

Ассортимент техники под торговыми марками М.Видео-Эльдорадо в 2021 году вырос до 300 моделей, доля в продажах достигла 40% в отдельных категориях

13 января 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), расширила ассортимент техники под собственными торговыми марками Novex и Hi втрое, до почти 300 наименований в 2021 году. Спрос на крупную и малую бытовую технику собственных брендов относительно 2020 года вырос на 70%, некоторые товарные группы стали доступнее по цене на 30-35%, в ряде сегментов доля СТМ-техники достигла 40%.

М.Видео под брендом Novex предлагает качественные и технологичные решения по разумной стоимости, в Эльдорадо доступна техника Hi с востребованным функционалом в нижнем ценовом сегменте. В общей сложности покупатели могут выбирать из порядка 300 наименований в 33 основных категориях (телевизоры, крупная и малая бытовая техника для дома и кухни, товары для красоты и здоровья, аксессуары), что дополняет ассортимент партнёров-брендов и делает более доступными отдельные модели и технологии для широкого круга покупателей.

Потребности покупателей не ограничиваются «первыми ценами» и нижним диапазоном, растёт спрос на более функциональные товары из среднего ценового сегмента, где компания продолжит расширять предложение.

Директор направления «Бытовая техника» Группы «М.Видео-Эльдорадо» Максим Гусев:

«Как правило, с помощью ассортимента под собственными торговыми марками ритейлер предлагает «первую», то есть, минимальную цену на рынке. В М.Видео-Эльдорадо мы пошли дальше, и предлагаем не только самый доступный чайник или стиральную машину, то есть, самые базовые товары по минимальной цене, но и снижаем стоимость «входного билета» в востребованные премиальные категории товаров. Например, многие семьи сейчас, проводя значительное время дома, закупают больше продуктов, нужен большой холодильник. Холодильники side-by-side (с двойным отделением) под брендами Novex и Hi стоят на 30-50% дешевле в сравнении с А-брендами. Робот-пылесос с возможностью влажной уборки стоит 10 тысяч, это наиболее доступное предложение на рынке, телевизоры с диагональю от 65 дюймов стоят почти вдвое ниже среднего чека на рынке. В результате, к нам пришли новые покупатели, которые открывают для себя новые потребности. Производство техники мы доверяем партнёрам-профессионалам и отвечаем за качество, а за счёт прямого взаимодействия и ряда других факторов готовы предложить клиентам действительно привлекательную цену».

Максимальную долю СТМ-техника в штуках занимает в холодильниках с верхней морозильной камерой – 38%, в телевизорах 39-43 дюймов – более 33%, в однодверных холодильниках – 32%, моделях side-by-side – 20%. Порядка 7% клиентов, уже ставших пользователями техники Novex и Hi, вернулись в этом году за новыми товарами этих брендов, что находится на уровне ведущих производителей и говорит о высоком уровне удовлетворённости покупателей, а также качественных технических параметрах устройств.

Представленность в категориях выросла почти вдвое – до 33, за счёт расширения выбора в крупной бытовой технике (холодильники, посудомоечные и стиральные машины, морозильное оборудование, встраиваемая техника), товарах для красоты и здоровья (триммеры, машинки для бритья, фены, мультистайлеры, ирригаторы), технике для дома (водонагреватели, роботы-пылесосы и вертикальные пылесосы, кондиционеры), товарах для приготовления пищи (грили, блендеры, миксеры,

электрочайники), в ТВ появились новые модели телевизоров, в том числе, на платформе Яндекс и Сбера, которые «впишутся» в «умный дом» и дадут доступ к широкому выбору контента.

М.Видео-Эльдорадо производят технику собственных торговых марок на заводах ведущих профильных производителей, например, Indesit, Midea, Витязь, а часть продукции собирается локально, включая часть телевизоров, холодильников и стиральных машин. Компания вместе с партнёрами разрабатывает продуктовые линейки, контролирует качество и логистические процессы. На весь ассортимент действует гарантия до двух лет и производится постпродажное обслуживание. В дополнение к доступным ценам техника собственных брендов регулярно участвует в промоакциях, при покупке можно воспользоваться бонусами, получить кэшбэк и сэкономить до 50% от стоимости, также для участников программы лояльности действуют персональные скидочные предложения. Познакомиться с техникой Novex и Hi можно почти в 1 200 магазинах, более чем в 300 городах России.

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 сентября 2021 года Группа объединяет 563 магазина под брендом М.Видео, 615 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 081 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».

Пресс-служба:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по
связям с общественностью

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

Андрей Петров

pr@mvideo.ru