

## М.Видео-Эльдорадо стала эксклюзивным розничным партнёром бренда Grundig, вернувшегося в Россию

15 сентября 2021 года, Москва, Россия

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), запускает эксклюзивные продажи встраиваемой бытовой кухонной техники Grundig. Немецкий бренд, принадлежащих компании «Арчелик» (Arçelik A.Ş.), вернулся на российский рынок.

Клиентам М.Видео и Эльдорадо уже доступно более 20 моделей техники для кухни на онлайн-платформах и в розничных магазинах, включая духовые шкафы, вытяжки, варочные панели и холодильники. Вся линейка встраиваемой кухонной техники будет доступна к концу этого года, а отдельно стоящая продукция – в течение 2022 года.

В Arçelik считают это время удачным для возвращения Grundig – бренда, совмещающего высокое качество, новейшие технологии и эстетику класса премиум. Grundig представлен в ценовом сегменте выше среднего – это та категория, где возможности М.Видео-Эльдорадо проявляются наиболее полно – Группа продаёт порядка 50% всей крупной бытовой техники в России в этом ценовом диапазоне.

Тема осознанного потребления и устойчивого развития является флагманской в обновленной линейке Grundig. Бренд работает над этой повесткой сразу в двух направлениях: в одних моделях кухонной техники присутствуют детали, созданные из материалов вторичной переработки, другие же сделаны с использованием технологий, направленных на уменьшение экологического следа и экономию природных ресурсов, таких как вода или электричество.

### **Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:**

«Каждый второй предмет техники в высоких ценовых сегментах россияне приобретают в М.Видео и Эльдорадо, этому способствует широкий ассортимент, который можно выбрать не только онлайн, но и протестировать в магазинах по всей России, прозрачная ценообразование, удобные сервисы. Бренд Grundig помнят многие российские покупатели, партнёрство позволит нам предложить клиентам новые решения, отвечающие самым высоким стандартам не только на уровне дизайна и технологий, но и ответственного потребления. Как крупнейший розничный игрок на российском рынке потребительской электроники, мы предлагаем партнёру набор эффективных инструментов на основе гибридной бизнес-модели и технологической платформы OneRetail, чтобы наилучшим образом представить свою технику покупателям. Клиенты получают персональные скидки и предложения как онлайн, так и в рознице, смогут познакомиться с продукцией виртуально и в магазинах. Покупку из любой точки мы оперативно и бережно доставим до дома, поможем с установкой, а старую технику, при необходимости, заберём на переработку».

### **Рагип Балджиолу, коммерческий директор «Арчелик» по Европе, Ближнему Востоку, Северной Африке, Северной и Южной Америке:**

«В Arçelik мы каждый день работаем над внедрением ценностей устойчивого развития в наши продукты, бизнес-модель и корпоративную культуру. Наше видение «Уважающий мир, уважаем во всем мире» помогает нам принимать экологически и социально ответственные решения. Отражая это видение, бренд Grundig стремится к лучшему будущему в каждом доме, что подталкивает нас к разработке наиболее долговечных и экологически безопасных продуктов без ущерба для качества и эстетики. Россия является одной из важнейших экономик мира, стратегическим рынком и ключевым

производственным центром. Выводя Grundig на российский рынок, мы надеемся продвинуть наши глобальные амбиции еще на шаг вперед».

По оценке Группы М.Видео-Эльдорадо, за первые шесть месяцев 2021 года продажи крупной бытовой техники для кухни и дома выросли на 23% и составили 6,7 миллиона штук. В денежном выражении продажи увеличились на 32%, до более чем 155 млрд рублей. В России сохраняется и тренд на рост покупок в среднем и верхнем ценовых сегментах - более половины продаж в денежном выражении пришлось именно на эти категории товаров. Потребители чаще инвестируют в технологичные решения, которые будут работать стабильно и останутся актуальны в ближайшие годы, сделают жизнь комфортнее и «впишутся» в интерьер.

Самыми востребованным у россиян по количеству проданных единиц стали стиральные машины – 1,8 млн штук и холодильники – 1,6 млн штук, самым крупным сегментом по выручке остаются холодильники – продажи около 49 млрд рублей. Наиболее высокие темпы продаж продемонстрировала встраиваемая техника для кухни: варочные панели (+27% в деньгах), посудомоечные машины (+25%), духовые шкафы (+23%), холодильники (+23%).

**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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 года.

По состоянию на 30 июня 2021 года Группа объединяет 557 магазинов под брендом М.Видео, 580 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 047 тыс. м кв.

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), в свободном обращении находится 24% акций компании. 60% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гуцериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 1% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

**Компания Grundig**, основанная в середине 1940-х годов в Германии, является одним из ведущих мировых поставщиков продукции в области крупной бытовой техники, электроники и мелких электроприборов. Расширив ассортимент продукции за счет крупной бытовой техники, в 2013 году торговая марка стала европейским брендом бытовой электроники полного спектра.

Бренд остается верен своим фирменным атрибутам, таким как высочайшее качество, благодаря обширному опыту работы на рынке, элегантный и лаконичный дизайн, сознательное отношение к экологии. В соответствии с девизом «Лучшее будущее начинается с дома», миссия бренда - не идти на компромисс между качеством, эстетикой и устойчивым развитием.

Бренд Grundig принадлежит концерну «Арчелик» (Arçelik A.Ş.), международному производителю бытовой техники. Компания «Арчелик» насчитывает более 30 000 сотрудников по всему миру, а также имеет офисы продаж и маркетинга в 43 странах, 22 производственных предприятия в 8 странах и 12 брендов. Устойчивое развитие интегрировано в бизнес-модель концерна «Арчелик», и в 2019 и 2020 финансовых годах компания стала углеродно-нейтральной на глобальных производственных предприятиях.

ООО «БЕКО», дочерняя компания «Арчелик» в России, работает на рынке с 1997 года, предлагая до настоящего времени продукцию под брендом Veeco.

**Пресс-служба:**

**Валерия Андреева**  
Руководитель департамента по  
связям с общественностью

[valeriya.andreeva@mvideo.ru](mailto:valeriya.andreeva@mvideo.ru)  
Тел.: +7 (916) 978 02 10

**Андрей Петров**

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