

М.Видео выпустил первую капсульную коллекцию одежды в новой айдентике

26 января 2024 года, Москва, Россия

Бренд М.Видео, входящий в Группу М.Видео-Эльдорадо, ведущую российскую компанию в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в рамках ребрендинга выпустил первую капсульную коллекцию одежды, состоящую [из трёх дизайнерских худи](#).

Худи можно приобрести в М.Видео как в магазинах, так и онлайн. На выбор доступно три дизайна в фирменной цветовой гамме – красном, чёрном и сером цветах, надписью «i'M ok», в ретро-стиле «Технический подход» и с новым фирменным паттерном М.Видео на рукавах.

М.Видео – не только техника, новинки и удобные сервисы, но и мода, стиль, качество. Сеть открылась в 1993 году, когда аудиокассета и карандаш были самыми обыденными вещами в арсенале меломана. Сейчас символика мерча (кассета и карандаш) – не только напоминание о далёком опыте, но и способ «перемотать альбом» на 30 лет назад, ведь клиенты М.Видео всегда получали новинки одними из первых в стране. М.Видео по-прежнему всегда рядом. Ритейлер помогает с выбором, знакомит с новинками, доставляет технику, дарит впечатления и делает приятные скидки.

В рамках трансформации бизнеса ритейлер продолжает курс на развитие бесшовного клиентского опыта, который предусматривает расширение присутствия на всех этапах пути. Качественные изменения отражает обновлённая бренд-платформа и ребрендинг.

В рамках ребрендинга М.Видео получил впервые за 30-летнюю историю значительно обновлённый логотип и модернизированный фирменный стиль. Основой переосмысленной визуальной архитектуры и единым стилиобразующим элементом стала буква «М», которая используется во всех точках касания с покупателями самостоятельно, в рамках основного логотипа, логотипа новых суббрендов – сервисов и направлений бизнеса, а также в виде фирменного паттерна.

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. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинов в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

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).

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22