М.Видео: за день старта GTA VI продала почти половину от прежнего объёма в период предзаказа

20 ноября 2026 года

ПАО «М.видео», первый мультикатегорийный маркетплейс с опорой на собственную розницу и сеть партнерских ПВЗ (МосБиржа: MVID), подвел итоги первого дня продаж Grand Theft Auto VI. За 19 ноября покупатели приобрели количество копий игры, эквивалентное почти половине объёма, накопленного за весь предыдущий период продаж.

В стартовый день продажи GTA VI на маркетплейсе М.Видео почти в 2,8 раза превысили результат предыдущего дня. Кроме того, объём продаж за 19 ноября составил 48% от количества копий, реализованных за весь период до старта включительно. Таким образом, первый день официальных продаж обеспечил существенную долю от ранее накопленного результата.

Одновременно с запуском игры покупатели приобретают игровое оборудование. В заказах представлены консоли PlayStation 5 разных конфигураций, включая PS5 Slim и PS5 Pro, а также портативная PlayStation Portal. Это подтверждает высокое внимание аудитории не только к самой игровой новинке, но и к устройствам, на которых можно играть в GTA VI. Интерес к современным игровым платформам сохраняется и на уровне российского рынка: по данным данным аналитической компании ICMR (ex ГФК-Русь), за девять месяцев 2026 года продажи консолей Sony выросли на 29,4% в количественном выражении год к году.

Тимур Чернов, директор направления «Электроника» на маркетплейсе М.Видео:

> *«GTA VI — один из самых ожидаемых игровых релизов последних лет, и мы видим, насколько сильный интерес к ней проявляют покупатели. Ещё до выхода игры спрос на неё вырос вдвое за неделю, а старт продаж подтвердил высокий интерес аудитории. За один день покупатели приобрели количество копий, равное почти двум третям от продаж, произошедших ранее. Такие релизы становятся важным событием для игровой категории, привлекают внимание широкой аудитории и поддерживают интерес к игровым консолям и аксессуарам».*

О Компании

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 54 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также 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 около 640 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 82 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru