

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 15

12 Апреля 2021 - 18 Апреля 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight. География продаж товарной категории: Детские товары
Выручка цифровых бизнесов X5 выросла на 363,5% в I кв. 2021 г.
Wildberries: оборот продавцов из регионов вырос на 108%
Онлайн-продажи «Детского мира» выросли в 1,8 раза в I кв. 2021 г.
AliExpress Россия запустил мобильное приложение для России и СНГ
Сбербанк выкупил 85% маркетплейса Goods.ru
Онлайн-гипермаркет Vprok.ru Перекрёсток масштабируется на инфраструктуре X5
Inventive Retail Group купила «Аристос»
Ozon намерен получить банковскую лицензию
Ozon договорился о покупке «Оней Банка»
Сбер приобретает 80% в компании InSales
Чистая прибыль Wildberries по РСБУ сократилась на 52,1% в 2020 г.
X5 вышла в сегмент dark kitchen благодаря сделке с «Много лосося»
Онлайн-конференция «UX в E-commerce»

Весь мир:

Число подписчиков Amazon Prime достигло 200 млн по всему миру
Яндекс.Лавка выходит в Париж и Лондон
Hugo Boss расширил онлайн-присутствие еще на 12 стран
В Европе на 40% выросло число pick-up/drop-off пунктов
Годовая выручка немецкого онлайн-ритейлера About You превысила 1 млрд евро
Wildberries открыл продажи в США
Salesforce: глобальная цифровая коммерция выросла на 58% в I кв. 2021 г.
Самый популярный люксовый бренд в онлайн — Gucci
Драйверы e-commerce Китая: цифровая трансформация и регулирование рынка
46% немецких интернет-покупателей приобретали онлайн больше в 2020 г.

Подкасты о e-commerce

Data Insight. География продаж товарной категории: Детские товары

Datainsight.ru, 15.04.2021

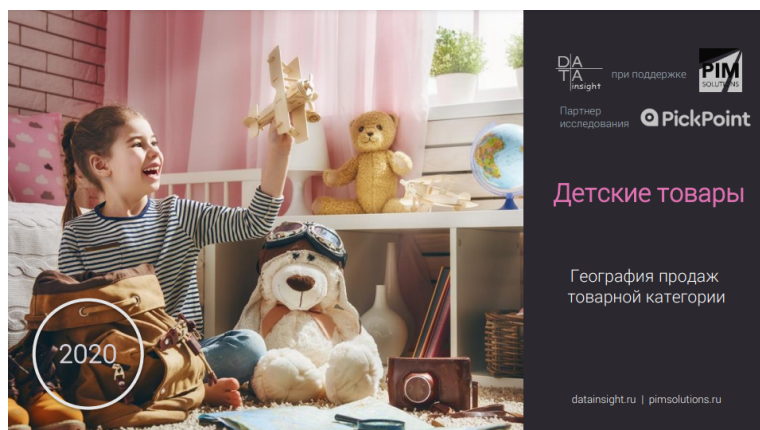
/новость

Data Insight и **PickPoint**, при поддержке **PIM Solutions** выпускают отчет «География продажи детских товаров» об особенностях онлайн-заказов и интернет-доставки товаров для детей на территории Российской Федерации.

Исследование включает данные по долям продаж и заказов, среднему времени и расстоянию доставки, типу оплаты (предоплата или постоплата), виду доставки («до двери» или до пункта выдачи заказов).

Данные охватывают вторую половину 2019 года и первую половину 2020 года.

Краткие результаты исследования:



- Москва и Санкт-Петербург являются лидерами абсолютного потребления товаров категории «Детские товары». На них приходится около 28% заказов по всей России.
- В то же время Краснодар, Санкт-Петербург, Екатеринбург и Тюмень занимают лидирующие позиции в индексе относительного потребления детских товаров онлайн.
- Пиками онлайн-потребления детских товаров стали ноябрь-декабрь и весенние месяцы апрель-май, на которые пришлись ограничения, связанные с пандемией коронавируса.
- Наблюдаются различия в онлайн-заказах детских товаров между городами. Если в большинстве городов весенние месяцы дали больше заказов, то для Волгограда, Москвы, Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода пиковые значения приходятся на декабрь.
- Доля предоплаченных заказов оставалась в рамках 30% в течение второй половины 2019, постепенно увеличиваясь до 40% к середине 2020 (влияние режима самоизоляции).
- Прослеживается небольшая тенденция относительно того, что с уменьшением численности населения города его жители предпочитают самовывоз заказанных товаров.
- Из-за пандемии увеличилось число заказов детских товаров с доставкой «до двери» с 43% (в феврале) до 83% (апрель). Их доля продолжала оставаться высокой и после окончания режима изоляции (67% в июне).

Скачать бесплатную версию

Источник:

География продаж товарной категории: Детские товары

Выручка цифровых бизнесов X5 выросла на 363,5% в I кв. 2021 г.

X5.ru, 16.04.2021

/НОВОСТЬ

В первом квартале 2021 года чистая выручка X5 Retail Group выросла на 8,1% год к году, 6,4 п.п. из которых обеспечил рост офлайн-продаж и 1,7 п.п. — рост выручки цифровых бизнесов. Выручка цифровых бизнесов выросла на 363,5%, до 10,5 млрд руб.

Офлайн продажи	496 186	466 322	6,4
Vprok.ru Перекресток	4 492	2 096	114,3
Экспресс-доставка	5 476	104	53x
5Post (e-comm последней мили)	459	64	617,2
Продажи цифровых бизнесов	10 495	2 264	363,5
Общие продажи	506 681	468 586	8,1

Среднее количество заказов в день во Vprok.ru Перекресток и сервисах экспресс-доставки из «Пятерочки» и «Перекрестка» превысило 74 тыс. в пиковые дни марта. В первом квартале 2021 года MAU цифровых сервисов X5 вырос на 91%, до 14,7 млн.

Наибольший рост доли цифровых бизнесов в консолидированной выручке X5 наблюдался в Москве и Московской области: в первом квартале 2021 года она достигла 4% по сравнению с 3,3% в четвертом квартале 2020 года.

Количество заказов в онлайн-гипермаркете Vprok.ru Перекресток удвоилось год к году и превысило 1,2 млн. Среднее количество заказов в день превысило 13 тыс., достигая более 15 тыс. в пиковые дни. Средний чек Vprok.ru Перекресток в первом квартале 2021 года увеличился на 8,2% год к году на фоне расширения ассортимента до 50 тыс. SKU.

В марте 2021 года услуга экспресс-доставки была доступна из 1 296 магазинов в 24 регионах: 818 «Пятерочек», 475 «Перекрестков» и 3 «Карусели». В первом квартале 2021 года количество заказов составило 45,6 тыс. в день со средним чеком 1 518 руб. и временем доставки 50-60 минут. Экспресс-доставка составляла 52% выручки цифровых бизнесов X5 в первом квартале 2021 года. Количество заказов в день достигало почти 60 тыс. в пиковые дни марта.

Количество выданных посылок сервисом 5Post составило 4 млн в первом квартале 2021 года, при этом количество пунктов выдачи составило около 17 тыс. Дополнительный LFL трафик, сгенерированный локерами и пунктами выдачи в магазинах, составляет до 2-3%.

В первом квартале 2021 года Vprok.ru Перекресток расширил географию доставки на 10 регионов за счет действующей инфраструктуры 5Post. Традиционная модель доставки дополнится опцией самовывоза.

Источник:

X5 объявляет о росте чистой выручки на 8,1% в 1 кв. 2021 г. Рост выручки цифрового бизнеса составил 363,5%

Wildberries: оборот продавцов из регионов вырос на 108%

Tass.ru, 15.04.2021 09:17:00

/новость

Оборот продавцов Wildberries, которые находятся за пределами столицы, увеличился в первом квартале 2021 года на 108% — до 55 млрд руб., сообщает [ТАСС](#). Доля продаж регионального бизнеса составляет 41% против 35% годом ранее.

По объемам продаж в первом квартале наиболее значительно нарастили свой оборот предприниматели из Московской области (14,6 млрд руб., +95% год к году), Санкт-Петербурга (9,2 млрд руб., +54%), Ивановской (3 млрд руб., +155%), Свердловской (1,9 млрд руб., +198%) и Ростовской (1,8 млрд руб., +180%) областей.

The logo of Wildberries, featuring the word "WILDBERRIES" in white capital letters on a purple-to-pink gradient rectangular background.

Самые динамичные темпы роста онлайн-продаж — у продавцов из Мурманской (в 28 раз год к году) и Сахалинской (в 10 раз) областей, республик Калмыкия (в 27 раз) и Бурятия (в 24 раза), а также из Еврейской АО (в 14 раз).

Активнее всего к онлайн-площадке подключались предприниматели из Бурятии (рост числа в 29 раз год к году), Якутии (в 13 раз), Калмыкии (в 12 раз), Хакасии (в 11 раз), Мордовии (в 8 раз).

С Wildberries работает 162 тыс. предпринимателей. Более 80% — представители малого и среднего бизнеса, индивидуальные предприниматели и самозанятые.

Источник:

[Региональные продавцы Wildberries удвоили свои онлайн-продажи в I квартале](#)

Онлайн-продажи «Детского мира» выросли в 1,8 раза в I кв. 2021 г.

Corp.detmir.ru, 15.04.2021

/новость

ГК «Детский мир» объявила операционные результаты за первый квартал, завершившийся 31 марта 2021 года. Общий объем продаж (GMV) ГК «Детский мир» увеличился на 15,6%, до 39,6 млрд руб. (с НДС). Общий объем онлайн-продаж в России вырос в 1,8 раза, до 10,9 млрд руб. (с НДС).

Доля онлайн-продаж в общих продажах компании в России увеличилась в 1,6 раза, до 28,6%. Доля онлайн-заказов, оформленных через мобильное приложение в России, составила 74%. Общее количество партнерских пунктов выдачи заказов и постаматов с начала 2021 года выросло в 2,1 раза, до 12,2 тыс.



По итогам отчетного квартала ассортимент, представленный на онлайн-платформах компании, вырос до 321 тыс. товарных позиций, при этом клиентам доступно более 800 новых брендов. Вклад маркетплейса в GMV группы превысил 399 млн руб., заняв почти 4% от всех онлайн-продаж компании в России.

- «Детский мир» запустил в тестовом режиме продажу новой категории «Женская одежда» по модели маркетплейса.
- Запущена в тестовом режиме подписка на доставку товаров регулярного спроса: подгузники и детское питание, а также корма для домашних питомцев. Полномасштабный запуск запланирован на второй квартал 2021 года.
- Компания запустила мобильное приложение для клиентов в Казахстане на платформах iOS и Android, а также курьерскую доставку онлайн-заказов в 11 городах Казахстана и в ряде городов в формате Next Day.
- В сфере логистики «Детский мир» начал сотрудничать с ритейлером «Связной» (+500 ПВЗ) и с логистическим сервисом СберЛогистика (+1 700 ПВЗ), а также с сетью постаматов TelePort (+570 постаматов).
- В тестовом режиме начаты продажи цифровых сервисов и услуг партнеров через собственное мобильное приложение: добавлено более 70 мобильных приложений и около 30 услуг для всей семьи.

Источник:

«ДЕТСКИЙ МИР» УСКОРИЛ РОСТ GMV В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ ДО 15,6% И УВЕЛИЧИЛ ОБЪЕМ ЦИФРОВЫХ ПРОДАЖ В 1,8 РАЗА

AliExpress Россия запустил мобильное приложение для России и СНГ

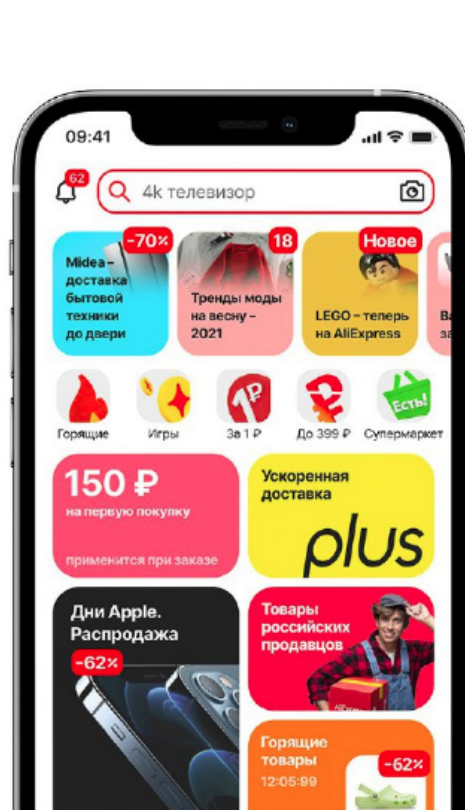
T.me, 15.04.2021 13:16:00

/новость

Маркетплейс AliExpress Россия создал для пользователей из России и СНГ мобильное приложение с новой главной страницей, интерфейсом и дизайном.

Приложение, доступное для [iOS](#) и [Android](#), позволит вести разработку и обновлять платформу без привязки к глобальным процессам AliExpress благодаря специально развернутой локальной инфраструктуре. При этом приложение продолжит использование высокотехнологичных систем разработки глобальной Alibaba. Всей технической частью приложения будет управлять локальная команда в России. В приложении будут присутствовать все 140 млн товаров от китайских и локальных поставщиков.

Пользователям уже доступна адаптированная версия главной страницы и новый процесс авторизации.



Источник:

Выпустили новое мобильное приложение "AliExpress Россия", созданное для пользователей России и СНГ, с новой главной, интерфейсом и дизайном

Сбербанк выкупил 85% маркетплейса Goods.ru

Interfax.ru, 15.04.2021 12:26:00

/НОВОСТЬ

Сбербанк закрыл сделку по покупке 85% в маркетплейсе Goods.ru, сообщает [«Интерфакс»](#) со ссылкой на данные системы «СПАРК-Интерфакс».



Доля в ООО «Маркетплейс» принадлежит «дочке» Сбербанка «Цифровые активы»: в начале апреля она получила первые 40%, в среду пакет был увеличен до 85%. Ритейлер «М.Видео-Эльдорадо» сохранил 10% в компании, основатель Goods.ru Александр Тынкован — 5%.

Сбербанк планирует вложить в развитие Goods.ru около 30 млрд руб.

Источник:

[Сбербанк закрыл сделку по покупке 85% в маркетплейсе Goods.ru](#)

Онлайн-гипермаркет Vprok.ru Перекрёсток масштабируется на инфраструктуре X5

Vk.com, 15.04.2021 09:37:00

/НОВОСТЬ

X5 Retail Group масштабирует онлайн-гипермаркет Vprok.ru Перекрёсток за счёт действующей инфраструктуры 5Post. До конца второго квартала сервис станет доступен в 43 новых регионах, охватив половину российских субъектов и 66% населения. Традиционная модель доставки расширится опцией самовывоза: заказ можно будет получить в постамате 5Post или на кассе магазинов «Пятёрочка».

Клиентам в новых регионах присутствия доступен ассортимент из 40 тыс. наименований, однако нельзя будет заказать категории фреш и ультра-фреш, замороженные продукты, крупногабаритные товары. Доставка с самовывозом бесплатна, минимальная сумма заказа — 1000 руб.



Vprok.ru Перекрёсток представлен в 20 регионах, из которых 10 обслуживаются курьерской доставкой до двери. Остальные 10 были подключены к сервису в 2021 году, в них доступен самовывоз через действующую инфраструктуру. Еще 23 региона будут подключены до конца второго квартала. Список регионов будет расширяться по мере открытия новых точек выдачи 5Post. К сервису подключено уже 1500 точек, к концу второго квартала их число возрастет ориентировочно до 7000.

Новая модель доставки становится основой для дальнейшего развития онлайн-гипермаркета как маркетплейса, трансформация в который будет сопровождаться расширением текущего ассортимента в 2 раза: уже до конца этого года он составит более 100 тыс. наименований.

Источник:

[Vprok.ru Перекрёсток масштабируется на инфраструктуре X5](#)

Inventive Retail Group купила «Аристос»

Inventive.ru, 14.04.2021

/НОВОСТЬ

Группа компаний Inventive Retail Group, управляющая сетями re:Store, Samsung, Nike и др., получила мажоритарную долю в группе компаний «Аристос», которая развивает монобрендовые онлайн-магазины крупных брендов и является одним из ведущих игроков на рынке D2C.

ГК «Аристос» работает на рынке более 10 лет, имеет развитую складскую инфраструктуру в Москве, собственную курьерскую службу, колл-центр и отдел продаж. Работает с такими брендами, как Philips, Schneider Electric, Grohe, Stanley Black&Decker, Roca и др.

The logo for Aristos, featuring a blue checkmark above the word "aristos" in a bold, lowercase, sans-serif font.

Сделка позволит Inventive Retail Group развивать услуги по организации онлайн-продаж для международных компаний-производителей и направлена на укрепление позиций на российском рынке онлайн-торговли. В результате сделки компания Inventive eCommerce, которая входит в Inventive Retail Group и предоставляет услуги eCommerce-дистрибуции, становится одним из крупнейших игроков на рынке D2C.

The logo for Inventive Retail Group, consisting of the words "inventive", "retail", and "group" stacked vertically in a white, lowercase, sans-serif font, set against a solid blue square background.

Основатели «Аристос» Андрей Хромов и Николай Лисеев остаются в компании и получают место в совете директоров.

Источник:

[Компания Аристос входит в Inventive Retail Group](#)

Ozon намерен получить банковскую лицензию

Ft.com, 12.04.2021

/новость

Ozon подаст заявку на получение банковской лицензии, чтобы расширить свои финтех-услуги и выдавать кредиты продавцам-партнерам, рассказал в интервью [Financial Times](#) генеральный директор компании Александр Шульгин.

Он отметил: «Малому и среднему бизнесу сложно получить финансирование на разумных условиях. Это либо слишком дорого, либо недоступно». Ozon отслеживает скорость товарооборота, взаимодействие с клиентами, коэффициент конверсии, а также хранит товары — все эти данные позволяют «принимать обоснованное решение о том, какой размер займов нужен продавцам для ведения бизнеса».



FT напоминает, что основательница Wildberries Татьяна Бакальчук купила банк, Яндекс рассматривает возможность запуска банка после сорвавшейся сделки с Тинькофф, а Сбербанк пытается развивать экосистему. Отмечается, что Ozon по-прежнему будет сосредоточен на электронной коммерции.

Несмотря на значительные вложения венчурного капитала, Ozon не приносил прибыли с первых дней своего существования и изо всех сил пытался доминировать на рынке онлайн-шопинга. После привлечения \$1,2 млрд в ходе IPO в Нью-Йорке в прошлом году и продажи облигаций на \$750 млн в этом году Ozon будет вкладывать значительные средства в создание сети, которая сможет победить конкурентов.

На фоне бума онлайн-шопинга оценка Ozon удвоилась и составила около \$12,5 млрд. На маркетплейс уже приходится около половины продаваемых на Ozon товаров. Компания недавно снизила комиссию для большинства категорий, чтобы привлечь больше продавцов, и позволила партнерам доставлять товары самостоятельно. Оборот (GMV) Ozon в 2020 году вырос на 144%, до 197,4 млрд руб. (у лидера рынка Wildberries рост составил более 95%). Выручка Ozon выросла на 74% в 2020 году, до 104 млрд руб., но операционные расходы увеличились на 55%, до 122 млрд руб., что привело к убыткам в размере 11,7 млрд руб. за год.

Ozon будет использовать инвестиции, чтобы удвоить масштаб. Шульгин рассчитывает на органический рост компании.

Источник:

[‘Russia’s Amazon’ plans heavy investment and move into finance](#)

Оzon договорился о покупке «Оней Банка»

Corp.ozon.com, 12.04.2021

/новость

Оzon подписал соглашение о приобретении 100% уставного капитала ООО «Оней Банк» у Совкомбанка. Сумма сделки не превысит \$10 млн. Сделка будет закрыта после того, как её согласует Банк России.



Это приобретение позволит Ozon получить необходимые лицензии для развития финтех-направления. При этом Ozon продолжит активно сотрудничать с другими банками и финтех-компаниями для финансирования кредитного портфеля и разработки новых продуктов и услуг.

ООО «Оней Банк» — бывшая дочерняя компания Oney Bank SA. В январе 2021 года Совкомбанк приобрел 100% уставного капитала ООО «Оней Банк» у Auchan Group.

Источник:

[Ozon signs agreement to acquire Oney Bank LLC to expand its financial services operations](#)

Сбер приобретает 80% в компании InSales

Press.sber.ru, 12.04.2021 18:39:00

/новость

Сбер присоединяет к своей экосистеме платформу для управления онлайн-торговлей от компании InSales, которая разрабатывает инновационное программное обеспечение для предпринимателей, работающих в электронной коммерции.



Сбер приобретает долю в размере 80%, у трех основателей и топ-менеджеров InSales остается 20%. Заккрытие сделки ожидается во втором квартале 2021 года после выполнения отлагательных условий.

Сбер и InSales планируют активно развивать платформу, расширять перечень предлагаемых сервисов, выходить в новые сегменты рынка и в ближайшей перспективе сделать на ее основе единый инструмент для управления онлайн-торговлей на всех электронных витринах, включающий все необходимые B2B-сервисы для интернет-предпринимателей.

На платформе InSales работает более 8000 активных предпринимателей, совокупный товарооборот которых за прошлый год превысил 58 млрд руб.

Источник:

[Сбер приобретает 80% в компании InSales](#)

Чистая прибыль Wildberries по РСБУ сократилась на 52,1% в 2020 г.

Е-repper.ru, 12.04.2021

/НОВОСТЬ

Wildberries по итогам 2020 года сократил чистую прибыль по РСБУ на 52,1%, до 2,114 млрд руб. В 2019 году чистая прибыль компании выросла в 2,3 раза, до 4,415 млрд руб., в 2018 году — в 4,4 раза, до 1,882 млрд руб.

В компании связывают снижение чистой прибыли с субсидированием бесплатной доставки во втором квартале 2020 года, привлечением дополнительного числа курьеров и сборщиков заказов во время пандемии. По мере стабилизации ситуации в экономике показатель чистой прибыли пришел к стандартным значениям в третьем квартале 2020 года.



Совокупный оборот Wildberries в 2020 году увеличился на 96% (до 437,2 млрд руб.), в 2019 году — на 88%. Выручка компании по итогам 2020 года выросла на 45,2%, до 169,77 млрд руб., а в 2019 году — на 68,2%. Прибыль от продаж ООО «Вайлдберриз» по итогам 2020 года осталась на уровне 2019 года, составив 9,695 млрд руб.

Источник:

[Wildberries резко сократил чистую прибыль](#)

Х5 вышла в сегмент dark kitchen благодаря сделке с «Много лосося»

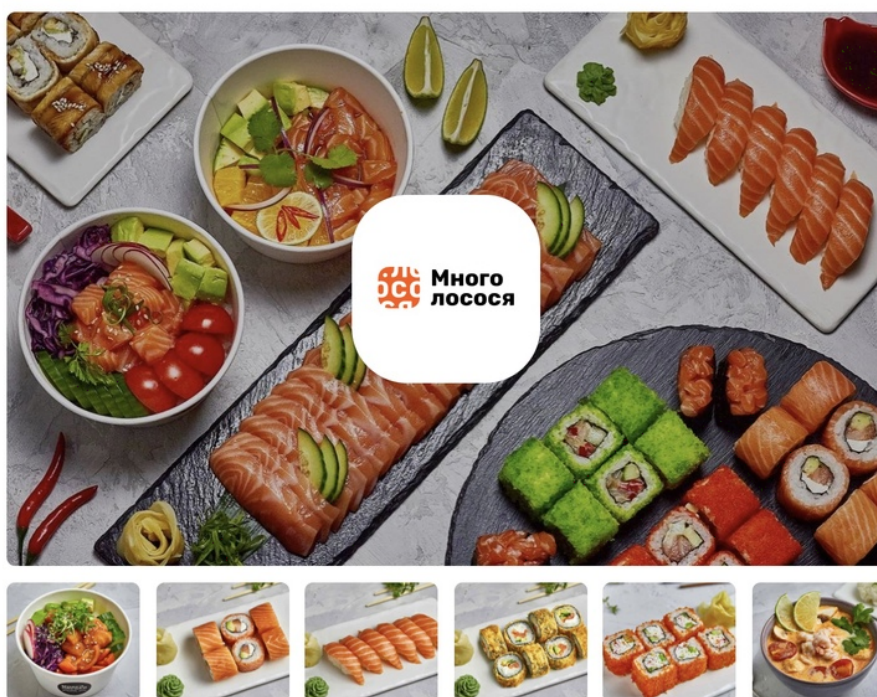
Vk.com, 12.04.2021 09:55:00

/новость

Х5 Retail Group вышла в новый для себя сегмент dark kitchen благодаря сделке с компанией «Много лосося» — фудтех-проектом, который развивает федеральную сеть dark kitchen («тёмных кухонь») и пул ресторанных онлайн-брендов.

«Много лосося» объединяет 25 кухонь, четыре торговых марки, собственное мобильное приложение и комплекс программных продуктов для обеспечения ключевых бизнес-процессов, в том числе приготовления и доставки еды. В контур сделки вошёл полностью бизнес «Много лосося», а также команда проекта. Сумму сделки стороны не раскрывают.

Сегодня «Много лосося» выполняет более 60 тыс. заказов в месяц. Его партнёры по доставке — Delivery Club и Яндекс.Еда, также работает курьерская служба.



Источник:

[Х5 вышла в сегмент dark kitchen](#)

Онлайн-конференция «UX в E-commerce»

Ux-marafon.timerpad.ru, 21.04.2021

/реклама



Через неделю, Фёдор Вирин откроет онлайн-конференцию «UX в E-commerce» докладом «Интернет-торговля 2021: тренды CX, особенности и изменение потребительского поведения».

Далее коллеги из Wildberries, Ozon, ВкусВилл, М.Видео, Lamoda, Яндекс.Маркет расскажут, как повысить конверсию на каждом шаге оформления заказа, какие UX исследования проводить, на что смотреть в аналитике данных, когда пора проводить редизайн интернет-магазина, как повысить лояльность и доверие и сделать пользователей счастливыми.

Подключайтесь и получите уникальные знания и лайфхаки, основанные на многолетнем практическом опыте и подкреплённые данными аналитики и продажами.

Когда: 29 апреля 2021 года

Где: онлайн, с 11 до 18 ч.

После события доступна видеозапись, презентации, сертификат участника.

15% скидка по промокоду: DATA

20% скидка при покупке 3-х и более билетов

[Программа и билеты](#)

Источник:

[UX в E-commerce](#)

Число подписчиков Amazon Prime достигло 200 млн по всему миру

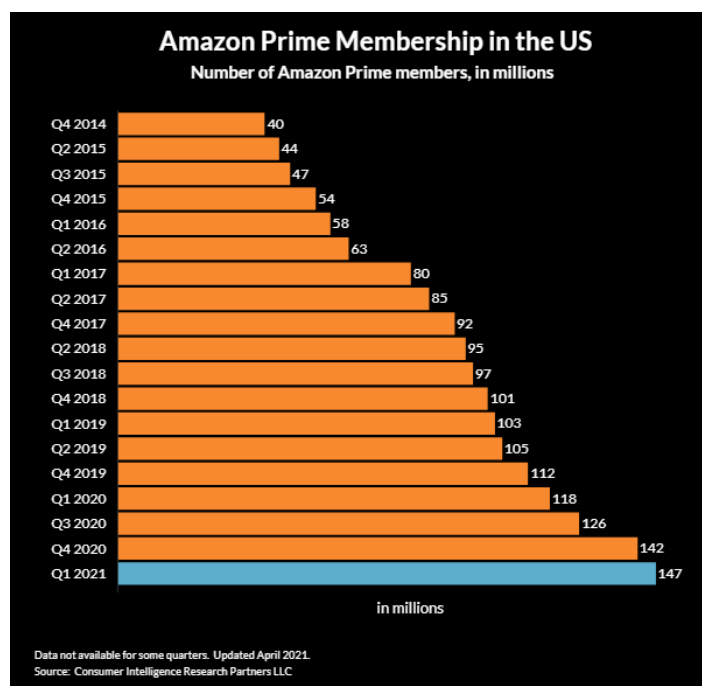
Digitalcommerce360.com, 16.04.2021

/новость

В программе подписки Amazon Prime во всем мире зарегистрировано 200 млн участников, сообщил глава компании Джефф Безос в письме акционерам. В январе 2020 года насчитывалось свыше 150 млн членов Prime по всему миру.

По оценкам компании Consumer Intelligence Research Partners (CIRP), количество участников Amazon Prime в США выросло до 147 млн к марту 2021 года, что на 24,6% больше, чем в марте 2020 года. В течение года пандемии Amazon Prime увеличивал количество участников быстрее, чем в последние несколько лет.

В 2020 году выручка Amazon от сервисов подписки, в основном состоящая из членских взносов Prime, составила \$25,21 млрд — на 31,2% больше, чем в предыдущем году. Доходы от подписки составили 6,5% выручки компании по сравнению с 6,8% в 2019 году и 6,1% в 2018 году.



По данным CIRP, 69% потребителей, которые подписались на пробное членство, переходят на платное, 93% продолжают платить за программу через год, а 98% остаются зарегистрированными после двух лет членства. Процент продления через один и два года остался неизменным по сравнению с третьим кварталом 2020 года.

Prime — основная причина совершения покупок на Amazon, согласно опросу Digital Commerce 360 и Bizrate Insights. 51% потребителей ответили: «Я являюсь участником Prime и получаю бесплатную доставку большинства товаров».

По данным RBC Capital Markets, по крайней мере 70% потребителей, которые подписаны на Prime в течение года или более, были очень или чрезвычайно довольны своим опытом на Amazon. Две трети или более тратят на Amazon сейчас больше, чем когда только подписались на Prime.

Более половины участников настолько преданы Prime, что останутся, даже если Amazon снова поднимет цену. За прошедшие годы в Prime появились дополнительные преимущества, помимо бесплатной и быстрой доставки: потоковое видео и музыка, эксклюзивные скидки в магазинах Whole Foods, двухчасовая доставка Prime Now и т.д.

Источник:

[Amazon Prime reaches 200 million members worldwide](#)

Яндекс.Лавка выходит в Париж и Лондон

Vtimes.io, 16.04.2021

/новость

Сервис экспресс-доставки продуктов Яндекс.Лавка заработает в Париже под международным брендом Yango Deli, сообщает [VTimes](#) со ссылкой на представителя компании.

Яндекс Лавка

Компания уже зарегистрировала юрлицо Deli International во Франции и начала нанимать персонал. Лавка будет работать по модели гиперлокальной доставки за 10-15 минут из дарксторов. Вначале сервис покроет центральные районы Парижа, позднее Лавку планируют запустить в Лондоне.

Сервис Яндекса по заказу поездок под брендами Yango и Yandex Go присутствует в 16 странах, включая Финляндию, Эстонию, Латвию и Литву. Яндекс.Лавка с 2020 года заработала в Израиле.

Источник:

[«Яндекс.Лавка» начнет работать в Париже и Лондоне](#)

Hugo Boss расширил онлайн-присутствие еще на 12 стран

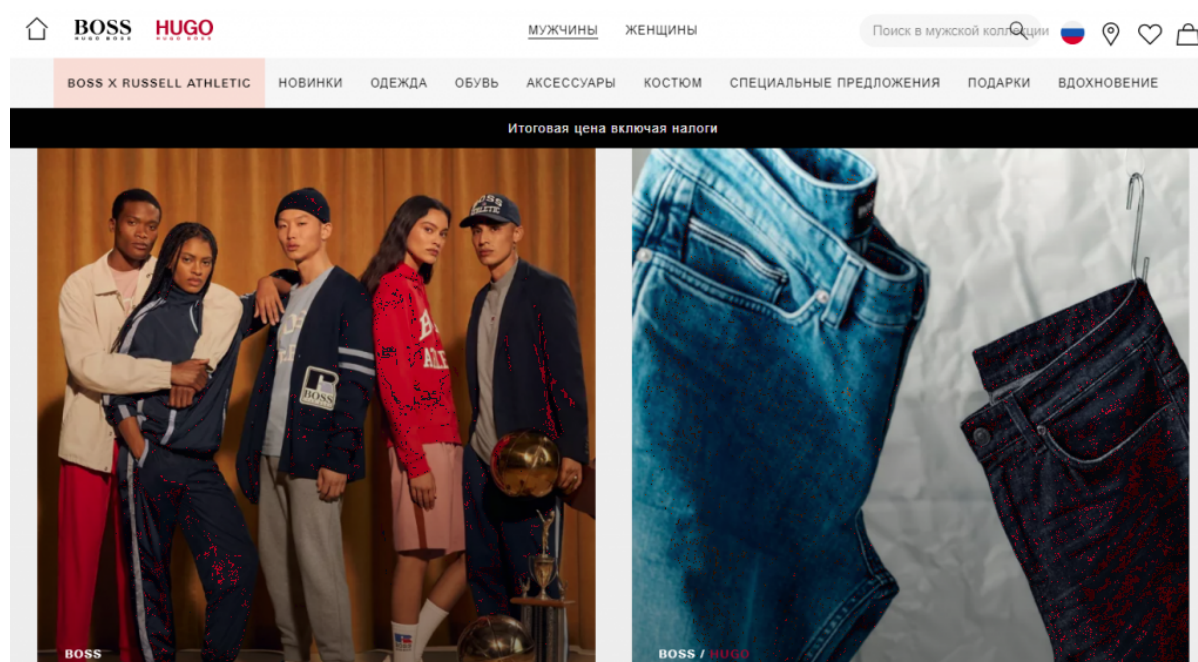
Retaildetail.eu, 15.04.2021

/новость

Интернет-магазин Hugo Boss стал доступен еще в 12-ти странах, включая Россию, Турцию и Объединенные Арабские Эмираты. В прошлом году немецкий модный бренд расширил онлайн-присутствие на 32 страны.

Онлайн-продажи компании в 2020 году выросли более чем на 50%, до 221 млн евро. Однако из-за кризиса общий оборот упал на 31%, до 1,95 млрд евро.

Hugo Boss ожидает, что в 2021 году его объем продаж через интернет превысит 300 млн евро, а к концу 2022 года — 400 млн евро. Покупатели могут приобрести последние коллекции бренда онлайн в 59 странах.



Источник:

[Hugo Boss launches webshop in twelve more countries](#)

В Европе на 40% выросло число pick-up/drop-off пунктов

Ecommercenews.eu, 15.04.2021

/новость

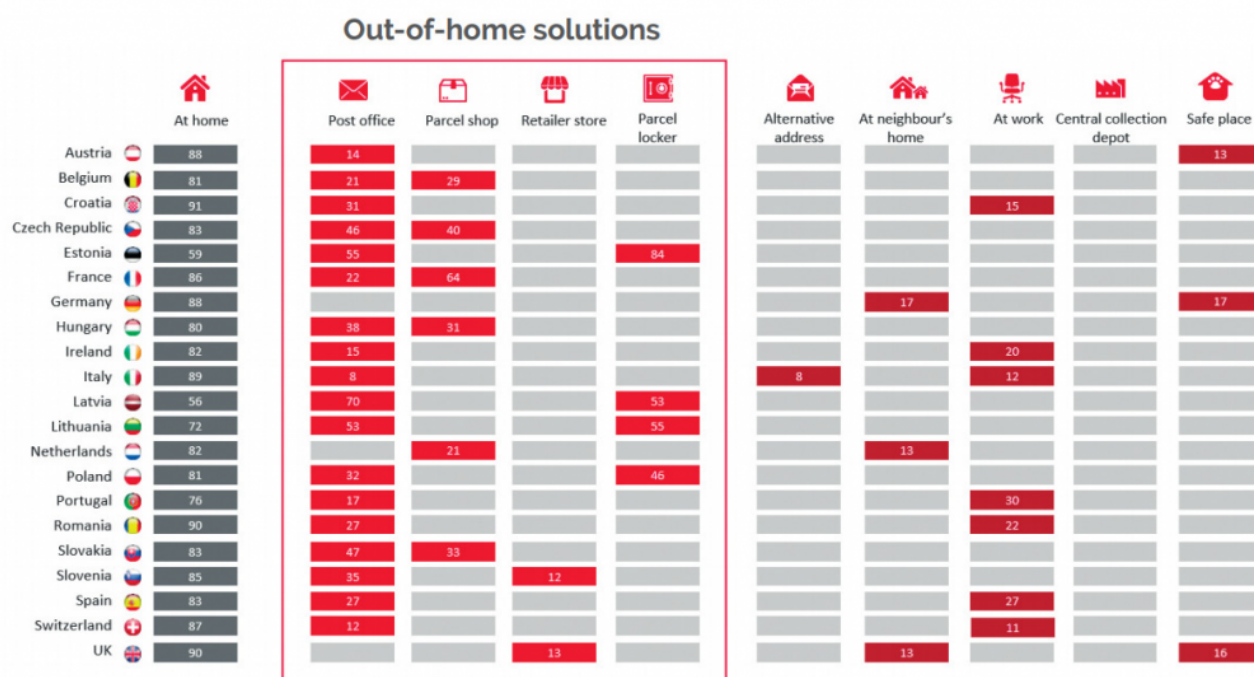
С середины 2019 года количество пунктов приема и выдачи посылок (pick-up/drop-off) в Европейском союзе и Великобритании выросло на 40%. В Польше рост превысил 70%.

Странами Европы с наибольшим количеством пунктов являются Германия (57 000), Франция (45 000), Великобритания (38 000), Италия (37 000).

По данным Last Mile Experts, в настоящее время в Европе доступно более 336 000 pick-up/drop-off точек. Все более важной частью инфраструктуры становятся более 43 000 постаматов. Самое большое количество постаматов — в Польше (11 000), Испании (10 000) и Германии (7 000).

Во многих странах большинство посылок доставляют на дом потребителя, но в Латвии и Эстонии дома получают 56% и 58% посылок соответственно.

Specificities per country regarding usual delivery places % (top 3 preferences)



Источник:

40% growth in pick-up/drop-off points in Europe

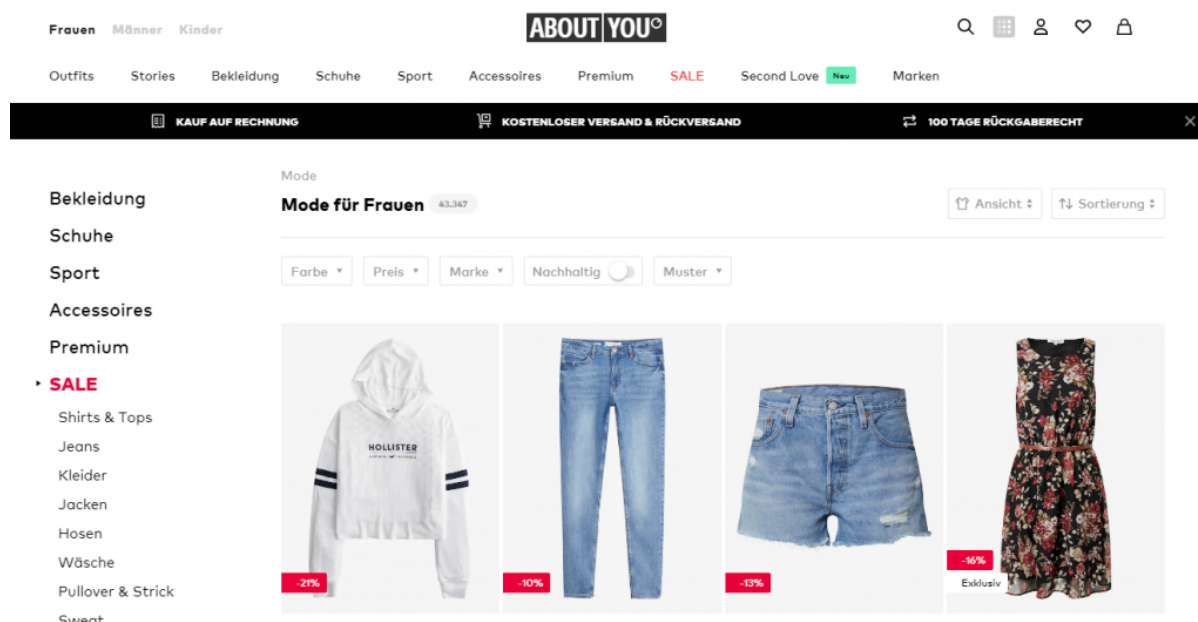
Годовая выручка немецкого онлайн-ритейлера About You превысила 1 млрд евро

Reuters.com, 14.04.2021 04:55:00

/новость

Выручка немецкого интернет-магазина модной одежды About You (основные владельцы — группа Otto и инвестиционная компания Heartland) выросла на 57%, до 1,17 млрд евро за год, который завершился в феврале. В последнем квартале компания получила первую прибыль до вычета процентов, налогов, износа и амортизации с момента запуска в 2014 году, сообщает [Reuters](#).

Компания более чем удвоила выручку в Европе за пределами Германии, Австрии и Швейцарии до 464 млн евро после запуска в 13 странах от Эстонии до Ирландии. Ритейлер также разрабатывает корпоративный продукт, который позволяет продавцам и брендам создавать собственные интернет-магазины и управлять ими, конкурируя с решениями для электронной коммерции от известных игроков SAP и Salesforce. В прошлом году продажи в этом сегменте B2B выросли на 61%.



Источник:

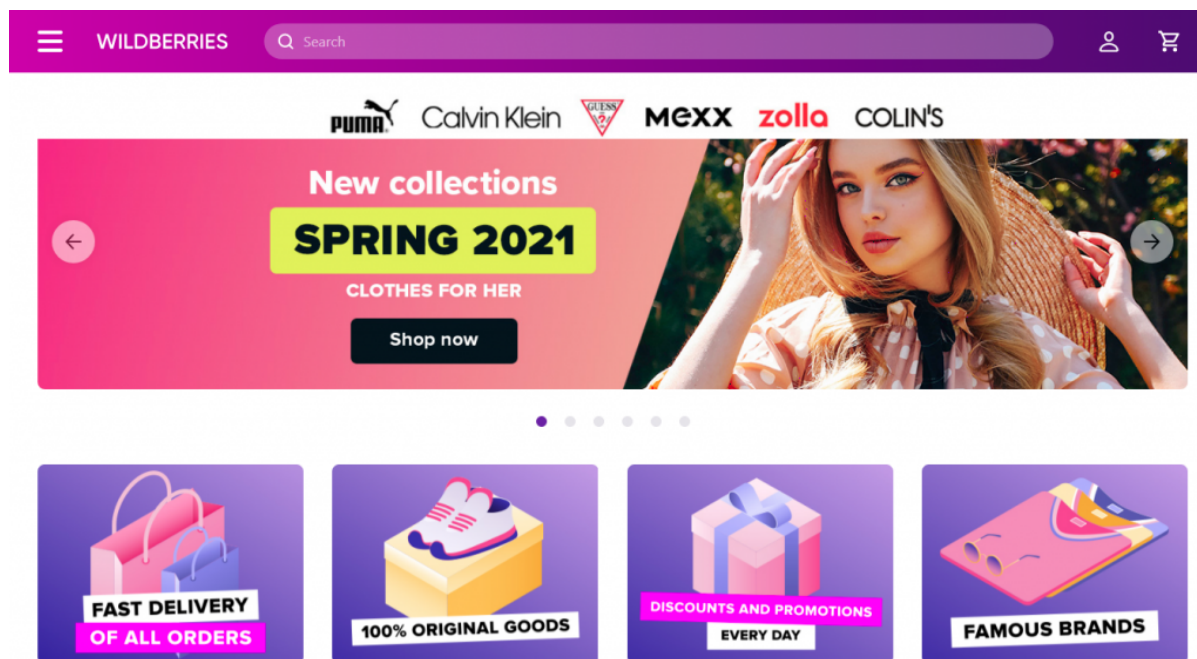
[German fashion e-tailer About You cracks 1 billion euros in revenue](#)

Wildberries открыл продажи в США

Vc.ru, 12.04.2021 14:01:00

/новость

Wildberries [запустил](#) продажи в США — это 14-я страна после Германии, Франции, Италии, Польши, Словакии, Израиля и других, где работает ритейлер, сообщает [vc.ru](#).



