

«Яблочный день» в М.Видео: совместно с брендом «Собрано в саду» компания начала выдачу предзаказов iPhone 17

6 октября 2025 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), совместно с брендом «Собрано в саду» провела яркий офлайн-ивент «Яблочный день», приуроченный к старту продаж iPhone 17 в одном из магазинов сети в ТЦ Метрополис в Москве. В этот день гости смогли не только поучаствовать в конкурсах с яблочной атмосферой, но и первыми получить новые смартфоны по заранее оформленному предзаказу. Ключевым событием мероприятия стал розыгрыш дополнительного iPhone 17 среди посетителей, совершивших покупку от 1000 рублей в день проведения акции.

Партнерство М.Видео с брендом «Собрано в саду» стало основой «Самой яблочной коллабы года». Эта интеграция объединила символику Apple — яблоко, технологии и инновации iPhone 17 — с натуральной продукцией «Собрано в саду» прямиков из садов Лебедяни, создавая единую «яблочную» атмосферу. В течение дня для гостей ивента была организована насыщенная «яблочная» программа: работал фреш-бар с яблочными смузи, соками и фото-зона «Яблочный сад», где посетители делали снимки и участвовали в онлайн-интерактиве с хэштегом #МВидеоДаритЯблоко17. Дополнительно проходили тематические конкурсы: участники собирали «яблочный пазл» на скорость, угадывали вес корзины с яблоками и делали креативные фото для специального розыгрыша. Победители конкурсов получали фирменные призы — авоськи с яблоками. Завершающим акцентом программы стал финальный розыгрыш нового iPhone 17, обладатель которого был выбран случайным образом из числа покупателей.

Татьяна Кузнецова, руководитель отдела специальных проектов и развития социальных сетей М.Видео:

«Запуск нового iPhone всегда становится большим событием для наших покупателей. Для многих клиентов момент получения устройства превращается в настоящий праздник, и нам хотелось подарить еще больше эмоций. Мы придумали «Яблочный день» как яркое событие с играми, подарками и атмосферой радости — чтобы покупка нового iPhone 17 запомнилась как особый день. Для М.Видео важно не просто продавать технику, а создавать для покупателей положительные эмоции и опыт, к которому хочется возвращаться. Мы рады, что первые клиенты уже держат в руках свои iPhone 17 и разделили этот момент вместе с нами».

Мероприятие «Яблочный день» успешно завершилось вручением первых iPhone 17 покупателям, оформившим предзаказ, и проведением финального розыгрыша. Атмосфера мероприятия подарила гостям яркие эмоции, драйв и вкусные яблочные угощения.

С момента старта предзаказа 10 сентября число заказов на iPhone 17 с памятью 256 ГБ превысило аналогичный показатель iPhone 16 более чем в 2,5 раза. На 30% вырос спрос на старшую модель iPhone 17 Pro Max 512 ГБ. В целом доля iPhone Pro Max достигла 42% всех оформленных предзаказов.

Покупатели стали выбирать новые цветовые решения: доля цвета Orange снизилась с 33% до 30%, а на второе место вышел оттенок Blue — 32% всех заказов Pro-серии. Сегмент iPhone Air пока составляет чуть менее 4% от совокупных предзаказов.

Онлайн-продажи М.Видео в категории iPhone за период предзаказов выросли на 30% год к году. Лидирующими регионами по количеству оформленных заказов остаются Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург и Краснодар. При этом в пятерку лидеров впервые вошел Нижний Новгород, потеснив Казань. В рознице в топ-3 вошли Москва, Новосибирск и Екатеринбург, при этом Санкт-Петербург поднялся на четвертое место.

Ссылки на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/EdH3Tu3lyixN61A>

М.ВИДЕО

О Компании

ПАО «М.видео» – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из более чем 1 100 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО М.Видео – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru