

М.Видео-Эльдорадо: популярность техники из России и СНГ выросла до 1,5 раз, в лидерах холодильное оборудование и плиты

14 марта 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), оценила интерес к бытовой технике брендов из России и СНГ на отечественном рынке. По итогам 2022 года денежные продажи товаров локального производства из этих стран в пяти ключевых категориях увеличились на 34% относительно предыдущего года. Доля компаний из России, Беларуси и Узбекистана в натуральном выражении приблизилась к 40% в плитах, морозильных камерах и ларях. В М.Видео-Эльдорадо продажи основных брендов из России и СНГ выросли примерно в 1,5 раза. Среди наиболее популярных торговых марок – Atlant, «Витязь», Gefest, Darina, Artel, Flama, Elikor, «Бирюса».

Бытовая техника повседневного пользования из России, Беларуси и Узбекистана представлена преимущественно в крупногабаритных категориях для дома и кухни. Основные продажи таких товаров на российском рынке сосредоточены в холодильниках, морозильных камерах и ларях, различных видах плит, кухонных вытяжках и стиральных машинах. По оценке М.Видео-Эльдорадо, общий объем их продаж в прошлом году в целом по России достиг 2,3 млн штук. Средняя доля брендов из России и ближнего зарубежья в пяти данных категориях на рынке достигла почти 22%.

Локальное производство, широкая представленность надёжных товаров в востребованных категориях из базового и среднего ценового сегмента способствуют увеличению интереса к таким брендам со стороны российских покупателей на фоне сокращения предложения и ухода ряда зарубежных производителей, а также усложнения цепочек поставок.

Наиболее крупной категорией по объёму приобретённой техники брендов из России и СНГ являются плиты, где первым на российском рынке является белорусский Gefest, а в число лидеров входят российские Darina и Flama. Белорусский «Атлант» в категории холодильников вошёл топ-5, оказался в числе лидеров в морозильных камерах, а также занял заметную долю в стиральных машинах. В морозильном оборудовании первую позицию занял бренд «Бирюса», в группу лидеров вошли также другие российские производители, например, Pozis. В кухонных вытяжках одной из наиболее востребованных торговых марок традиционно оказалась российская Elikor.

Решения российского производства и стран СНГ широко представлены также в категории телевизоров. Так, в 2022 году в лидирующую группу в продажах М.Видео-Эльдорадо кроме собственных торговых марок Novex и Hi вошли белорусский «Витязь» и узбекский Artel. Активно развивается сегмент телевизоров от отечественных брендов русскоязычными голосовыми помощниками и фирменными экосистемами, производимых в Китае или ЕАЭС.

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:

«Локальные производители бытовой техники обеспечивают для российских покупателей вариативность в выборе, и в новых реалиях стали более востребованными с учётом ценовой политики, надёжности и качества решений. Сохранение позитивного тренда мы видим и в начале текущего года – продажи брендов из России и СНГ в наших сетях увеличились вдвое. Среди наиболее востребованных бытовых приборов: морозильное оборудование, плиты, телевизоры, вытяжки, стиральные машины, климатическая техника и пылесосы. В базовом и среднем ценовом диапазоне мы активно предлагаем десятки производителей из России, Беларуси и Узбекистана, дополняя ассортимент других брендов и товаров под собственными

торговыми марками, что позволяет обеспечивать покупателей популярными товарами по доступным ценам по всей стране. При этом ключевым трендом является рост популярности и спроса на продукцию брендов из Китая и Турции, в том числе имеющих производственные мощности в России, которые увеличивают активность, включая маркетинговую, и усиливают позиции на рынке».

Для удовлетворения спроса на базовую бытовую технику М.Видео-Эльдорадо также предлагает товары под собственными торговыми марками Novex и Hi. Покупатели могут выбирать из примерно 400 наименований техники в 37 востребованных категориях, что дополняет ассортимент и делает более доступными отдельные модели и технологии для широкого круга клиентов. Наибольшую долю техника Novex и Hi по итогам 2022 года занимает в продажах холодильников с верхней морозильной камерой (46%), в однодверных холодильниках (31%), в морозильном оборудовании (18,5%), а также аксессуарах для аудио- и видеотехники (20%). М.Видео-Эльдорадо для производства техники Novex и Hi использует мощности профильных заводов в России, Беларуси, Китая и Турции.

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Общие продажи (GMV) Группы превышают 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года. Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 30 июня 2022 года Группа объединяет 601 магазин под брендом М.Видео, 647 магазинов под брендом Эльдорадо в 369 городах Российской Федерации.

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22