

## М.Видео-Эльдорадо: россияне назвали культовые гаджеты и игры своего детства

28 августа 2023 года, Москва, Россия

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в преддверии начала нового учебного года провела опрос\* среди читателей бренд-медиа Эльдоблог и выяснила, какие видеоигры россияне выбирали в детстве, когда получили первый мобильный девайс и впервые купили ноутбук. Большинство респондентов (91%) также отметили, что современные гаджеты дают доступ к большим образовательным возможностям.

По результатам опроса Эльдоблога (бренд-медиа М.Видео-Эльдорадо), 26% россиян гаджетом-символом своего детства назвали электронные игры «Тетрис» и «Ну, погоди!». Примерно четверть выбрали игровые приставки – Dendy, Sega, Game Boy или PlayStation. 14% проголосовали за кнопочный телефон или смартфон, 10% за магнитофон. Кроме того, 9% респондентов назвали самым запомнившимся девайсом тамагочи, 6% — кассетный плеер, 5% — телевизор, видеоманитофон или видеодвойку, 2% — CD-плеер, 1% — Polaroid, 0,7% — пейджер. Примерно 2% выбрали вариант «Другое», среди альтернатив пользователи называли компьютер ZX Spectrum 48K 1982 года выпуска, диафильмы, iPod, советский радиоуправляемый луноход 1985 года и даже детекторный приёмник, который участник опроса собирал в 1970 году на занятиях в кружке.

Главной игрой детства 14% россиян считают платформер Super Mario от Nintendo. По 13% выбрали приключенческий экшен GTA и гонки Need for Speed. 11% больше всего нравилось играть в «Тетрис», 7% в симулятор жизни The Sims, схожие результаты у файтинга Mortal Kombat. 6% назвали аркаду Snake, по 4% — пасьянс «Косынка» и шутер Counter-Strike, 3% — приключенческий экшн Prince of Persia, 1,5% — в экшн Diablo. Половина от выбравших «Другой» вариант ответа отметили, что они застали время без компьютерных игр и играли в Казаки-разбойники, прятки, футбол, домино, морской бой, собирали кубик Рубика и прыгали «в резиночку».

Первый мобильный телефон или смартфон почти у 30% россиян появился в 20 лет или позже. 18% получили первый девайс в возрасте 7-10 лет. Большинство опрошенных впервые оказались владельцами мобильного устройства в подростковом возрасте: 16% — в диапазоне 14-16 лет, 15% — в 11-13 лет, 14% — в 17-19 лет. 8% подарили гаджет, когда им было менее 7 лет. Первый смартфон или кнопочный телефон для большинства россиян (72%) стал подарком. 27% получили его на день рождения, 20% — без повода, 11% — на начало учебного года, 6% — на окончание учебного года, 5% — на любой другой праздник, 3% — на Новый год. 28% из общего количества опрошенных купили телефон сами. Среди причин покупки были первая зарплата, крупный доход, награда себе и необходимость по работе.

21% россиян впервые прикоснулись к компьютеру и ноутбуку в 14-16 лет. 19% выбрали вариант 20-29 лет, 18% — 11-13 лет, 15% — 7-10 лет, 14% — 17-19 лет, 7% — в 30 лет и позже, а 6% — до 7 лет. При этом собственные компьютеры появились намного позже. 31% купили себе ноутбук в возрасте 20-29 лет, 18% выбрали вариант 17-19 лет – при поступлении в вуз. 16% получили компьютер или ноутбук в 14-16 лет, 10% — в 11-13 лет, 8% — в 30-39 лет, 6% — в 7-10 лет, 3% — после 40 лет, а 1,5% — до 7 лет. Однако 6,5% респондентов пока не имеют сейчас личных устройств.

*\*В опросе на площадке <https://blog.eldorado.ru/>, проводившемся в августе 2023 года, приняло участие 1 608 респондентов в возрасте от 18 до 54 лет. Эльдоблог — бренд-медиа Группы М.Видео-Эльдорадо, ежемесячная аудитория которого составляет более 1,2 миллионов уникальных пользователей.*

## 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. 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.<sup>1</sup>

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).

### **Пресс-служба:**

**Андрей Петров**

[Andrey.Petrov@mvideo.ru](mailto:Andrey.Petrov@mvideo.ru)

[pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)

Тел.: +7 (916) 684 76 22

---

<sup>1</sup> 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.