В США Wildberries будет доставлять товары с помощью логистических партнёров на дом или в офис. Компания предлагает около 5,5 млн наименований товаров от 40,5 тыс. брендов и готова к сотрудничеству с американским малым и средним бизнесом.

В 2020 году за пределами России Wildberries продал товаров на 23,7 млрд руб. Общий оборот ритейлера за 2020 год составила 437,2 млрд руб.

Источник:

[Wildberries объявил о выходе в США](#)

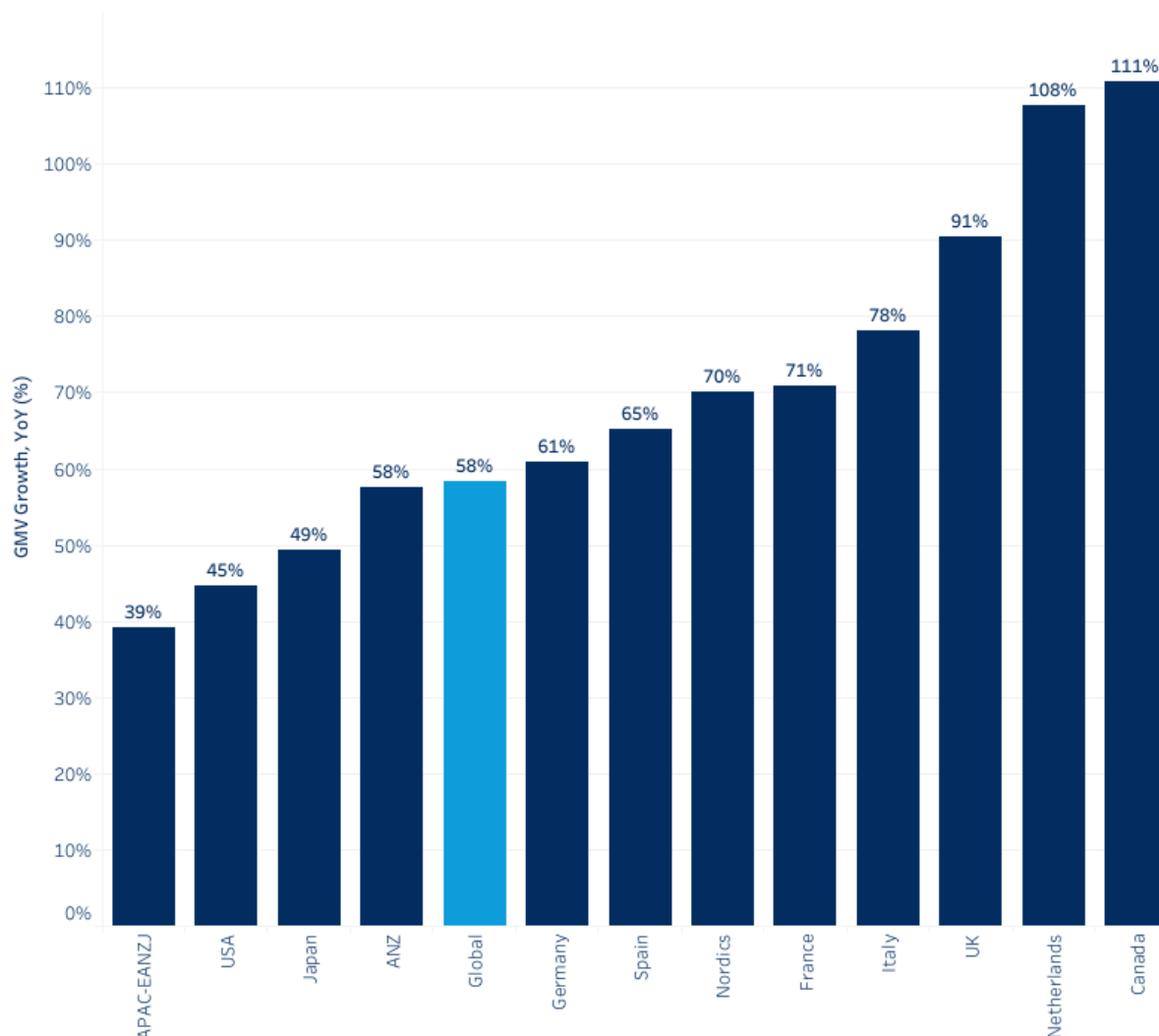
Salesforce: глобальная цифровая коммерция выросла на 58% в I кв. 2021 г.

Salesforce.com, 14.04.2021

/исследование

Согласно [Shopping Index](#) от Salesforce, в первом квартале 2021 года глобальная цифровая выручка выросла на 58% год к году благодаря сочетанию общего роста онлайн-трафика (27%) и увеличения суммы денег, потраченных покупателями (31%).

Q1 2021 Same Site Online GMV Growth by Country



На мобильные устройства пришлось 69% трафика и 57% посещений. В среднем один покупатель тратил на один заказ \$94,72.

Количество заказов в целом выросло на 46%, с мобильных устройств — на 59%, с компьютеров — на 31%.

Shopping Index построен на анализе активности более миллиарда покупателей в более чем 40 странах.

Источник:

[Q1 Shopping Index: Global Digital Commerce Grew 58 Percent, Stimulus Checks Boost U.S. Sales](#)

Самый популярный люксовый бренд в онлайн — Gucci

Luxe.digital, 14.04.2021

/исследование

По оценкам Bain & Company, продажи предметов роскоши в интернете достигли 49 млрд евро в конце 2020 года (по сравнению с 33 млрд евро в 2019 году). Доля онлайн-покупок предметов роскоши почти удвоилась и составила 23% от общего объема продаж в 2020 году (по сравнению с 12% в 2019 году).

Аналитики ожидают, что к 2025 году 30% мировых продаж предметов роскоши будет осуществляться через интернет (на 5 п.п. выше предыдущих оценок).

Компания Luxe Digital составила рейтинг топ-15 самых популярных брендов в сегменте роскоши. Первое место занимает Gucci, несмотря на то, что поисковые запросы бренда упали на 13% в годовом исчислении. В 2020 году выручка компании снизилась на 22,7%, при этом онлайн-продажи продолжали расти быстрыми темпами — почти на 70%. Gucci остается одним из самых инновационных брендов в онлайн-среде и продает товары на китайской платформе Tmall Luxury Pavillion.

На втором месте рейтинга — Chanel, на третьем — Hermes. Четвертую и пятую строчки занимают Dior и Louis Vuitton соответственно. Пять ведущих брендов привлекают 57% внимания состоятельных потребителей и доли международного рынка поиска. Saint Laurent, Fendi и Lancôme не вошли в топ-15 в этом году.

