

## М.Видео: продажи кофе выросли в 3 раза с начала 2026 года

6 июля 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), отмечает стремительный рост спроса на кофе на собственном маркетплейсе. По итогам первого полугодия продажи категории увеличились почти **в три раза** по сравнению с началом года.

**Руководитель категории «Товары повседневного спроса» Компании М.Видео Екатерина Стригина:**

«Мы последовательно развиваем категории продовольственных товаров, включая кофейную группу, которая исторически является одной из наиболее популярных на всех маркетплейсах, расширяя ассортимент как за счет новых брендов, так и за счет различных форматов приготовления. Сегодня покупателям доступно уже более тысячи наименований продукции разного формата, вкуса и ценовых сегментов — от классического зернового и молотого кофе до капсульного, растворимого и кофе в дрип-пакетах. Мы видим, что покупатели все чаще выбирают разные варианты потребления: приобретают кофе для дома, офиса или поездок, пробуют новые вкусы и форматы. Именно поэтому мы продолжаем расширять предложение во всех ценовых сегментах, чтобы каждый покупатель мог подобрать оптимальный вариант под свои предпочтения».

Рост категории отражает изменение потребительских привычек. Все больше покупателей приобретают кофе одновременно с кофемашинами и кофеварками, а затем возвращаются за повторными покупками. Дополнительным драйвером становится растущий интерес к приготовлению качественного кофе дома, а также популярность альтернативных способов заваривания.

Наиболее востребованным сегментом остается зерновой кофе, который формирует около 42% продаж категории в денежном выражении и 56% — в натуральном. Высокий спрос поддерживается продолжающимся ростом популярности автоматических и рожковых кофемашин, владельцы которых традиционно выбирают именно зерновой кофе.

Вторым крупнейшим сегментом является капсульный кофе. На него приходится 31% оборота категории и 26% продаж в штуках. Рост сегмента связан с увеличением числа пользователей капсульных кофемашин и расширением ассортимента совместимых капсул различных брендов.

Особенно высокую динамику демонстрирует сегмент кофе в дрип-пакетах. Несмотря на то, что эта категория появилась на маркетплейсе М.Видео в апреле, сегодня она уже формирует 11% продаж в денежном выражении и 8% — в натуральном. Растущая популярность дрип-пакетов отражает интерес покупателей к современным форматам приготовления кофе, которые позволяют быстро приготовить качественный напиток дома, в офисе или в поездке без использования кофемашины.

По итогам первого полугодия продажи кофе в натуральном выражении также увеличились более чем в три раза, что свидетельствует не только о расширении ассортимента, но и о быстром росте спроса на новую категорию.

Сегодня ассортимент кофе на маркетплейсе превышает **1 тыс. SKU**. Почти **45%** предложения приходится на зерновой кофе, около **20%** — на растворимый, еще **20%** — на капсульный, **8%** — на кофе в дрип-пакетах и **7%** — на молотый кофе. Во втором квартале ассортимент категории существенно расширился за счет новых брендов, вкусов и форматов, охватывающих различные ценовые сегменты — от доступных решений на каждый день до премиальных сортов. Это позволяет покупателям выбирать

# М.ВИДЕО

кофе в соответствии со своими вкусовыми предпочтениями, привычным способом приготовления и бюджетом.

## Структура продаж кофе в первом полугодии 2026 года

### Доля продаж в денежном выражении:

- зерновой кофе — **42%**;
- капсульный кофе — **31%**;
- кофе в дрип-пакетах — **11%**;
- молотый кофе — **10%**;
- растворимый кофе — **6%**.

### Доля продаж в натуральном выражении:

- зерновой кофе — **56%**;
- капсульный кофе — **26%**;
- кофе в дрип-пакетах — **8%**;
- молотый кофе — **7%**;
- растворимый кофе — **3%**.

### Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/rqKmbGWr9pQQdw/kT-98.jpg>

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 50 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 900 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 80 млн человек.

Пресс-служба: [pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)