

М.Видео: продажи блинниц и сковород выросли до 3 раз в период масленичной недели

20 февраля 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает о значительном росте спроса на блинницы и сковороды в период масленичной недели.

В категории товаров для приготовления блинов продажи блинниц неделя к неделе выросли на 257% в денежном выражении и на 182% в натуральном, что означает увеличение более чем в 3 раза по выручке. Сковороды также демонстрируют уверенную положительную динамику: рост продаж составил 72% в денежном выражении и 87% в штуках по сравнению с предыдущей неделей.

Наибольшим спросом пользуются специализированные блинные сковороды диаметром 22–25 см. В числе наиболее востребованных моделей — Tefal Cook & Clean 22 см, Tefal Maxima и Tefal Unlimited 25 см, которые сочетают антипригарное покрытие, удобство в уходе и совместимость с различными типами плит, включая индукционные.

Руководитель департамента «Аксессуары» Компании М.Видео Жанна Илюхина:

«Масленица — один из самых любимых и по-настоящему народных праздников в России. Для многих семей это время встреч с близкими, домашних традиций и, конечно, приготовления блинов. В этом году спрос на специализированные блинницы вырос более чем в три раза неделя к неделе, а продажи сковород демонстрируют устойчивый рост почти в два раза. Это подтверждает, что даже в эпоху готовых решений и доставки россияне по-прежнему выбирают домашнюю кухню и ценят возможность готовить самостоятельно — быстро, удобно и с гарантированным результатом».

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/-pz586hVPTAdEw/0.%20%D0%9F%D0%BE%20%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%BC/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B8%20%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%8B>

О Компании

ПАО «М.видео» — ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит собственный маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из более чем 1 100 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО «М.видео» — 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).



Пресс-служба: pr@mvideo.ru