного, образованные и удовлетворенные своим социальным и финансовым статусами.

Ежесезонное печатное издание, тираж 30 000 экз.

Распространение: все магазины WILLIAMS OLIVER, сеть ресторанов Novikov Group, сеть фитнес-клубов World Class Premium, вкладка в газеты Коммерсант, РБК, Ведомости.

Электронная версия журнала распространяется в e-mail-рассылке

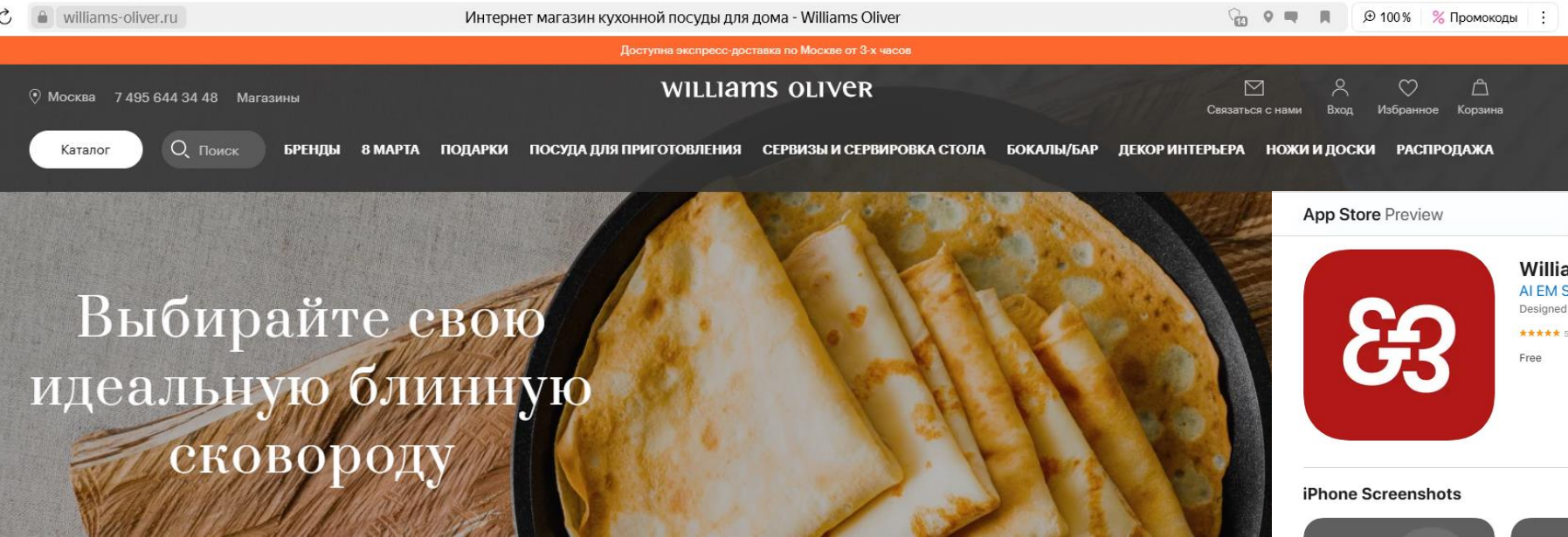
[Все выпуски](#)



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН «WILLIAMS OLIVER»

