

Группа «М.Видео-Эльдорадо» расширила ассортимент СТМ-техники в несколько раз до 100 моделей

06 ноября 2020 г., Москва, Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гучериева, расширила ассортимент техники под собственными торговыми марками Novex и Hi и начала продажи более 100 моделей крупной и малой бытовой техники – варочные панели, духовые шкафы, вытяжки, электрочайники, блендеры, миксеры, фены, выпрямители для волос, машинки для стрижки, до конца года появятся ещё 70 моделей. Первыми товарами СТМ для двух сетей стали телевизоры: в третьем квартале телевизоры Novex заняли 7% в штучных продажах «М.Видео», Hi – 15% в «Эльдорадо».

Группа «М.Видео-Эльдорадо» продолжает развитие собственных торговых марок и запускает продажу популярных категорий техники для кухни, дома и заботы о себе. «М.Видео» и «Эльдорадо» уже запустили продажи более 100 моделей встраиваемой техники для кухни и малой бытовой техники под собственными торговыми марками. До конца года ритейлеры также начнут продажи холодильников, пылесосов, стиральных и посудомоечных машин – ещё более 70 моделей. Под брендом Novex доступны качественные и технологичные решения по разумной цене, техника Hi с востребованным функционалом представлена в низком ценовом сегменте.

«Развитие собственных торговых марок позволяет «М.Видео» и «Эльдорадо» удовлетворить спрос в популярных категориях, предложить качественное решение для покупателей, чувствительных к цене, и сделать модели, которые до этого были представлены только в высоких ценовых сегментах, доступными более широкой аудитории, так как мы контролируем весь процесс: от разработки продукта и производства до логистики и мерчендайзинга. В зависимости от потребностей и возможностей клиенты могут выбрать технику, которая сделает жизнь комфортнее, что актуально с учётом увеличения времянахождения дома. Так, в рамках СТМ мы можем предложить покупателям большие side-by-side холодильники на 30-40% дешевле, чем они стоят в среднем сейчас, то есть, целая категория техники станет востребована у широкой аудитории. В перспективе наши СТМ-товары могут занять до 15% штучных продаж в тех категориях, где они представлены», – подчёркивает **директор по стратегическому развитию коммерческой дирекции Группы «М.Видео-Эльдорадо» Максим Гусев.**

Из малой бытовой техники под марками Novex в «М.Видео» и Hi в «Эльдорадо» представлены электрочайники, блендеры, миксеры, а также товары для мужской и женской красоты: фены, выпрямители для волос, машинки для стрижки, в ближайшее время появятся мультистайлеры, эпиляторы, триммеры и электробритвы. На всю технику действует гарантия до двух лет и постпродажное обслуживание.

В обеих сетях также доступна встраиваемая СТМ-техника: электрические и газовые варочные панели, духовые шкафы, вытяжки. Электрические панели Hi и Novex оборудованы датчиками остаточного тепла. В зависимости от модели есть дисплей, управление механическое или сенсорное. Духовые шкафы по энергоэффективности соответствуют классу «А», то есть с минимальным энергопотреблением, имеют функцию аварийного отключения. Вытяжки в зависимости от модели оборудованы сенсорной системой управления. Среди преимуществ газовых поверхностей: все модели имеют функции автоматического перекрытия газа и электроподжига. Поверхности покрыты жаропрочной эмалью, устойчивой к царапинам и высокой температуре.

В каждой из товарных категорий сети предлагают СТМ-технику сравнимую со средним чеком на рынке или ниже, на продукцию из таких сегментов приходится порядка половины денежного объема продаж в России. За девять месяцев 2020 года на российском рынке продажи всех встраиваемых духовых шкафов увеличились на 19% в штуках и 21% в деньгах. Средний чек составил 24,5 тыс. рублей. Спрос на варочные панели увеличился на 14% в количественном выражении и 17% в денежном. Средняя стоимость достигла 16 тыс. рублей.

Позитивная динамика в сегменте «вытяжки» составила 6% в штуках и в деньгах, средняя цена – 8 тыс. рублей. Пик продаж категорий в этом году пришелся на март и период с июля по сентябрь. Каждый четвертый духовой шкаф, варочная панель или вытяжка были приобретены в «М.Видео» или «Эльдорадо». Большинство товаров для красоты на российском рынке продемонстрировали позитивную динамику на фоне режима самоизоляции. Наибольший прирост показали машинки для стрижки волос – 28% в штуках и 48% в деньгах. Объем продаж эпиляторов увеличился на 10% в количественном выражении и 19% в денежном, мужских электробритв на 9% и 13% соответственно.

Среди кухонной техники в период с января по сентябрь интерес у россиян к миксерам увеличился на 20% в штуках и 26% в деньгах, к чайникам на 3% и 6,5% соответственно. Средний чек в обеих категориях порядка 1,8 тыс. рублей. В каждом сегменте клиентам «Эльдорадо» доступно несколько позиций стоимостью до 1,5 тыс. рублей.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

+7 495 644 28 48 (7386)

pr@mvideo.ru

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа «М.Видео-Эльдорадо» – крупнейшая российская розничная компания, объединяющая бренды на рынке бытовой техники и электроники «М.Видео» и «Эльдорадо», а также маркетплейс Goods. Совокупный годовой оборот компаний превышает 420 млрд рублей с НДС. Группа «М.Видео-Эльдорадо» – 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).

По состоянию на 30 сентября 2019 года Группа объединяет 495 магазинов под брендом «М.Видео», 480 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 15 магазинов «m_mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 428 тыс. м кв., общая площадь – 1 909 тыс. м кв. на 30 сентября 2019 года.