

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 48

06 Декабря 2021 - 12 Декабря 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight и eBay. Розничный экспорт товаров через интернет 2021
Ozon Банк запустил первый продукт — Ozon Счёт
Яндекс.Маркет создает собственный бренд детских товаров Junion
«ВкусВилл» запустил экспресс-доставку за 30 минут
Интернет-магазин «Дочки-Сыночки» удвоил товарооборот за 9 месяцев 2021 г.
AliExpress Россия усиливает логистику в сотрудничестве с PIM Solutions
ВТБ и Wildberries запускают новую систему платежных сервисов VTB Pay
KazanExpress предложит бесплатную экспресс-доставку продуктов
Wildberries запустил программу партнерских сортировочных центров
Оборот онлайн-магазинов автозапчастей вырос на 28% за 9 месяцев 2021 г.
App Annie: приложение AliExpress — лидер по росту загрузок в России в 2021 г.
Московская область — лидер рейтинга потребительского поведения в e-commerce
Доля e-commerce в российской фармрознице достигла 13,3% в I-III кв. 2021 г.
Почта России: бесплатный возврат важен так же, как и скорость доставки
Борис Овчинников выступит на конференции Маркетплейсы 16 декабря
Data Insight. Рынок интернет-аптек
Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Ноябрь 2021
Минпромторг: онлайн-торговля может вырасти на 40% в 2021 г.

Весь мир:

Антимонопольный регулятор Италии оштрафовал Amazon на \$1,3 млрд
E-commerce агрегатор Merama стал «единорогом» спустя год после запуска
Amazon агрегаторы привлекли свыше \$12 млрд в 2021 г.
Klarna запустила платежное расширение для браузера
Farfetch купил B2B платформу перепродажи люксовых товаров Luxclusif
Закрывается крупнейшая в Беларуси служба доставки еды Menu.by
Alibaba Group реорганизует бизнес онлайн-торговли
ByteDance запустила в Европе приложение для покупок Fanno

Carrefour запускает подписку на доставку

IWSR: онлайн-продажи алкоголя в мире вырастут на 66% к 2025 г.

Подкасты и видео

Россия:

Data Insight и eBay. Розничный экспорт товаров через интернет 2021

Datainsight.ru, 10.12.2021

/НОВОСТЬ

eBay и **Data Insight** провели совместное исследование развития рынка розничного онлайн-экспорта товаров из России в 2021.

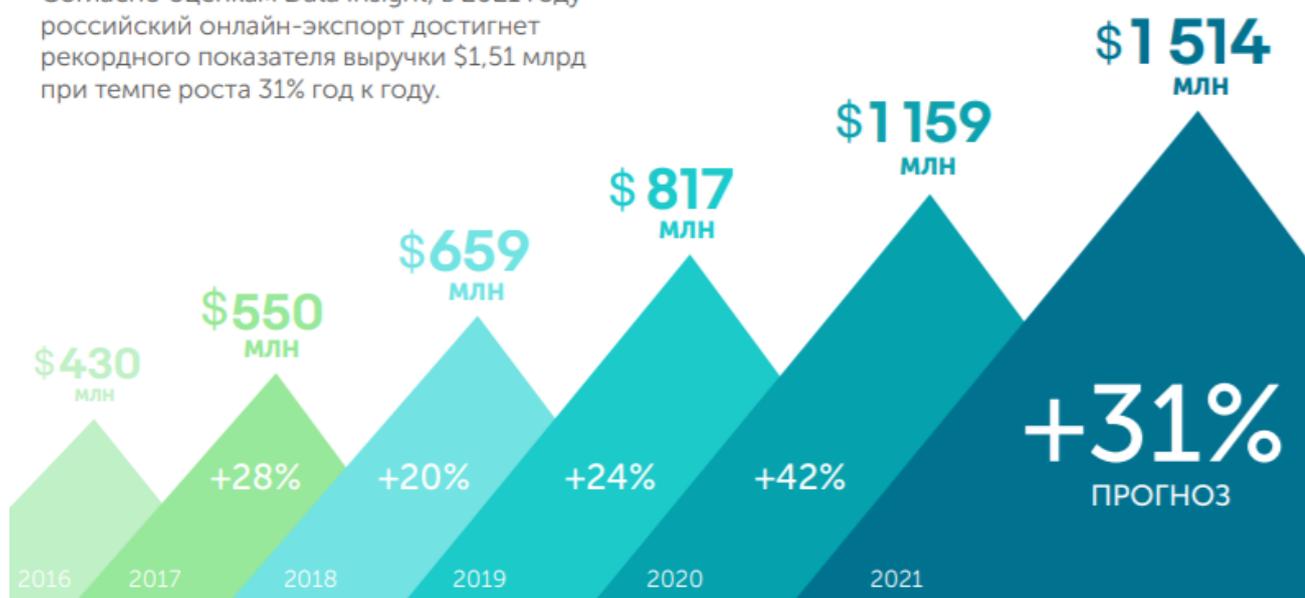
Ключевые выводы:

- По прогнозам на конец 2021 года, рынок розничного онлайн-экспорта товаров из России достигнет \$1,51 млрд, а его рост составит 31%.
- Средний чек у онлайн-площадок с внешней логистикой составит \$99, а у платформ и интернет-магазинов с собственной доставкой — \$17.
- Количество посылок за рубеж вырастет на 86% и составит 50,9 млн отправок.
- Самой популярной интернет-площадкой для трансграничной торговли является eBay — каждый третий онлайн-экспортер использует ее для продаж за рубеж.

Скачать презентацию: [Розничный экспорт товаров через интернет 2021](#) (pdf, 5.2 мб)

ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

Согласно оценкам Data Insight, в 2021 году российский онлайн-экспорт достигнет рекордного показателя выручки \$1,51 млрд при темпе роста 31% год к году.



Источник:

[Розничный экспорт товаров через интернет 2021](#)

Ozon Банк запустил первый продукт — Ozon Счёт

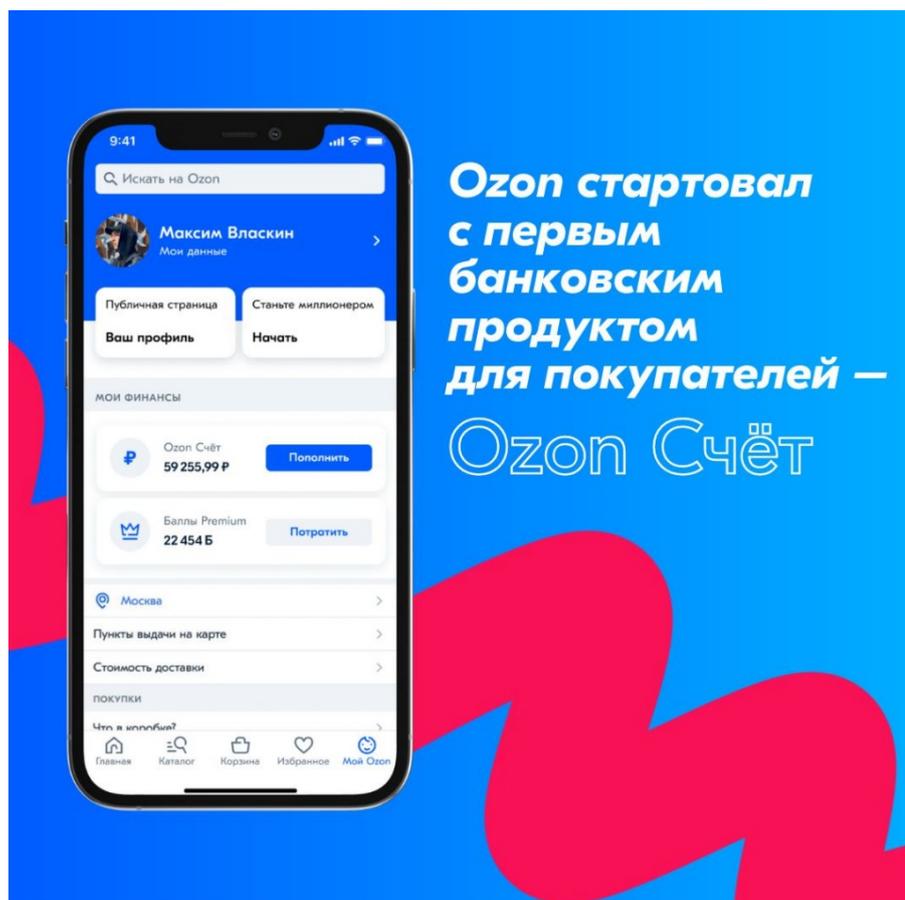
T.me, 09.12.2021 13:25:00

/новость

У Ozon Банка появился первый продукт — [Ozon Счёт](#). Это первый в России продукт, полностью разработанный на банковской инфраструктуре маркетплейса.

Первые пользователи уже могут оплачивать в один клик заказы с Ozon и получать кешбэк от 4% до 8%. По акциям и спецпредложениям кешбэк будет составлять до 30%.

Открытие и обслуживание Ozon Счёта полностью бесплатны для клиентов Ozon, как и переводы средств. Комиссия за пополнение отсутствует. При отмене заказа средства мгновенно вернутся обратно на Ozon Счёт.



Источник:

[У Ozon Банка появился первый продукт – Ozon Счёт](#)

Яндекс.Маркет создает собственный бренд детских товаров Junion

Forbes.ru, 09.12.2021

/новость

Яндекс.Маркет подал заявку на регистрацию торговой марки детских товаров Junion, сообщает [Forbes](#) со ссылкой на пресс-службу компании.

В декабре маркетплейс выпустил в продажу детские научные наборы, созданные вместе с блогером Владом А4. В первом полугодии 2022 года новые товары продолжат выходить уже под брендом Junion.



О намерении выпускать продукцию под собственными торговыми марками компания рассказала в сентябре. Под маркой «Кстати, на Маркете» будут производиться продукты питания. Для электроники Яндекс планировал создать еще один бренд.

В области электронной торговли Яндекс сосредоточен на том, чтобы догнать ближайшего конкурента — Ozon. Управляющий директор группы компаний Яндекс Тигран Худавердян прогнозировал, что по итогам 2021 года товарооборот всего сегмента онлайн-торговли Яндекса вырастет на 200%. В ноябре Яндекс.Маркет объявил о начале продаж одежды и обуви.

Источник:

[«Яндекс.Маркет» запустит свой бренд детских товаров](#)

«ВкусВилл» запустил экспресс-доставку за 30 минут

Incrussia.ru, 09.12.2021

/новость

«ВкусВилл» запустил платную экспресс-доставку за 30 минут — ее стоимость составит 149 руб., сообщает [Inc](#). Обычная бесплатная доставка за 2 часа останется доступной для покупателей. Заказы с экспресс-доставкой будут собирать в ближайших для покупателя магазинах.

ВКУСВИЛЛ

К экспресс-доставке подключены все магазины сети. Радиус доставки составляет около 1,7 км от магазина. В среднем в экспресс-режиме сейчас доставляется около 5,5 тыс. заказов в день. За ноябрь «ВкусВилл» оформлял в среднем 157 тыс. заказов в день.

Средний чек экспресс-доставки составляет 1,3 тыс. руб. Топ-5 самых популярных продуктов — бананы, яйцо куриное, манго, молоко 3,2% и сметана 15%. Оплатить покупку можно только онлайн.

Источник:

[«ВкусВилл» запустил экспресс-доставку](#)

Интернет-магазин «Дочки-Сыночки» удвоил товарооборот за 9 месяцев 2021 г.

Retail-loyalty.org, 09.12.2021 14:30:00

/новость

Интернет-магазин детских товаров «Дочки-Сыночки» за 9 месяцев 2021 года увеличил товарооборот в 2 раза и планирует сохранить текущие темпы роста до конца декабря. Количество активных поставщиков по сравнению с началом 2021 года увеличилось на 70%, а число актуальных товарных единиц (SKU) выросло вдвое до 50 тыс. наименований.

В следующем году ритейлер продолжит привлекать новых поставщиков и расширять ассортимент маркетплейса. В числе ключевых приоритетов — развитие электронной торговой площадки, совершенствование интерфейсов и функционала для удобства поставщиков и покупателей, изменение IT-архитектуры в расчете на значительный рост количества SKU.



Источник:

[Количество поставщиков маркетплейса «Дочки-Сыночки» с начала 2021 года выросло на 70%](#)

AliExpress Россия усиливает логистику в сотрудничестве с PIM Solutions

Т.me, 08.12.2021 17:10:00

/новость

AliExpress Россия начинает сотрудничество с PIM Solutions. В рамках собственной логистической платформы AliExpress Россия будет работать со всеми крупными службами доставки, подключенными к логистическому агрегатору и интегратору MetaShip — 5Post, KCE, dpd, Voxberry, IML, Hermes и т.д.



Подключение MetaShip позволит AliExpress распределять потоки заказов со своего склада, исходя из требований к доставке со стороны покупателей. В обоих случаях заказы будут отгружаться со склада ежедневно. Усиление логистической платформы за счет подключения агрегатора позволит сократить сроки доставки заказов по России и расширить географию пунктов выдачи.

Уже сейчас доставка заказов с собственного склада AliExpress Россия в Чехове осуществляется дополнительно через службу доставки KCE и 5Post. Остальные партнеры начнут работу до конца 2021 года и в начале следующего года.

Источник:

[AliExpress Россия усиливает логистику](#)

ВТБ и Wildberries запускают новую систему платежных сервисов VTB Pay

Vtb.ru, 07.12.2021

/НОВОСТЬ

ВТБ в партнерстве с Wildberries запустили систему платежных сервисов VTB Pay. Клиенты маркетплейса смогут совершать безопасную оплату покупок без дополнительных подтверждений проводимой операции. Как ожидают в компаниях, в ближайший год системой воспользуются до 4 млн человек.



Пользователю достаточно один раз привязать карту ВТБ в личном кабинете на сайте или в мобильном приложении Wildberries. Интеграция нового платежного инструмента на собственную торговую площадку и в действующую программу лояльности позволит Wildberries сократить расходы на прием платежей и повысить их конверсию.

На первом этапе VTB Pay будет доступен только в рамках онлайн-ресурсов партнеров ВТБ действующим клиентам банка. В течение следующего года функционал будет расширен новыми сервисами — в том числе возможностью открыть счет клиентам других банков.

Источник:

[ВТБ и Wildberries запускают новую систему платежных сервисов VTB Pay](#)

KazanExpress предложит бесплатную экспресс-доставку продуктов

Oborot.ru, 07.12.2021

/НОВОСТЬ

Маркетплейс KazanExpress запускает бесплатную экспресс-доставку продуктов. Первый даркстор откроется в Альметьевске. В городе самая развитая велосипедная инфраструктура в России, на каждой улице есть велодорожка, при этом экспресс-доставки продуктов до сих пор не было.

KazanExpress

По словам CEO KazanExpress Линара Хуснуллина, проект стартует в начале 2022 года и будет реализовываться поэтапно. Цены в собственной доставке маркетплейса установят в среднем на 20% ниже, чем в магазинах.

Сейчас доставка KazanExpress работает более чем в 100 городах страны. В марте в KazanExpress инвестировал AliExpress Россия, а в октябре довел свою долю до контрольной. Совладельцами проекта остаются Сергей Еремеев (39,92%), Линар Хуснуллин (8,98%) и Кевин Ханда (1%).

Источник:

[KazanExpress запускает бесплатную экспресс-доставку продуктов в первом городе. И это не Казань!](#)

Wildberries запустил программу партнерских сортировочных центров

Kommersant.ru, 06.12.2021 01:23:00

/новость

Продавцы Wildberries, у которых есть свои склады площадью не менее 500 кв. м, смогут стать участниками программы партнерских сортировочных центров (СЦ) и заработать на обработке заказов других контрагентов интернет-площадки, сообщает «Коммерсантъ».

Партнеры должны будут принять товар, отсортировать его, обеспечить временное хранение и дальнейшую отгрузку. За каждую обработанную единицу товара партнер получит 4 руб. Он должен будет компенсировать затраты, если по его вине товар другого продавца будет утерян или испорчен.



Первые три СЦ по новой модели уже запущены в Москве, еще несколько в ближайшие дни заработают в Подмосковье. В перспективе планируется открыть десятки партнерских СЦ в разных регионах России.

Партнерская модель работы СЦ позволит ускорить обработку и доставку заказов, рассчитывают в Wildberries. В Яндекс.Маркете говорят, что с 2020 года развивают сортировочные центры в партнерстве с логистическими операторами. В AliExpress Россия также рассматривают микроформат партнерских сортировочных центров.

У Wildberries крупнейшая доля небольших продавцов, которым зачастую тяжело самостоятельно заниматься логистикой, что приводит к жалобам на очереди на складах и трудновыполнимые требования по приемке, объясняет партнер Data Insight Борис Овчинников. Однако появление нового звена в цепочке прохождения заказа, которым Wildberries напрямую не управляет, создает дополнительные риски, полагает эксперт.

Источник:

[Wildberries отсортирует партнеров](#)

Оборот онлайн-магазинов автозапчастей вырос на 28% за 9 месяцев 2021 г.

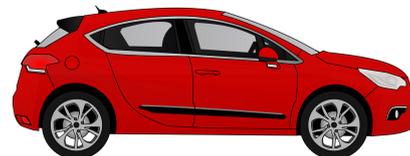
Oborot.ru, 06.12.2021

/новость

Оборот интернет-магазинов, продающих автозапчасти, за три квартала 2021 года вырос на 28% в деньгах и на 18% в штуках год к году, сообщили аналитики AliExpress Россия и ЮKassa. Средний чек в магазинах автотоваров вырос на 9% год к году и составил 4498 руб.

Самые популярные и быстрорастущие категории автозапчастей:

- Товары для автотюнинга:
 - декоративные аксессуары: кожаные оплетки для руля и защитные колпачки (рост в 7,9 раз год к году);
 - декоративные наклейки и накладки (в 2,5 раза).



Чаще всего в этой категории через AliExpress россияне покупают светоотражающие полосы и виниловые стикеры с забавными принтами.

- Пуско-зарядные устройства (спрос вырос вдвое за 9 месяцев).
- Элементы салона, в т.ч. адаптеры для прикуривателя, подлокотники и системы управления круиз-контролем (рост спроса в 1,6 раза).
- Электроника и датчики для авто (в 1,5 раза).
- Лампы для фар (в 2,3 раза).
- Электроприводы и детали для замков (в 1,4 раза).

За три первых квартала 2021 года пользователи в интернете чаще всего оплачивали запчасти стоимостью от 1 до 3 тыс. руб. — 35% от всех платежей. В премиум-сегменте отмечен повышенный спрос. Товары стоимостью от 50 до 80 тыс. руб. покупали на 62% чаще, от 80 до 100 тыс. руб. — на 55% чаще, от 100 до 500 тыс. руб. — на 73% чаще год к году.

Data Insight в сентябре [сообщила](#), что за год с июля 2020 по июнь 2021 в российских интернет-магазинах автотоваров было оформлено на 52% больше заказов, чем за предшествующий год.

Источник:

[Какие запчасти продаются на AliExpress лучше всего: конкретные модели автомобилей и наименования](#)

App Annie: приложение AliExpress — лидер по росту загрузок в России в 2021 г.

Kommersant.ru, 12.12.2021 11:58:00

/исследование

Согласно данным App Annie, в 2021 году расходы пользователей в приложениях выросли во всем мире на 25% до рекордных \$135 млрд, а число загрузок — на 8% до 140 млрд, пишет «Коммерсантъ».

Больше всего пользователи потратили в приложениях для прямых трансляций и онлайн-стриминга. Лидирует здесь YouTube, в топ-5 по расходам пользователей также входят видеосервис TikTok.

В России лидером по количеству загрузок за год оказалось шопинг-приложение AliExpress. Также в топ-10 приложений входят онлайн-ритейлер одежды Shein, онлайн-сервис заказа такси DiDi, приложение ритейлера «Дикси» и онлайн-магазин «Самокат».



Top Breakout Apps & Games by Downloads, 2021 vs 2020

RUSSIA

RANK	APP	RANK	GAMES
1	AliExpress Russia	1	DOP 2: Delete One Part
2	Zenly	2	Going Balls
3	CapCut	3	Phone Case DIY
4	StarMaker Karaoke	4	Smash Colors 3D
5	SHEIN	5	Fidget Toys 3D
6	Maps for Minecraft PE: skyblock survival	6	Hair Challenge
7	DiDi-Mobility	7	Bridge Race
8	Pure Tuber	8	Count Masters
9	DIXY	9	Sushi Roll 3D
10	Самокат	10	Comics Bob

Source: App Annie Intelligence

Footnote: Absolute growth from Jan - Oct 2021 vs Jan - Oct 2020; iOS and Google Play; China is iOS only

Источник:

\$135 млрд ушли в приложения

Московская область — лидер рейтинга потребительского поведения в e-commerce

Pimsolutions.ru, 09.12.2021

/исследование

PIM Solutions выпустила рейтинг российских регионов по потребительскому поведению их жителей в интернете в 2021 году. Учитывались средний чек, уровень выкупа заказов, доля предоплаченных заказов, а также время забора заказов из ПВЗ и постаматов.

Исследование базируется на данных 45 млн интернет-заказов, прошедших через сервисы PIM Solutions за период с 1 января по 31 октября 2021 года. Данные получены у крупнейших служб доставки, подключенных к PIM Solutions, среди которых: Почта России, СДЭК, Voxberry, DPD, B2Cpl, Dalli Service, Fivepost, IM-Logistics, PickPoint, TopDelivery, Алгоритм, СберЛогистика. Количество интернет-магазинов, в которых были оформлены анализируемые заказы, превышает 60 тыс.

Лидерами рейтинга оказались Московская область, Москва, Санкт-Петербург, Тверская и Ивановская области. В первой четверке регионов наблюдается большая плотность. Решающее значение оказала величина среднего чека, благодаря которой в лидерах оказалась Московская область. Самые низкие показатели продемонстрировали Кабардино-Балкария, Северная Осетия, Карачаево-Черкесия, Тыва и Пермский край.

Регионы с наиболее благоприятным потребительским поведением в основном сосредоточены в Центральном и Северо-Западном округах, а с наименее благоприятным — на Дальнем Востоке и в южных регионах. Однако в рейтинге зафиксировано большое количество географически соседних регионов, которые показали противоположные результаты.

№	Регион	Баллы за средний чек	Баллы за выкуп	Баллы за предоплату	Баллы за время забора	Итоговая оценка
1	Московская область	154	164	70	85	473
2	Москва	128	166	85	84	463
3	Санкт-Петербург	122	162	84	83	451
4	Тверская область	130	158	83	72	443
5	Ивановская область	108	150	73	74	405
6	Республика Татарстан	152	112	82	43	389
7	Псковская область	150	138	50	45	383
8	Белгородская область	106	116	61	80	363
9	Нижегородская область	52	160	77	70	359
10	Вологодская область	64	144	66	82	356

Источник:

[Рейтинг потребительского поведения российских регионов в пространстве E-Commerce 2021](#)

Доля e-commerce в российской фармрознице достигла 13,3% в I-III кв. 2021 г.

Rncph.ru, 08.12.2021

/исследование

Согласно данным RNC Pharma, общий объем онлайн-продаж/бронирования продукции аптечного ассортимента (ЛП + парафармацевтика) в России по итогам первых трех кварталов 2021 года составил 141,6 млрд руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС). Динамика относительно аналогичного периода 2020 года — 34,5% в рублях. Общая динамика российского фармритейла — чуть более 3%.

