

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: спрос на технику из России и Беларуси вырос вдвое за последний год

17 октября 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), отмечает по итогам девяти месяцев текущего года возросший до 1,5-2 раз спрос в России на технику ведущих отечественных компаний и марок из Беларуси и Узбекистана по сравнению с предыдущим годом в натуральном выражении. Торговые марки максимально усилили свои позиции в холодильниках и морозильных камерах, стиральных машинах, плитах и кухонных вытяжках. Продажи ключевых производителей в этих категориях превысили 1,8 млн штук. Самыми популярными брендами у россиян стали «Атлант», Darina, Gefest, Flama и Elikor.

Производители из России, Беларуси, Узбекистана и других стран СНГ предлагают бытовую технику с востребованными характеристиками в нижнем и среднем ценовых сегментах, выступая качественной альтернативой зарубежным маркам на фоне сокращения их предложения и усложнения цепочек поставок.

Так, например, в отдельностоящих электрических и газовых плитах в штучных продажах белорусский Gefest занял первое место, российский бренд Darina (Пермский край) – второе, Flama (Краснодарский край) замкнула топ-5. В холодильниках в пятёрку наиболее востребованных брендов вошёл белорусский «Атлант» (востребован также в морозильных камерах и стиральных машинах), в топ-10 оказался Pozis (Татарстан), востребованным является также российский Kraft. В категории кухонных вытяжек в лидирующую группу традиционно входит Elikor (Калуга). В числе десяти наиболее популярных производителей телевизоров укрепился белорусский «Витязь».

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:

«Мы видим, что потребители стали чаще обращать внимание на конкурентоспособные высококачественные отечественные и белорусские марки, при этом растёт популярность и представленность техники китайских, турецких брендов, компаний из других стран, имеющих свои заводы на территории России, например, Haier, Beko и Candy. Вместе с развитием партнёрских отношений, увеличения выбора СТМ-товаров, мы также привлекаем новых поставщиков. Так, в наших сетях уже представлено более 40 моделей техники Artel из Узбекистана, крупнейшего производителя в Центральной Азии, и с каждым месяцем спрос на технологичную продукцию бренда увеличивается в разы».

В этом году М.Видео-Эльдорадо расширила до 400 позиций выбор техники под собственными торговыми марками Novex и Hi. Ритейлер предлагает по доступным ценам и с востребованным функционалом товары для кухни и дома, красоты и здоровья, телевизоры и аксессуары. Интерес к пылесосам и к посудомоечным машинам под собственными торговыми марками М.Видео-Эльдорадо за девять месяцев 2022 года вырос в 3 раза по сравнению с прошлым годом, на кондиционеры – в 2 раза, и более чем в 2 раза – на кухонную технику и холодильники. Техника производится на мощностях партнёрских заводов в том числе в России и Беларуси, а также в Турции и Китае.

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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года. 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).

По состоянию на 30 июня 2022 года Группа объединяет 601 магазин под брендом М.Видео, 647 магазинов под брендом Эльдорадо в 369 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 135 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Валерия Андреева

valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 978 02 10

pr@mvideo.ru