

## М.Видео запускает категорию чипсов и орехов во время Чемпионата Мира по футболу 2026

16 июня 2026 года

**ПАО «М.видео»**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), расширяет ассортимент собственного маркетплейса и запускает в продажу новую категорию, включающую чипсы, орехи и сопутствующие товары для перекуса. В ассортимент уже вошли популярные виды картофельных, кокосовых и овощных чипсов, а также различные виды орехов с оригинальными вкусами. Запуск новой категории состоялся в преддверии Чемпионата мира по футболу 2026 года, который стартовал 11 июня.

**Руководитель категории «Товары повседневного спроса» Компании М.Видео Екатерина Стригина:**

*«Футбол — это не только игра, но и особая атмосфера, которую миллионы болельщиков создают дома вместе с друзьями и близкими. Подготовка к просмотру матчей давно не ограничивается покупкой телевизора или подписки на трансляции. Люди заранее выбирают напитки, снеки и другие товары для совместного просмотра. Поэтому мы решили дополнить ассортимент маркетплейса востребованными товарами, которые органично вписываются в сценарий домашних спортивных и кино-просмотров. Мы рассчитываем, что они будут востребованы как во время Чемпионата мира по футболу, так и в повседневной жизни наших покупателей».*

В новой категории представлены чипсы Pringles Original, Pringles Hot & Spicy и Pringles Cheese & Onion в больших упаковках, кокосовые чипсы King Island из сушеной мякоти кокоса, а также чипсы YamChip из ямса. Помимо чипсов, в ассортимент новой категории вошли орехи с различными вкусами: кешью со вкусом сыра, розмарина и чеснока, миндаль со вкусом бекона, арахис в глазури и другие позиции. Категория ориентирована на сценарии домашнего отдыха, просмотра спортивных трансляций и встреч с друзьями. В дальнейшем ассортимент будет расширяться за счет новых брендов, вкусовых решений и форматов упаковки.

В преддверии Чемпионата мира по футболу 2026 года россияне активно обновляют технику для домашних просмотров матчей. По данным Компании М.Видео, по итогам января-мая 2026 года продажи телевизоров и смарт-мониторов достигли 3,08 млн устройств, что на 9,8% больше, чем за аналогичный период прошлого года. В денежном выражении рынок вырос до 88,3 млрд рублей, прибавив 1,3% год к году.

Рост спроса ускорился в конце весны. В период с 25 по 31 мая 2026 года россияне приобрели 123 тыс. телевизоров и смарт-мониторов на сумму 3,38 млрд рублей, что на 20,3% больше в количественном выражении и на 15,7% больше в денежном по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

По итогам 22-й недели 2026 года наибольшим спросом на российском рынке телевизоров и смарт-мониторов в количественном выражении пользовались модели Xiaomi, Haier, Hisense и TCL. Лидером рынка стала Xiaomi TV A 43 2026. В число наиболее востребованных устройств также вошли Xiaomi TV A 32 2026, Xiaomi TV A 55 2026, Xiaomi TV A 50 2026 и Xiaomi TV A Pro 55 2026, что подтверждает сильные позиции бренда в массовом сегменте.

Высокий интерес покупателей сохраняется к моделям Haier 32 LED S2, Haier 32 Smart TV S2 Pro и Haier 43 HQLD S2 Pro, которые предлагают оптимальное сочетание стоимости, функциональности Smart TV и актуальных характеристик. Среди популярных моделей недели также выделяются Hisense 43E7S и TCL 43P7K, представленные в среднем ценовом сегменте.

# М.ВИДЕО

В целом наибольшим спросом пользуются телевизоры с диагоналями от 43 до 55 дюймов. На фоне Чемпионата мира по футболу дополнительный интерес наблюдается к моделям с большими экранами, поддержкой современных Smart-платформ и качественным изображением, которые позволяют создать полноценный домашний центр для просмотра спортивных трансляций и развлекательного контента.

## Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/fKyRixThdar-CA>

ПАО «М.видео» – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит собственный мультикатегорийный маркетплейс, 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 выкуп и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из около 1 000 магазинов от Калининградской области до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных 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](mailto:pr@mvideo.ru)