

М.Видео-Эльдорадо: в России на 40% увеличился интерес к крупной бытовой технике турецких брендов

21 августа 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), оценила спрос в России на крупную бытовую технику турецких производителей за первые шесть месяцев 2023 года. В общей сложности на рынке было продано более 500 тыс. холодильников и морозильных камер, стиральных и посудомоечных машинах, а также плит и духовых шкафов от примерно десятка брендов из Турции (Beko, Grundig, Vestel, Simfer и др.), что на 40% больше относительно прошлого года.

В основных категориях крупногабаритной техники доля турецких торговых марок составила почти 8%, что на 2 пп больше относительно января-июня 2022 года. Наибольшую долю они заняли в стиральных машинах – почти 12%, варочных панелях – около 8,5%, посудомоечных машинах – порядка 7,5% и холодильниках – чуть более 7%.

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:

«Турецкие производители, в первую очередь Beko и Grundig от компании Arçelik, с их надёжной бытовой техникой в самых разных категориях и ценовых сегментах традиционно позитивно воспринимаются российскими потребителями. Ведущие игроки имеют многолетнюю экспертизу, крупные производственные мощности и продолжают их расширять, в том числе в России. Стабильная ситуация с наличием и привлекательная стоимость, локальное производство и выстроенные логистические процессы позволяют турецким торговым маркам усиливать свои позиции, замещая вместе с брендами из Китая ушедших западных игроков. В наших магазинах и онлайн представлено несколько сотен наименований техники для кухни и дома от турецких компаний. Мы предлагаем выгодные цены, комплектные акции, программы лояльности и необходимые сервисные решения. В частности, клиентам доступна установка и доставка техники в один день, а также вывоз и утилизация старых устройств».

Самыми популярными брендами среди турецких на российском рынке стали Beko, возрождённый концерном Arçelik немецкий бренд Grundig, а также крупные производители Vestel и Simfer. Так, в целом на российском рынке по итогам полугодия бренд Beko стал третьим в стиральных машинах, годом ранее занимая шестую строчку, а в холодильниках оказался в топ-5.

Техника от турецких торговых марок кроме Турции частично производится на территории России или в Китае. При этом расширяется также ассортимент бытовых приборов от крупных мировых брендов, которые под собственными торговыми марками выпускают продукцию на мощностях турецких партнёров.

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 электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинами в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

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:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.