М.Видео: россияне приобрели 8,6 млн приборов для домашнего приготовления еды за девять месяцев 2026 года

27 ноября 2026 года

ПАО «М.видео», первый мультикатегорийный маркетплейс с опорой на собственную розницу и сеть партнерских ПВЗ (МосБиржа: MVID), проанализировал продажи техники для приготовления и хранения еды за январь–сентябрь 2026 года. По данным аналитической компании ICMR (ex ГФК-Русь), за девять месяцев россияне приобрели 8,6 млн приборов из категорий миксеров, блендеров, сувидов, сэндвичниц, вафельниц, грилей, соковыжималок, прессов и отдельно стоящих морозильных камер, включая лари. Продажи в штуках выросли на 1,1% год к году, а средняя цена снизилась на 4,1%.

На фоне более рационального подхода к расходам домашнее приготовление еды становится одним из способов планировать бюджет на питание. Особенно актуален этот подход для жителей мегаполисов, где активный рабочий ритм, расходы на готовую еду и необходимость совмещать множество повседневных задач делают предварительное планирование меню и приготовление блюд на несколько дней востребованным бытовым сценарием.

Приготовление еды дома позволяет не только самостоятельно выбирать ингредиенты и состав блюд, но и организовывать питание на протяжении рабочей недели: готовить обеды с собой, делать заготовки, распределять продукты и сокращать необходимость ежедневно покупать готовые блюда. Техника помогает упростить этот процесс и адаптировать его под разные привычки. Блендеры и миксеры подходят для приготовления супов, соусов и смузи, грили, вафельницы и сэндвичницы позволяют разнообразить завтраки и перекусы, а морозильные камеры помогают организовать хранение продуктов и домашних заготовок.

Николай Семенов, руководитель Департамента «Малая бытовая техника» компании М.Видео:

> *«Домашнее приготовление еды сегодня выходит за рамки привычных рецептов и способов готовки: покупатели экспериментируют с ингредиентами, ищут новые варианты привычных блюд и подбирают технику под собственные кулинарные предпочтения. Это может быть как универсальный блендер для приготовления соусов, смузи и супов, так и специализированные приборы, позволяющие разнообразить домашнее меню. Мы видим, что покупатели внимательно относятся к выбору техники, оценивая не только функциональность, но и стоимость, и стараемся предложить ассортимент для самых разных сценариев домашней кухни».*

М.Видео расширяет ассортимент техники для кухни, предлагая покупателям устройства для повседневного приготовления еды, реализации кулинарных идей и хранения продуктов.

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