

## Статистика М.Видео-Эльдорадо и ВСК: в преддверии 1 сентября самый большой спрос на гаджеты за Уралом и на Северо-Западе

29 августа 2024 года

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), совместно со страховым Домом ВСК проанализировали статистику трат россиян на гаджеты перед началом учебного года. В преддверии 1 сентября самыми продаваемыми девайсами в России стали наушники (36% - доля в структуре продаж в сегменте популярной бытовой техники), умные колонки (25%) и смарт-часы (21%). Самые активные покупатели живут в Сибири и на Северо-Западе, чаще всего за обслуживанием гаджетов обращаются во время учебного года – в этих же регионах, а также в Поволжье.

По экспертным оценкам топ наиболее востребованных гаджетов перед началом учебного года (наушники, умные колонки и смарт-часы) аналогичен данным прошлого года. При этом, в 2024 году значительно увеличился спрос на смарт-часы (их доля в структуре продаж выросла с 15% до 21%) и на умные колонки (их доля выросла с 24% до 25%). Менее востребованными в нынешнем учебном году стали смартфоны и планшеты – их доля в продажах сократилась с 8% до 7%, игровые консоли – доля снизилась с 7% до 5%, видеоигры – доля снизилась с 8% до 5%.

В то же время по оценкам Страхового Дома ВСК именно смартфоны российские школьники и студенты ломают чаще всего – 60% в общей структуре обращений по страхованию техники. Причем, именно осенью растет число происшествий с техникой – в 3,6 раз по сравнению с летом, например. Также в антирейтинг наиболее часто ломающихся гаджетов у молодежи во время учебного года вошли планшеты, наушники и электросамокаты (по 3%).

Самыми активными регионами с точки зрения покупки бытовой техники стали: Москва (19%), Сибирь (14%), Северо-западный округ (13%). Реже приобретают технику к 1 сентября жители Центрального и Южного федеральных округов. В нынешнем учебном году основная доля продаж наушников, пришлось на Москву (19%). Также столица стала лидером продаж игровых консолей (18%) и видеоигр (23%). Умные колонки были наиболее востребованы в Поволжье и Сибири (по 13%), смарт-часы – в Сибири и на Северо-Западе (по 13%), а смартфоны и планшеты, помимо москвичей (17%), чаще других покупали жители Юга (13%).

География поломок гаджетов во время учебы несколько отличается. По данным ВСК, почти 90% обращений приходится на Центральный округ (преимущественно Москву). Также страховые случаи часто фиксировались на Северо-Западе (лидер – Калининградская область), в Сибири (лидер – Алтайский край и Томская область), а также в Поволжье (лидер – Самарская область и Удмуртия) – по 3% обращений.

В преддверии учебного года самыми востребованными брендами гаджетов по данным Группы М.Видео-Эльдорадо являются:

- Яндекс (рост продаж на 7% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года)
- HUAWEI (рост на 82%)
- Sber (рост продаж в 8 раз)
- Apple (рост продаж на 5%).

При этом, чаще всего (по оценкам ВСК) россияне ломают смартфоны и планшеты брендов Apple (18% страховых случаев) и Xiaomi (23%).

## **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 финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 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. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

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