

## Аналитика М.Видео-Эльдорадо: продажи техники для кухни и дома в 1 квартале 2021 вернулись к уровню 2014 года

11 мая 2021 года, Москва, Россия

Группа «М.Видео-Эльдорадо», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, отмечает продолжающийся рост спроса на крупную бытовую технику в России в первом квартале 2021 года. Продажи холодильников, стиральных машин и другой крупной бытовой техники на российском рынке в январе-марте 2021 года составили 3,3 млн штук, впервые превысив показатели докризисного первого квартала 2014 года. В среднем каждая третья единица техники для дома и кухни была приобретена в М.Видео или Эльдорадо, в ценовых категориях выше среднего – каждая вторая. Самый популярный у россиян «домашний помощник» - стиральная машина, самый востребованный бренд – LG.

Спрос на холодильники, морозильные камеры, стиральные и посудомоечные машины, вытяжки, духовые шкафы, плиты и встраиваемые варочные поверхности как в натуральном, так и в денежном выражении рос весь 2020 год в связи с тем, что люди стали больше времени проводить дома, и продолжается в 2021 году. Покупки техники для дома и кухни в первом квартале 2021 года выросли на 10% в штуках до 3,3 млн устройств и на 18% в денежном выражении, до 76,3 миллиарда рублей. Основные категории крупной бытовой техники по итогам января-марта 2021 года продемонстрировали двухзначную позитивную динамику даже на фоне ажиотажного спроса в марте 2020 года на фоне ослабления курса рубля.



Самыми востребованным у россиян по количеству проданных единиц остаются стиральные машины (в первом квартале 2021 года купили 900 тыс. штук), которые заняли 27% от совокупных штучных продаж крупной бытовой техники (в топ-3 популярных брендов вошли LG, Samsung и Indesit). Порядка 21% пришлось на холодильники, при этом данная категория является наиболее крупным сегментом по выручке – около 22 млрд рублей (в тройке ведущих производителей оказались LG, Haier и Samsung). В количественном выражении порядка 12% составили продажи встраиваемых варочных панелей. По 10% в штуках заняли духовые шкафы и вытяжки.

## Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:

«Во время пандемии COVID-19 россияне стали чаще обновлять домашнюю технику и одним из трендов стал рост покупок товаров в высоких ценовых сегментах. На повышенной динамике крупной бытовой техники сказываются и приобретённые за последний год привычки, когда, например, потребители покупают продукты питания на более долгий срок, а еду и кофе преимущественно готовят дома. Другими факторами, влияющими на увеличение популярности бытовой техники, можно назвать рост ипотечного кредитования и перераспределение расходов. М.Видео-Эльдорадо продолжает укреплять лидерские позиции и продаёт в среднем каждый третий крупногабаритный товар для дома и кухни, в сегментах выше среднего на М.Видео-Эльдорадо приходится больше половины рыночных продаж».

В сегментах кухонной техники продолжает увеличиваться популярность встраиваемых моделей, так наиболее высокие темпы роста по сравнению с прошлым годом в денежном выражении продемонстрировали встраиваемые посудомоечные машины (+28%), встраиваемые холодильники (+26%) и встраиваемые варочные панели (+24%).

На российском рынке также отмечается рост продаж малой бытовой техники для приготовления еды и уборки, где наибольшим спросом в денежном выражении пользовались роботы-пылесосы (x2,2), вертикальные пылесосы (+50%), кофемашины (+26%), кухонные машины (+26%), микроволновые печи (+23%), блендеры (+21%).

Потребители стали больше инвестировать в функциональные решения, которые помогут эффективнее решать повседневные бытовые задачи, сделают жизнь удобнее и «впишутся» в интерьер. Так, в большинстве категорий на средний и выше среднего ценовые сегменты пришлось порядка половины продаж в денежном выражении.

---

## 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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 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 31 марта 2021 года Группа объединяет 545 магазинов под брендом М.Видео, 553 магазина под брендом Эльдорадо в почти 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 020 тыс. м кв.

## Пресс-служба:

**Валерия Андреева**  
Руководитель департамента по  
связям с общественностью  
[valeriya.andreeva@mvideo.ru](mailto:valeriya.andreeva@mvideo.ru)  
Тел.: +7 (916) 978 02 10

**Андрей Петров**

[pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)