Интернет-магазин www.williams-oliver.ru

Приложение Williams Oliver

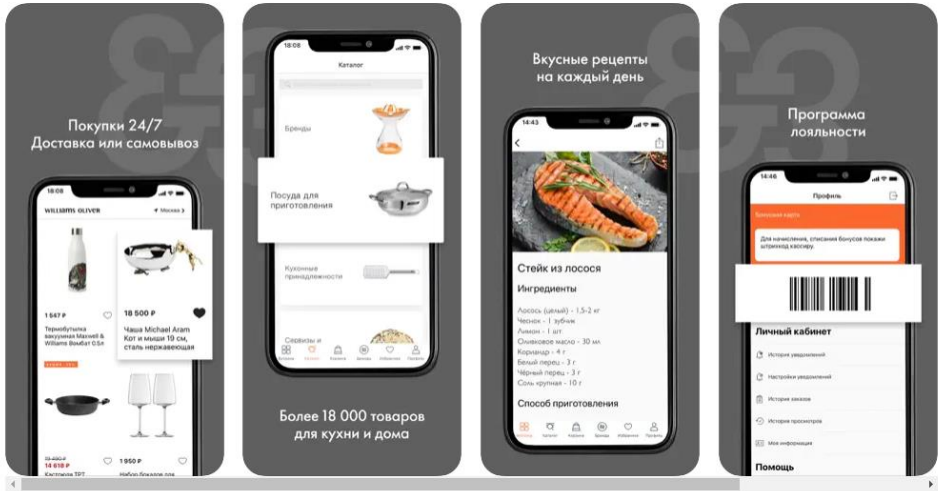


В Топ меню вынесены лидирующие категории и сезонное предложение

App Store Preview



iPhone Screenshots



Разделы сайта: Идеи стильной кухни. Товарные подборки по стилям, вручную. Дублируется в каталоге сайта

Идеи для стильной кухни



Неоклассика



Минимализм



Современный стиль



Кантри



Лофт

СТУДИЯ ФЛОРИСТИКИ

Наша студия флористики – это не просто место, где создаются цветочные композиции. Это пространство, где рождается искусство, вдохновленное природой и вашими самыми изысканными пожеланиями. Мы предлагаем вам нечто большее, чем просто цветы.

Цветы из холодного фарфора – это новое направление искусства.

Они выполнены с ботанической точностью станут потрясающим подарком или украшением интерьера.

Каждый листик, каждый лепесток вылеплен вручную мастерами нашей студии и расписан масляными красками, художественной пастелью и является точной копией живого цветка. Виды, расцветки, размеры и сорта цветов могут быть любыми. ...

Цветы из холодного фарфора – это великолепная альтернатива живым букетам. Они никогда не завянут и будут радовать Вас и восхищать Ваших гостей долгие годы. Подарите себе немного волшебства!



В основе нашего мастерства – самые красивые цветы. Мы тщательно отбираем каждый бутон, каждый лепесток, чтобы в ваших руках оказались только самые свежие, самые яркие и самые благоухающие представители флористического мира.



О КОМПАНИИ

Бизнес-модель компании



СТРАТЕГИЯ И ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ НА 2026-2030 гг.

Стратегическая цель и Миссия Компании

Стратегическая цель

Занять лидирующую позицию на рынке РФ в реализации посуды и товаров для кухни. Продвижение культуры кулинарного искусства путем продажи правильных вещей для кухни. Создание вертикально-интегрированной компании: от приобретения, хранения и транспортировки продукции до её реализации.

Миссия

Мы в Williams Oliver работаем над тем, чтобы в сердце каждого дома люди получали удовольствие от возможности готовить самостоятельно на радость близким.



СТРАТЕГИЯ И ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Плановые показатели ООО «Патриот Групп»

Наименование показателя	Ед.изм.	2025 год, факт	2028 год, план	2030 год, план
Объём продаж (выручка)	млн рублей	1 406	2 563	3 101
Валовая прибыль	млн рублей	907	1 945	2 109
Чистая прибыль	млн рублей	8	32	38
Количество магазинов	шт.	15	20	20
Доля рынка в натуральном выражении (оценка)	%	2,5	2,5	2,5
Товарные позиции	шт.	26 000	20 000	20 000

1. Развитие мультибрендовой сети розничных магазинов с охватом различных округов РФ, продвижение лучших международных и российских марок, увеличение узнаваемости торгового бренда Williams Olliver, знакомство с культурой сервировки различных стран.
2. Самая глубокая экспертиза на рынке в части товаров для кухни – знание основных мировых трендов, знание на какие новинки стоит обращать внимание, а на какие - нет. Предлагаем Клиентам только те товары, которые прошли строгую внутреннюю экспертизу.
3. Оптимальное сочетание цены и качества товаров - благодаря экспертизе и умению выбирать качественные товары, Williams Oliver отбирает и предлагает своим Клиентам только лучшие товары в своей категории с оптимальным соотношением цены и качества.
4. Развитие собственных торговых марок и эксклюзивных брендов.
5. Создание вертикально-интегрированной компании: от приобретения, хранения и транспортировки продукции до ее реализации.
6. Развитие системы омниканальности и целостности бренда: интеграция единой системы коммуникации с клиентом, а также формирование бесшовного клиентского пути между каналами продаж.
7. Обучение и повышение эффективности торговых команд.
8. Запуск франшизы Williams Oliver для масштабирования бизнеса в регионах России и странах СНГ.

СТРАТЕГИЯ И ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ НА 2026-2030 гг.



WILLIAMS OLIVER успешно реализовал планы по развитию собственных товарных марок и эксклюзивных брендов. Идея создания — сохранить ДНК бренда на кухнях покупателей, а также поддержать российских производителей. Выручка за 2025 год составила 1 406 171 тыс. рублей, а валовая прибыль 970 297 тыс. рублей.

Были добавлены новые категории. Основными стали следующие группы товаров с соответствующими показателями валовой прибыли за 2025 год:

- 1.Посуда для приготовления – 278 514 тыс. рублей;
- 2.Сервизы и предметы для них — 253 715 тыс. рублей;
- 3.Декор интерьера – 152 651 тыс. рублей;
- 4.Все для бара — 114 269 тыс. рублей;
- 5.Кухонные принадлежности — 112 974 тыс. рублей;
- 6.Ножи и доски – 112 573 тыс. рублей;
- 7.Прочие (<7% на категорию) — 631 475 тыс. рублей.

К 2030 году компания планирует двукратный рост продаж собственных торговых марок от общего объема выручки по итогам 2025 года, продолжая запускать в продажу новые товарные категории и масштабируя уже представленные ассортиментные позиции.

РАЗДЕЛОЧНЫЕ ДОСКИ



БОКАЛЫ



ФОРМЫ ДЛЯ ВЫПЕЧКИ

КУХОННЫЕ ПОЛОТЕНЦА



СТОЛОВЫЕ СЕРВИЗЫ



3D ВАЗЫ



КОНТЕЙНЕРЫ



СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ

ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ БРЕНДОВ

ЕДИНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Кросс-канальная и омниканальная коммуникация - должны быть задействованы ВСЕ каналы коммуникации

Продуктовая

- киоски и экраны
- сайт и МП
- CRM-каналы
- SMM

Имиджевая

- PR
- лидеры мнений
- партнеры
- мероприятия
- Спецпроекты
- SMM

Цели коммуникации

- Привлечение новой аудитории
- Укрепление имиджа премиального бренда
- Создание эмоциональной связи с ЦА



КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ. СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ НА ПРЕМИУМ-АУДИТОРИЮ



- Сильная концепция и четкая ДНК
- Аутентичность и наследие
- Базируемся на многолетней экспертизе
- Новые фокусы на премиум и LIFE STYLE
- Коммуникация должна основываться на создании эмоциональной связки с каждым потенциальным покупателем.
- Уникальный опыт взаимодействия и покупки
- Безупречное качество товаров и сервиса
- Безупречная единая коммуникация

Тип контента

- Экспертный контент:
- Культурный код: интегрируем историю и культуру потребления еды
- Эмоциональный визуальный контент: креативные съемки
- Коммуникация с лидерами мнений и селебрити: кавер сториз, интервью, приглашенные эксперты

SMM.

Новый подход. Instagram \ Telegram \ V Kontakte

- Переработка позиционирования и создание эмоциональной связи с ЦА
- Улучшение продуктовой коммуникации с УТП
- Фокус на сторитейлинг с новыми фокусами, форматами
- Вовлечение подписчиков - новые рубрики, коллаборации
- Премиальный тон и транслирование культурного кода

**ПОЧЕМУ ВЫ ВЛЮБИТЕСЬ В
«РАССВЕТ» ОТ DECOR DE TABLE?**

- ✓ Нежный рельефный узор;
- ✓ Комплект из 4-х предметов;
- ✓ Универсален в любой сервировке;
- ✓ Можно использовать в СВЧ и мыть в ПММ.



Задача

- Рост узнаваемости бренда, постоянное присутствие в инфополе
- Управление имиджем
- Создание ореола желанности вокруг бренда

Инструменты

- Мероприятия внешние и внутренние
- СМИ
- Блоггеры

Дополнительно

- Регулярно формирование инфо-повода
- Новые герои в контенте



КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

- Развивающаяся в России сеть дистрибьюции в разных федеральных округах;
 - Диверсификация и расширение ассортиментного портфеля;
 - Высокнадёжные поставщики качественной международной и российской продукции;
 - Развитие онлайн-сервисов, электронная торговля;
 - Собственная розничная торговая сеть «Williams Oliver»;
 - Развитие собственных торговых марок;
 - Способность своевременно выполнять обязательства перед кредиторами.
- Рейтинг кредитоспособности «BB+».
 - Аудитор ООО «Патриот Групп» – КСК-Аудит
 - Компания выпускает аудированную отчетность по стандартам МСФО:
 - Промежуточная финансовая отчётность за полугодие;
 - Аудированная годовая финансовая отчётность.
 - ООО «Патриот Групп» публикует на сервере раскрытия информации Интерфакс данные РСБУ отчетности и финансовую отчетность, составленную по правилам, установленным МСФО



ОБ ОТРАСЛИ И ОТРАСЛЕВЫХ ПРЕИМУЩЕСТВАХ КОМПАНИИ

- Компания владеет сетью мультибрендовых магазинов марки «Williams Oliver».
- Около 26 000 товарных позиций, более 600 брендов – обширный ассортиментный портфель (компания работает с крупнейшими представленными на российском рынке международными и отечественными производителями посуды и товаров для кухни, что позволяет её клиентам получать полный ассортимент товаров в одном месте);
- Собственная розничная торговая сеть (20 фирменных магазинов компании в крупных российских городах: Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре, Сочи);
- Эффективные торговые команды;
- Успешный опыт работы в торговом бизнесе РФ (более **20** лет) владельца компании;
- Опыт работы ООО «Патриот Групп» на рынке более **9** лет – непрерывная динамика роста;
- Партнерская поддержка поставщиков;
- Круглосуточный график работы интернет-магазина **24/7** позволяет повышать оборачиваемость продукции и уровень клиентского сервиса;
- Более 100 тыс карт лояльных покупателей;
- Более 160 тыс покупок в год;
- Собственное печатное издание;
- Новый формат магазинов с кафе;
- Кулинарные мастер-классы онлайн.

Широков Дмитрий Владимирович

100%

ООО "Патриот Групп"
Уставный капитал 1 000 000 руб.

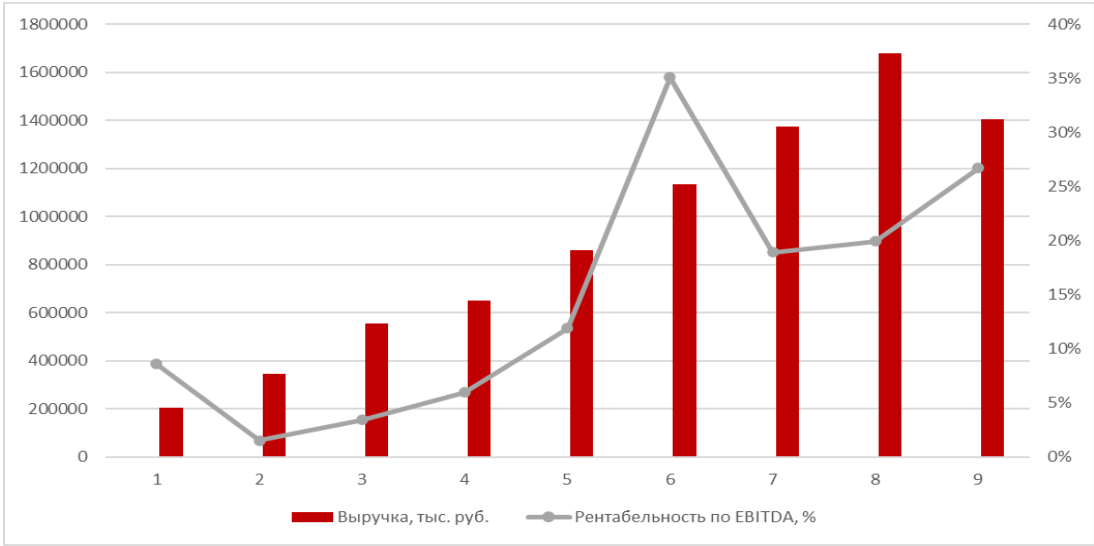
ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИИ

Финансовые показатели

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Выручка, тыс. руб.	205 325	345 238	556 896	651 724	861 427	1 135 112	1 373 518	1 678 765	1 406 171
Прибыль от продаж, тыс. руб.	13 909	3 076	21 646	42 558	63 674	109 149	170 617	295 499	229 157
Операц. Рентабельность	71,90%	62,60%	62,70%	66,50%	7,40%	9,60%	12,42%	17,60%	16,30%
EBITDA, тыс. руб.	17 666	5 307	19 159	38 949	102 335	398 063	259 767	334 792	375 224
Рентабельность по EBITDA	9%	2%	3%	6%	12%	35%	19%	20%	27%
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Проценты к уплате, тыс. руб.	9 090	1 379	12 924	13 114	12 418	85 595	79 159	186 873	334 222
Прочие доходы, тыс. руб.	7 524	9 286	11 577	12 513	54 772	316 623	318 893	185 155	143 724
Прочие расходы, тыс. руб.	6 109	9 761	18 102	24 391	29 873	221 067	443 788	285 739	64 063
Чистая прибыль, тыс. руб.	4 939	857	1 104	12 955	61 471	90 207	-77 672	65 937	7 545
Рентабельность по ЧП	2%	0%	0%	2%	7%	8%	отр	4%	1%

- Компания стабильно показывает рост EBITDA.
- За последние 7 лет ООО «Патриот Групп» нарастил выручку в 4,5 раза, чистую прибыль – более чем в 77 раз.
- Средние темпы роста выручки в год за последние 7 лет более 25%.

Динамика основных финансовых показателей



ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИИ

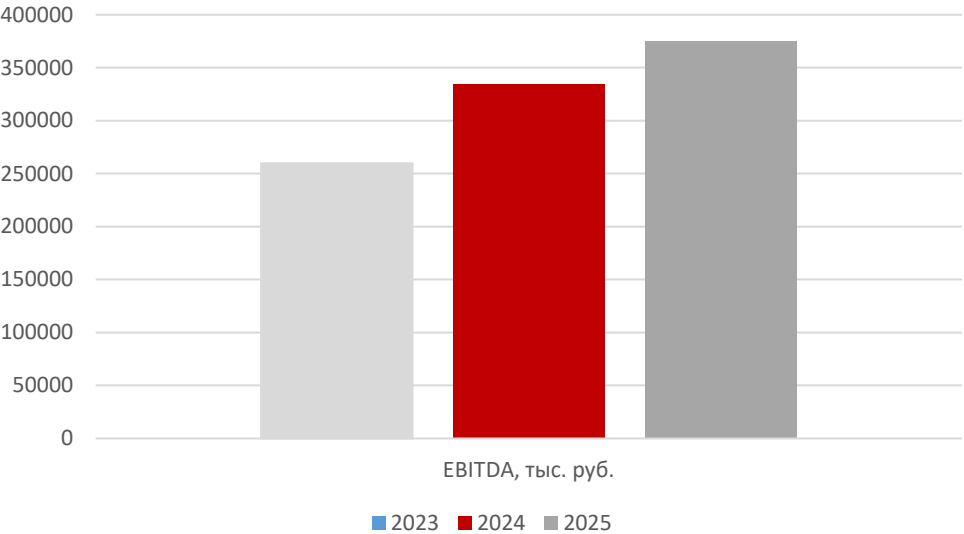
Структура выручки по категориям за 12 месяцев 2025 года



ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИИ

Операционные результаты по итогам 2025 года

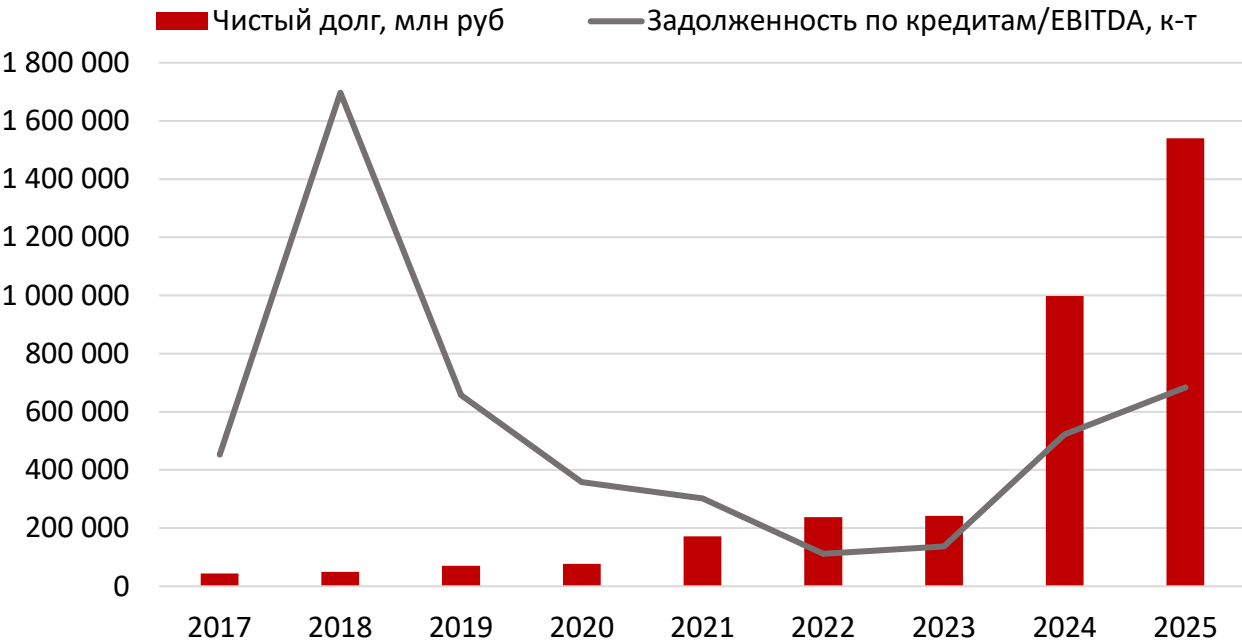
По итогам 2025 года EBITDA компании показывает уверенный рост, который составляет 12% за год.
Средний чек на розничную продукцию вырос на 5%.



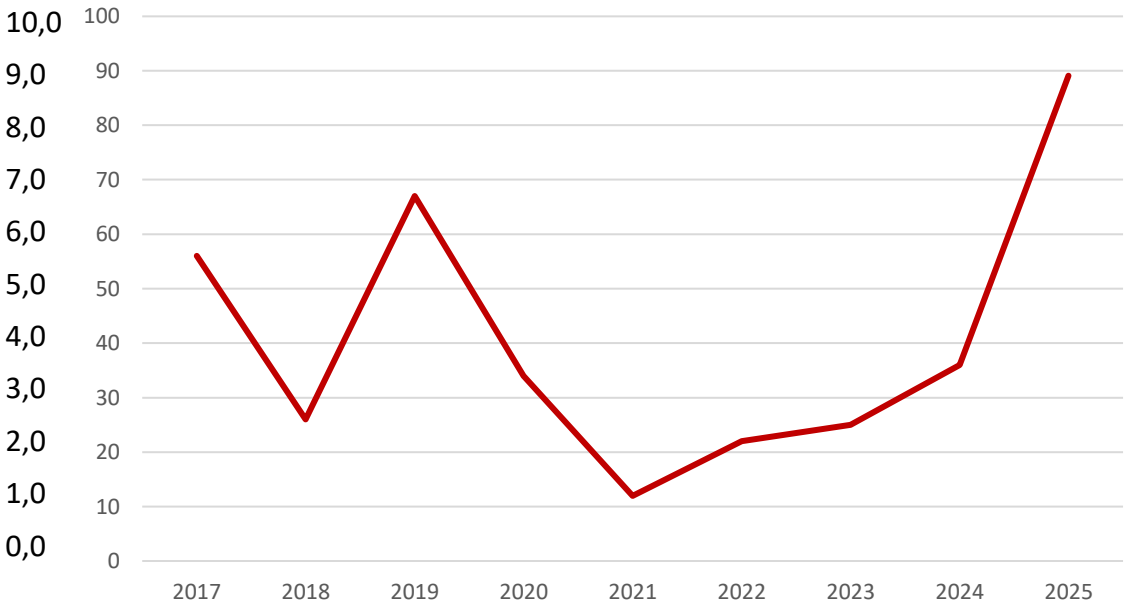
ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИИ

Долговая нагрузка

Динамика задолженности по кредитам и показателя
Задолженность по кредитам/Ebitda



Проценты/EBITDA





**WILLIAMS
OLIVER**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