Реклама

Великий "СантехБум" в Епіцентрі: як зекономити до 60% та отримати сертифікати на мільйон

13:24 28.07.2026 Вт
7 хв
новини компаній

Акція охоплює широкий асортимент сантехніки, а учасники можуть отримати сертифікати до 50 тис. грн

АННА БЕРЕЗІНА

Епіцентр запустив літню акцію "СантехБум" (фото: пресслужба компанії)

Не витрачай час на шум! Читай тільки суть з РБК-Україна у Google

Зробити ремонт у ванній і не витратити зайвого – завдання цілком реальне. Поки триває літній сезон, Епіцентр запустив акцію "СантехБум". Окрім економії до 60% на сантехніку у покупців є реальний шанс отримати сертифікати на різні суми.

Докладніше про те, як працює акція та які товари зараз мають найбільший попит, – у матеріалі РБК-Україна.

Літо традиційно вважається сезоном ремонтів. Саме в цей період українці найчастіше оновлюють ванні кімнати, змінюють сантехніку та інженерні системи. Адже тепла погода дозволяє виконувати не лише оздоблювальні роботи, а й заміну труб, систем водопостачання, каналізації та опалення.

Саме на період найвищої ремонтної активності компанія щороку запускає найбільшу сезонну акцію в категорії сантехніки – "СантехБум".

"СантехБум" – літня вигода для ремонту ванної кімнати

Акція діє **з 20 червня до 31 серпня 2026 року** на широкий асортимент товарів відділу "Сантехніка". Знижки сягають **до 60%.**

Окрім прямої економії, покупці отримують шанс стати власниками подарункових сертифікатів. Їх можна вигравати щодня.

Акція "СантехБум" (фото: пресслужба Епіцентру)

Умови участі:

- Здійснити покупку товарів відділу "Сантехніка" одним чеком на суму **від 10 000 грн.**
- Використати картку програми лояльності **"Вигода"** під час розрахунку.
- Система автоматично визначає переможців безпосередньо під час оплати на касі.

Загальний призовий фонд акції складає **2 млн грн**. Переможці отримують сертифікати номіналом 5 000, 10 000 або 50 000 грн, які можна використати для подальших покупок сантехніки в

Ad

НОВИНИ

США в ООН зробили заяву щодо переговорів між Україною та РФ

АНАЛІТИКА

Володимир Куренной
заступник генерального директора РБК-Україна

У президента немає хорошого вибору: інтерв'ю з Гудименком про Федорова, протести та закупівлі

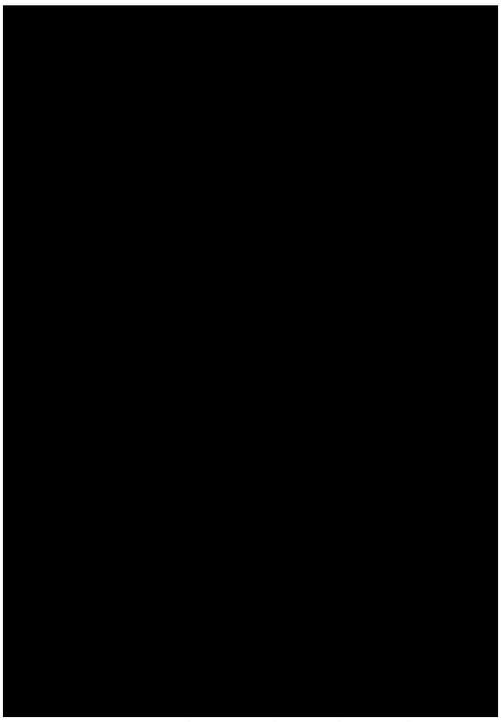
Реклама

Ad

Епіцентрі.

"Літо традиційно є піковим періодом для ремонтів та оновлення житла. Під час формування сезонної пропозиції ми орієнтуємося не лише на розмір знижки, а й на структуру реального ремонту", – каже директор напрямку "Сантехніка" мережі "Епіцентр" Віталій Коваленко.

