М.Видео и Kotlovan запустили fashion-проект «БИЛЛИОНЕРС ОДЕВАЮТСЯ В М.ВИДЕО»

13 ноября 2026 года

ПАО «М.видео», первый мультикатегорийный маркетплейс с опорой на собственную розницу и сеть партнерских ПВЗ (МосБиржа: MVID), объединился с блогером Kotlovan, известным своими разборами модных трендов, денима и вирусных образов, чтобы по-новому представить категорию одежды на маркетплейсе компании. Вместе они запустили fashion-проект «БИЛЛИОНЕРС ОДЕВАЮТСЯ В М.ВИДЕО», в котором автор будет оценивать вещи от представленных на площадке продавцов и объяснять аудитории, что действительно заслуживает места в гардеробе стильного человека, а что лучше оставить в категории «колхозинерс».

М.Видео решила нестандартно представить новую для себя fashion-категорию и обратилась к автору, который хорошо разбирается в моде, умеет задавать тренды и формировать собственный язык общения с аудиторией. Им стал Kotlovan — блогер с узнаваемым стилем, интересом к дениму и upcycle-культуре, автор вирусных мемов и высказываний о моде. Он создает собственные вещи и сотрудничает с такими брендами, как Wrangler и Lee. В рамках проекта Kotlovan поможет аудитории открыть для себя одежду на маркетплейсе и разобраться, какие вещи достойны звания «биллионерс».

Руководитель специальных маркетинговых проектов и развития социальных сетей М.Видео Татьяна Кузнецова:

> *«Мы выбрали Kotlovan, потому что он точно знает, как выделяться, не боится экспериментов и обладает собственным узнаваемым стилем. Он дерзкий, яркий и умеет говорить о моде так, чтобы его хотелось слушать. Именно таким мы видим и обновленный бренд маркетплейса М.Видео — современным, смелым, открытым к новому и не ограниченным привычными категориями. Сегодня наша площадка — это гораздо больше, чем электроника и бытовая техника: здесь можно найти практически все для самых разных интересов и образов жизни, а одежда и обувь должны стать одним из главных драйверов наращивания оборота. Нам хочется, чтобы аудитория, исчисляемая десятками миллионов людей, открыла для себя новые возможности взаимодействия с нами с удовольствием через необычный креатив, а не через стандартные механики».*

В рамках проекта Kotlovan выступит в роли главного fashion-инспектора маркетплейса. В специальном видео он разберет вещи от продавцов М.Видео, соберет с ними образы и вынесет собственный вердикт. В его системе координат есть две категории: «биллионерс» — те, кто уже понимает толк в стиле и знает, как выглядеть актуально, и «колхозинерс» — те, кому еще предстоит разобраться в моде и научиться отличать удачные находки от сомнительных решений.

Особое внимание Kotlovan уделит сравнению вещей с моделями популярных массовых брендов, в том числе с переоцененными с точки зрения соотношения цены и качества. Так блогер покажет, какие интересные fashion-находки можно найти в ассортименте маркетплейса М.Видео, чтобы собрать стильный образ без больших затрат.

Но проект не ограничится просмотром и оценками. После выхода ролика Kotlovan пригласит аудиторию на специальную страницу на сайте и в приложении М.Видео, где пользователи смогут проголосовать за понравившуюся вещь из обзора. Победившую модель блогер получит для творческой переработки в собственном upcycle-стиле. Обновленную вещь разыграют среди подписчиков социальных сетей М.Видео.

Ссылка на фотографии: https://disk.yandex.ru/d/bdyfFVtCmIZQww

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