

## Такая крепкая любовь: спрос на кофемашины в России продолжает расти — на 44% в I полугодии 2024 года

14 августа 2024 года

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала статистику продаж кофемашин: по предварительным данным за 6 месяцев рост продаж на рынке России составил +44% в денежном и +35% в количественном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

---

Всего за первое полугодие 2024 года россияне приобрели 1,1 млн кофемашин на общую сумму 15,9 млрд рублей. К таким результатам привел общий всплеск популярности кофе среди россиян, а также тренд на потребление напитка в формате «с собой», приготовить который можно и дома благодаря широкому ассортименту как аппаратов для приготовления качественного напитка, так и сырья.

В топ-5 брендов в денежном и штучном выражении входят Delonghi, Philips, Krups, Thomson и Polaris. Также популярностью среди кофеманов пользуется новый производитель, доступный в сети М.Видео-Эльдорадо – Stelvio по цене от 4,5 тыс. рублей.

В денежном выражении 72% занимают автоматические кофемашины со встроенным капучинатором или резервуаром для молока, в штучном их доля занимает 23%. Драйвером продаж стали производственные модели из среднего и премиального сегментов, а также модели с удалённым управлением, которые позволяют в домашних условиях приготовить напитки различного уровня сложности. В тройке популярных производителей: Krups, DeLonghi и Philips.

На кофемашины капсульного типа приходится около 8% рынка в деньгах и 14% в штуках. Такие модели просты в использовании и уходе, относительно недорогие (средний чек около 7 тыс. рублей против 40 тыс. рублей у полностью автоматических устройств), занимают минимум места, но требуют специализированные капсулы, выбор которых постоянно расширяется.

Капельные кофеварки занимают порядка 4% рынка в деньгах и 24% в штуках, их популярность объясняется относительно невысокой стоимостью (от 2 тысяч рублей). Рожковые кофемашины занимают долю рынка 14% в деньгах и 20% в штуках. Ещё порядка 2,5% занимают устройства другого типа, включая кофеварки для приготовления кофе по-турецки.

### 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. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

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).

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