"Покупцеві важливо отримати вигідні умови не на один окремий товар, а на **взаємопов'язаний комплекс продукції** для облаштування ванної кімнати, водопровідних, інженерних та опалювальних систем. Саме тому "СантехБум" поєднує широкий вибір товарів, економію до 60% та можливість виграти подарункові сертифікати", – додає Віталій Коваленко.



Директор напрямку "Сантехніка" мережі "Епіцентр" Віталій Коваленко (фото: пресслужба Епіцентру)

Сантехніка в цифрах: що українці купують найчастіше

Минулого року покупці здійснили в напрямі "Сантехніка" понад 5,3 мільйони покупок. За орієнтовними розрахунками, кількості реалізованої протягом року продукції достатньо для облаштування понад **50 000 ванних кімнат.**

Загальна довжина проданих труб становила близько **2 400 кілометрів**. Для порівняння, це дорівнює відстані **від Києва до Парижа**.

Асортимент товарів сантехніки налічує понад **20 000 активних товарних позицій** від більше ніж 200 виробників.

Найбільший попит у літній сезон мають товари, які формують зовнішній вигляд і комфорт ванної кімнати: змішувачі, сантехнічна кераміка, душові огорожі, кабіни, ванни, меблі та дзеркала.

В асортименті сантехніки понад 20 тис. позицій (фото: пресслужба Епіцентру)

Водночас в Епіцентрі фіксують зміну споживчих уподобань. Традиційні чавунні та сталеві ванни поступово втрачають популярність, а найбільший попит мають акрилові ванни, душові кабіни та сучасні душові огорожі.

Найпомітніший тренд – душові зони Walk-in без класичного піддона, коли трап монтується безпосередньо в підлогу, а зверху встановлюється скляна огорожа.

До того ж, у мережі зазначають, що сьогодні покупці дедалі більше уваги приділяють не лише вартості товару, а й його надійності, гарантії, строку експлуатації, сумісності з іншими елементами та подальшим витратам на використання й обслуговування.

Також людям важливо отримати фахову консультацію, придбати все необхідне в одному місці та зручно оформити й оплатити замовлення.

Покупці дедалі частіше роблять ремонт "під ключ"

Ще одна помітна тенденція – перехід від точкових покупок до комплексних рішень.

"Ми бачимо, що комплексні рішення працюють. Люди купують одразу меблі для ванної, змішувач, інсталяцію, душову систему, дзеркало та аксесуари. Вони облаштовують ванну кімнату повністю", – зазначив Віталій Коваленко.

Українці все частіше купують комплексно (фото: пресслужба Епіцентру)

За його словами, багато клієнтів приходять уже з готовим проєктом, а консультанти допомагають перевірити сумісність елементів і не пропустити важливі комплектуючі для монтажу.

Загалом, частка таких комплексних покупок в Епіцентрі становить **близько 40%**.

Для покупців, які хочуть отримати не просто товар, а готове рішення, мережа розвиває спеціалізовані концепти.

Одним із таких форматів є "**Дім води**" – це простір, де можна повністю вирішити питання з очисткою води для квартири чи приватного будинку. Тут можна придбати обладнання для очищення питної води, фільтри від іржі, жорсткості та інших домішок.

Концепт "Дім води" (фото: пресслужба Епіцентру)

Тобто у "Домі води" не просто продають окремий фільтр, а підбирають повну систему під конкретні характеристики води, потреби та бюджет покупця.

Ще один спеціалізований формат – "**Центр кераміки**", де клієнти можуть повністю укомплектувати ванну кімнату: від преміальної сантехніки й змішувачів до меблів та душових систем.

Готові виставкові зони показують, як плитка, сантехніка й меблі виглядають разом. Це допомагає одразу побачити кінцевий результат і не припуститися помилок під час ремонту.

Простір "Центр кераміки" (фото: пресслужба Епіцентру)

"Наше завдання – скоротити шлях покупця від задуму до готового результату. У таких спеціалізованих форматах, як "Дім води" та "Центр кераміки", клієнт може не лише обрати товар, а й побачити його у складі цілісного рішення, перевірити сумісність різних елементів та отримати професійну консультацію. Це дозволяє реалізовувати проєкти різної складності – від підбору окремого обладнання до комплексного облаштування житла", – пояснює Віталій Коваленко.

