

«М.Видео-Эльдорадо»: во время пандемии дома россияне становятся «умнее»

18 января 2021 г., Москва, Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, подвела итоги собственных продаж «умной техники» в 2020 году. Спрос на товары для «умного дома» увеличился в количественном выражении в 7 раз, на «умные колонки» с голосовым помощником в 4 раза. Экосистема smart home становится более понятной потребителям, и приобретает популярность за счёт расширения ассортимента, появления доступных по цене элементов и комплексных решений. Влияние также оказывает пандемия, во время которой россияне больше времени проводят в квартире или доме.

В Группе «М.Видео-Эльдорадо» продажи устройств для «умного дома» достигли рекордных объёмов и увеличились по итогам 2020 года в 7 раз в штуках и в 3,5 раза в деньгах. Самыми продаваемыми товарами прошлого года из экосистемы стали: «умная розетка» Яндекс YNDX-0007, «умный свет» Яндекс.Лампа YNDX-00010, «умный пульт» Яндекс YNDX-0006, IP-камера Xiaomi Mi Home Security Camera 360 (MJSXJ05CM), «умная розетка» Xiaomi Mi Smart Power Plug (ZNCZ05CM)

Перед покупкой потребителям важно лично протестировать товары, узнать больше об их принципах работы и возможностях. Для этого в нескольких десятках магазинов «М.Видео» и «Эльдорадо» установлены демонстрационные зоны от Rubetek, «Яндекса», Xiaomi, Redmond, Legrand, Aqara, CitiLux, Philips. На сайте «М.Видео» доступен специальный [хаб](#), где собраны готовые решения и релевантные продукты под основные сценарии использования.

«Среди основных возможностей «умного дома» стоит выделить автоматизацию бытовых задач для экономии времени и усилий, обеспечение безопасности, а также снижение трат на электроэнергию. Внедрение таких решений приносит реальную пользу, а актуальность повышается с увеличением времени, проводимого потребителями дома из-за пандемии. Учитывая формирующиеся потребности, большое внимание мы уделяем информированию о преимуществах «умных» решений, расширяем выбор, интегрируем в магазины experience-зоны, где товары можно посмотреть в действии или получить экспертную консультацию. В новом году мы ожидаем, что направление «умный дом» в наших сетях покажет рост в деньгах примерно втрое, а основным драйвером станут комплексные решения, а не отдельные товары», – отмечает **руководитель департамента «Гаджеты и инновации» в Группе «М.Видео-Эльдорадо» Вадим Ерёмин.**

Позитивный эффект для популяризации категории оказывает растущий интерес к колонкам с голосовым помощником, которые могут управлять «умным домом», а также некоторыми видами техники, подключаемой к интернету – от чайников и пылесосов, до стиральных машин и холодильников. Сегмент «умных колонок» развивается за счёт появления новых устройств и виртуальных ассистентов, а также увеличения знания о функционале устройств. К тому же, у потребителей в привычку входят голосовые команды и сообщения при пользовании смартфоном.

В Группе «М.Видео-Эльдорадо» спрос на колонки с голосовым помощником увеличился в 4 раза в штуках и в 6 раз в деньгах. Большинство продаж приходится на девайсы с виртуальным ассистентом Алиса. Самыми продаваемыми моделями в двух сетях оказались «Яндекс.Станция Мини», «Яндекс.Станция» и «Капсула» от Mail.ru.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью
+7 495 644 28 48 (7386)
pr@mvideo.ru

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. 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).

По состоянию на 30 сентября 2020 года Группа объединяет 538 магазинов под брендом М.Видео, 501 магазин под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 454 тыс. м кв., общая площадь – 1 988 тыс. м кв. на 30 сентября 2020 года.

Группа «САФМАР» основана одним из крупнейших предпринимателей России Михаилом Гуцериным. Промыленно-финансовая группа «САФМАР» — российский многоотраслевой конгломерат. В его структуру входят компании нефтедобывающей, нефтеперерабатывающей, угольной, калийной промышленности, финансовые активы, сети ритейла, строительные и девелоперские холдинги, компании по управлению коммерческой недвижимостью, логистические центры, отели, медийные ресурсы: радиостанции и телеканалы.