Источник:

[The 15 Most Popular Luxury Brands Online In 2021](#)

The top 15 most popular luxury brands online in 2021

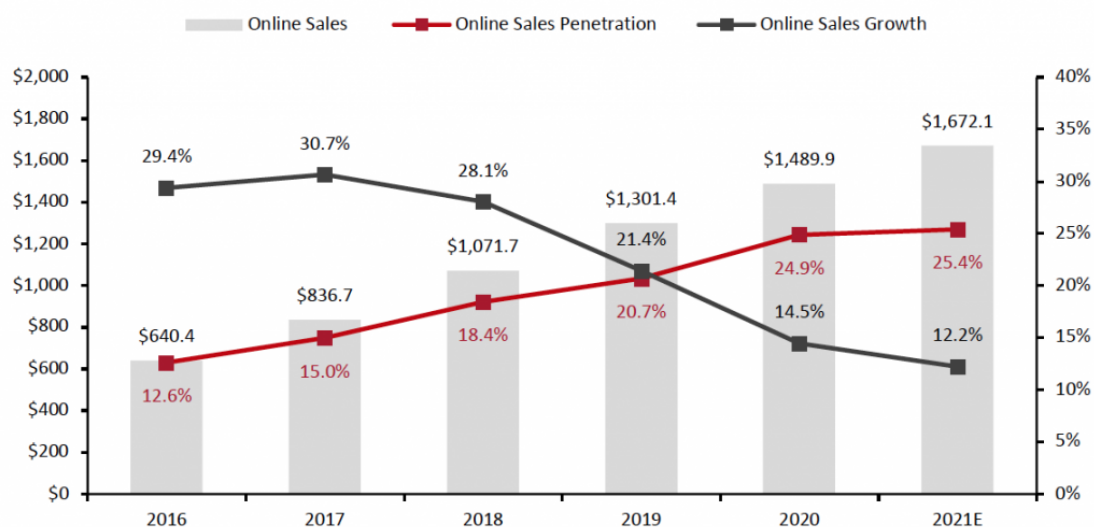
Rank	Brand	Category
1	Gucci	Fashion
2	Chanel	Fashion
3	Hermès	Fashion
4	Dior	Fashion
5	Louis Vuitton	Fashion
6	Rolex	Watch
7	Tiffany	Jewellery
8	Prada	Fashion
9	Versace	Fashion
10	Armani	Fashion
11	Valentino	Fashion
12	Balenciaga	Fashion
13	Cartier	Jewellery
14	Burberry	Fashion
15	Omega	Watch

Драйверы e-commerce Китая: цифровая трансформация и регулирование рынка

Coresight.com, 14.04.2021

/исследование

Онлайн-продажи в Китае стабильно росли с 2016 года, составив около \$1,5 трлн на фоне пандемии в 2020 году. Уровень проникновения онлайн-продаж достиг 24,9%. Coresight Research ожидает, что годовой рост онлайн-продаж продолжит замедляться в 2021 году, но прогнозирует дальнейшее увеличение объема онлайн-продаж почти до \$1,7 трлн и роста проникновения e-commerce.



Драйверы онлайн-коммерции в Китае

1. Цифровая трансформация. В первой половине 2020 года количество онлайн-покупателей в Китае выросло на 100 млн. Инвестиции в цифровую трансформацию увеличились, чтобы удовлетворить этот сдвиг. Ориентация страны на развитие возможностей 5G интернета в рамках последнего пятилетнего плана правительства является значительным преимуществом для рынка электронной коммерции.
2. Новое регулирование рынка. В марте 2021 года регуляторы китайского рынка начали формулировать новые требования к ответственности для операторов электронной коммерции. Усиление регулирования рынка повышает доверие потребителей и розничных продавцов к каналам онлайн-продаж.

Ключевые тренды на рынке e-commerce Китая

1. Лайвстриминг. В 2021 году онлайн-продажи посредством прямых трансляций продолжают уверенный рост, увеличившись вдвое до \$300 млрд. В 2021 году на прямые трансляции будет приходиться около 14% всего рынка электронной коммерции Китая против 8% в прошлом году.
2. Забота о здоровье. Пандемия COVID-19 усилила внимание потребителей к здоровью, при этом они стали уделять больше интереса к продуктам и ингредиентам в товарах, которые покупают. Около 70% китайских покупателей товаров для здоровья на Tmall моложе 40 лет.

Источник:

[Retail Leaders Circle MENA Summit: Coresight Research Presents Key Trends in China's E-Commerce Market](#)

46% немецких интернет-покупателей приобретали онлайн больше в 2020 г.

Info.pattern.com, 12.04.2021

/исследование

По данным немецкой ассоциации электронной коммерции bevh, в 2020 году онлайн-продажи потребительских товаров в Германии выросли на 14,6%.

Согласно исследованию компании Pattern, в 2020 году 46% онлайн-покупателей из Германии приобрели в интернете больше, чем ранее; 32% покупали в Сети товары, за которыми раньше отправились бы в магазин.

How did your shopping behaviour (not including groceries) change in 2020 compared to previous years?



Переход к онлайн-шопингу не был столь заметен в Германии, как в Великобритании, где 53% покупателей в 2020 году реже посещали обычные магазины. В Германии об этом заявили лишь 29% покупателей.

Больше товаров на Amazon заказали 36% опрошенных жителей Германии, а 19% покупали у Amazon товары, которые не заказывали там ранее. Только 8% респондентов не совершили ни одной покупки на каком-либо сайте Amazon в 2020 году, а 83% делали покупки на сайте Amazon.de.

Источник:

[German Shopper Report 2021](#)

Подкасты о e-commerce

В один клик

«Мы стартовали из мусоропровода». Сооснователь «Самоката» Вячеслав Бочаров о дарксторах, курьерах и круассанах с малиной

14.04.21

Беседуют: Федор Вирин и Аяна Бабасанова

Гость: Вячеслав Бочаров — сооснователь «Самоката»

Вячеслав Бочаров описывает главные принципы, которые нужно соблюдать, когда открываешь склад для быстрой доставки продуктов; рассказывает, как на его работу влияют погода и религия, почему куриная грудка победила куриную тушку, и что такое эмоциональный продукт.

[Яндекс.Музыка](#)



Практика_days

Сбер приобретает 80% в компании InSales. Обсуждаем подробности с Тимофеем Горшковым, CEO InSales

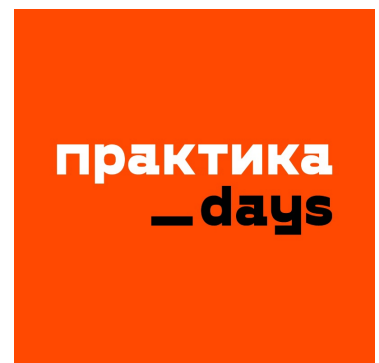
13.04.21

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Тимофей Горшков — CEO и сооснователь InSales

Сбер приобретает 80% в компании InSales. Обсуждение новости дня с её непосредственным участником.

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#)
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)



Эмин Алиев, Facebook. Discovery commerce, Instagram shopping, AR, разговор о будущем ритейла

16.04.21

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Эмин Алиев — Facebook CEE, Client Partner

О Facebook и Instagram для бизнеса, ритейле, e-commerce, маркетплейсах и экосистемах, discovery commerce, Instagram shopping, AR-технологиях и многом другом.

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [CastBox](#)
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)

О мониторинге

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

Контакты

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на editor@datainsight.ru или звоните +7 (495) 540 59 06.

О компании

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.