Власні торгові марки та українські товари

Асортимент напряму "Сантехніка" включає товари власних торгових марок (ВТМ). Вони представлені майже у всіх категоріях та пропонують оптимальне співвідношення ціни, якості й функціональності.

В Епіцентрі підкреслюють, що ВТМ – це не "спрощений" продукт, а асортимент, створений на основі багаторічної аналітики продажів і очікувань покупців.

"Перед запуском власної торгової марки фахівці перевіряють склад металу, товщину скла, якість роликів, арматури та інші технічні параметри. Ми несемо відповідальність за цей продукт і впевнені в його якості", – наголошує Віталій Коваленко.

В асортименті близько 40% товари українських виробників (фото: пресслужба Епіцентру)

Власні торгові марки доповнюють пропозицію українських та міжнародних брендів і розширюють можливості вибору в різних цінових сегментах. Це дає покупцеві змогу підібрати рішення відповідно до своїх потреб, очікуваної функціональності та запланованого бюджету.

До слова, частка продукції українських виробників становить **приблизно 40% товарообігу** напряму. На даний асортимент діє державна програма "Національний кешбек", яка дозволяє повернути до 15% від вартості.

Формула ідеального ремонту: вигідна ціна, широкий вибір і гнучка оплата

Під час ремонту важлива не лише ціна товару, а й загальна зручність процесу – від вибору до оплати та отримання замовлення. Саме тому Епіцентр поєднує великий вибір продукції з фаховими консультаціями, а також можливістю спочатку переглянути товари онлайн, а потім оформити замовлення й забрати його в найближчому торговельному центрі.

Коли йдеться про масштабні чи комплексні покупки, важливо правильно розподілити фінансове навантаження. Для цього клієнти можуть скористатися послугами **оплати частинами**, які надаються з урахуванням умов банків-партнерів, конкретного обраного товару та способу оформлення.

Акція "СантехБум" триватиме до кінця літа (фото: пресслужба Епіцентру)

"Під час формування пропозиції ми прагнули поєднати цінову вигоду, широкий асортимент і сервіси, які допомагають клієнту комплексно реалізувати ремонт. Покупець може обрати товари в різних цінових сегментах, отримати професійну консультацію та скористатися оплатою частинами. Додатковою перевагою в межах "СантехБуму" є можливість **виграти подарунковий сертифікат**", – резюмує керівник напрямку "Сантехніка" Віталій Коваленко.

Скористатися вигідними ціновими пропозиціями та взяти участь у розіграші грошових сертифікатів можна **до 31 серпня 2026 року** у всіх торговельних центрах мережі "Епіцентр". Нагадаємо, у літній сезон ремонтів мережа "Епіцентр" також запустила акцію "Метр квадратний покриття". Покупці можуть отримати економію до 50% на плитку, ламінат, килимим та інше покриття для підлоги, й окрім того взяти участь у щоденних розіграшах сертифікатів.

Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!

Або читайте нас там, де вам зручно!

Більше по темі:

сантехника | Бізнес | Магазини

Реклама

Інформаційний портал «РБК-Україна» має тримовну версію (українську, російську та англійську), головна сторінка порталу - https://www.rbc.ua. Фотографії, зображення належать їх правовласникам. Всі фотографії на Порталі, авторами яких є журналісти «РБК-Україна», розміщені на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International. Редакція «РБК-Україна» може не поділяти точку зору авторів. Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості. За достовірність та зміст реклами відповідальність несе рекламодавець. Матеріали, позначені плашкою: «Прес-релізи», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Promo», «Благодійність», «Резонанс» розміщуються на правах реклами і призначені, як правило, для осіб, які досягли 21-річного віку. «Новини компанії» - це інформаційний формат, що охоплює новини, події та оголошення, пов'язані з діяльністю компаній, базуються на пресрелізах, які випускають самі компанії, і за які редакція не несе відповідальність. Онлайн-медіа «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.

© LLC «UBT MEDIA», 2006-2026.