

## М.Видео расширила ассортимент продуктов питания на маркетплейсе: покупателям стали доступны хлеб, соль и сушки

26 июня 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), продолжает развитие собственного маркетплейса и расширяет ассортимент товаров повседневного спроса. На площадке появились новые категории продуктов питания, включая хлебобулочные изделия, сушки и соль.

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

*«Мы последовательно расширяем предложение в FMCG-категориях, уделяя особое внимание качеству ассортимента, надежности поставщиков и востребованности товаров. Сегодня покупателям уже доступны различные виды хлебобулочной продукции, сушки, соль и приправы, а в дальнейшем мы продолжим развивать направление товаров повседневного спроса, предлагая клиентам еще больше востребованных категорий».*

В ассортимент маркетплейса вошли различные виды зернового, ржаного и мультизлакового хлеба, специализированные продукты для здорового питания, европейские хлебобулочные изделия, сушки и мини-сушки, а также соль и наборы специй для приготовления блюд. Покупателям доступны как товары российских производителей, так и продукция зарубежных брендов.

Расширение ассортимента является частью стратегии развития маркетплейса, направленной на увеличение выбора товаров и создание дополнительных сценариев покупок для клиентов. Сегодня на площадке представлены сотни тысяч товарных позиций в различных категориях — от электроники и бытовой техники до товаров для дома, красоты, спорта, ухода за животными и продукции повседневного спроса.

Сегмент FMCG остается одним из наиболее динамично развивающихся направлений электронной коммерции. Покупатели все чаще выбирают универсальные площадки, где можно приобрести широкий спектр товаров в рамках одного заказа. Развитие новых категорий позволяет маркетплейсу повышать удобство покупок, расширять аудиторию и укреплять позиции в быстрорастущих сегментах рынка.

### Среди новых товаров маркетплейса:

- зерновой, ржаной и мультизлаковый хлеб;
- специализированные хлебобулочные изделия;
- европейские сорта хлеба, включая пумперникель и карасау;
- сушки и мини-сушки;
- соль и наборы специй.

**Ссылка на фотографии:**

[https://disk.yandex.ru/d/7ZJvlzw\\_QvsD-A](https://disk.yandex.ru/d/7ZJvlzw_QvsD-A)

# М.ВИДЕО

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)