

## М.Видео расширит собственный маркетплейс продуктами питания и FMCG-ассортиментом

30 апреля 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), объявляет о скором запуске на собственном маркетплейсе новой категории товаров повседневного спроса — продуктов питания (включая напитки и снековую продукцию), специализированное питание и суперфуды и сопутствующего FMCG-ассортимента. Развитие food-сегмента стало очередным этапом масштабирования мультикатегорийной платформы Компании и расширения сценариев регулярных покупок для более чем 80-миллионной клиентской базы М.Видео.

### Генеральный директор Компании М.Видео Владислав Бакальчук:

*«Мы последовательно превращаем М.Видео в мультикатегорийную платформу, которая закрывает для клиента существенно больше повседневных сценариев, чем классическая покупка техники. Выход в FMCG-сегмент — это логичное продолжение стратегии расширения маркетплейса и увеличения частоты контакта с нашей аудиторией. Если холодильник или планшет человек меняет раз в несколько лет, то еду - покупает практически ежедневно. Для производителей и поставщиков мы предлагаем не просто дополнительный канал продаж, а готовую инфраструктуру с качественным фулфилментом, низкой логистической нагрузкой, понятной экономикой и высоким доверием со стороны покупателей. Уверены, что после подключения первых крупных брендов категория будет масштабироваться ускоренными темпами».*

Продажи в новой категории стартовали с кофейного направления. На текущий момент ассортимент только в сегменте кофе уже превышает 200 SKU. С мая 2026 года М.Видео приступит к активному расширению предложения за счет подключения новых продавцов и вывода дополнительных товарных направлений: чая, сиропов, шоколада, конфет, батончиков, печенья, орехов, соусов, продуктов для здорового питания, безалкогольных напитков, консервации и других востребованных позиций.

В настоящее время к категории уже подключены и находятся в стадии запуска десятки производителей и поставщиков, включая бренды кофе, чая, снеков, кондитерской продукции, бакалеи и напитков. Компания также ведет активные переговоры с рядом крупных FMCG-производителей и дистрибуторов, заинтересованных в выходе на новую площадку с готовой логистической и складской инфраструктурой.

Одним из ключевых преимуществ М.Видео для продавцов FMCG-товаров становится готовая модель фулфилмента. Компания располагает складскими мощностями класса А и А+, адаптированными под прием и хранение новой категории, включая отдельные виды мясосодержащей продукции. Для партнеров действуют специальные условия подключения: комиссия составляет 15,5%, эквайринг — 1,5%, приемка на склад М.Видео предоставляется бесплатно, хранение товаров также бесплатно до 30 июня 2026 года. Дополнительным конкурентным преимуществом выступает одна из самых низких на рынке ставок логистики для компактных товаров: 50 рублей за первый литр, 50 рублей за второй литр и 4 рубля за третий и каждый последующий литр. Такой формат делает площадку особенно привлекательной для низкого и среднего ценового сегмента FMCG.

Развитие категории также опирается на существующий потребительский спрос внутри экосистемы М.Видео. По оценке Компании, покупатели активно реагируют на расширение нетехнического

# М.ВИДЕО

ассортимента, а наличие продуктов питания и товаров ежедневного потребления позволяет формировать кросс-категорийные покупки, готовые наборы и дополнительные сценарии регулярного взаимодействия с платформой. Первые результаты подтверждают высокий потенциал направления: например, бренд Cofesso менее чем за три недели после размещения на площадке обеспечил продажи почти на 1 млн рублей, при этом ряд товарных позиций демонстрировал полную выборку складского остатка.

До конца 2026 года Компания планирует кратно увеличить число продавцов в food-сегменте, расширить ассортимент до нескольких тысяч SKU и интегрировать категорию в единую механику мультикатегорийных предложений, акций и персонализированных рекомендаций на маркетплейсе. Запуск FMCG-направления станет одним из дополнительных драйверов роста собственного ЗР-бизнеса и укрепит позиции М.Видео как мультикатегорийной платформы для широкого спектра повседневных покупок.

## Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/voWh5ADcOWNbma>

## О Компании

ПАО «М.видео» – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит собственный мультикатегорийный маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное 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 1 000 магазинов от Калининградской области до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО «М.видео» – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

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