Суммарная доля e-com в общем объеме российской фармрозницы, включая продажи парафармацевтики, по итогам трех кварталов достигла 13,3%. Организации в пределах TOP-20 обеспечили выручку в размере 117,5 млрд руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС) — ровно 83% от общего объема операций в сегменте электронной торговли. Доля топовых игроков все еще имеет тенденцию к сокращению. Компании за пределами двадцатки растут несколько быстрее даже несмотря на кратные показатели прироста у отдельных крупных компаний.

Бессменный лидер рейтинга фармацевтического e-com «Аптека.ру» показывает динамику 16% в рублях, прирост обеспечивался прежде всего за счет расширения количества участников проекта. У «Здравсити» от компании «Протек» продажи выросли на 91% относительно аналогичного периода 2020 года.

«Апрель» нарастил оборот за год в 4,7 раза. С точки зрения роста оборота в e-com: «Ригла» (рост в 3,1 раза), «Ваша №1» (в 2,7 раза), а также «Фармлэнд» (в 2,4 раза). Сети развивают прежде всего сервисную составляющую бизнеса; количественный состав организаций растет, но не является определяющим фактором развития e-com направления.

№	Аптечная сеть	Центральный офис	Объем валовых e-com продаж в 1–3 кв 2021, млрд. руб.	Прирост продаж относительно 1–3 кв 2020, %, руб.	Доля ¹ на розничном-коммерческом фармрынке (ЛП + не ЛП) по итогам 1–3 кв 2021, %, руб.
1	Аптека.Ру	Новосибирск	42,2	16	4,0
2	Ригла	Москва	9,4	211	0,9
3	СберЕаптека	Москва	8,7	63	0,8
4	ИРИС	Москва	6,8	36	0,6
5	Здравсити	Москва	6,6	91	0,6
6	Неофарм	Москва	6,2	58	0,6
7	АСНА	Москва	4,7	42	0,4
8	ОАС Эркафарм и Мелодия Здоровья	Москва	4,6	-	0,4
9	Апрель	Краснодар	4,2	370	0,4
10	Фармлэнд	Уфа	3,7	141	0,4
11	Вита (Самара)	Самара	3,6	-	0,3
12	Монастырев.рф	Владивосток	3,5	-16	0,3
13	Имплозия ²	Самара	3,4	-	0,3
14	Аптека-Таймер	Пермь	3,2	-30	0,3
15	Аптечная сеть 36,6 ²	Москва	3,1	7	0,3
16	Планета Здоровья ²	Пермь	2,0	-	0,2
17	Ваша №1	Москва	0,8	173	0,1
18	Алоэ (Ранее Эдифарм)	С.-Петербург	0,5	-	0,05
19	ОАС Челябинск	Челябинск	0,2	-36	0,02
20	Фармия	Воронеж	0,2	-	0,02

1 - доля рассчитана от суммарного объема коммерческого розничного рынка ЛП и парафармацевтики РФ
2 - экспертная оценка

Источник RNC Pharma®: Рейтинг российских аптечных сетей

Источник:

RNC Pharma представляет TOP-20 компаний e-com сегмента российской фармацевтической розницы по итогам 1–3 кв. 2021 г

Почта России: бесплатный возврат важен так же, как и скорость доставки

Pochta.ru, 08.12.2021

/исследование

Согласно опросу Почты России, 42% респондентов пользовались бесплатным возвратом товаров из интернет-магазинов, остальные — платным. Наличие бесплатного возврата является таким же важным критерием при выборе интернет-магазина, как и скорость доставки.

Покупали товары в интернет-магазине в течение последних 6 месяцев 66% участников опроса, из них 39% возвращали товар обратно. Треть опрошенных последний раз возвращали товары Почтой России, и еще чуть менее трети респондентов использовали собственную службу доставки интернет-магазина. Чаще всего через Почту России возвращают одежду, электронику, комплектующие для автотранспорта и мотоциклов.



Источник:

[Простота возврата товаров — такой же важный для россиян критерий, как и скорость доставки](#)

Материал размещен на правах рекламы

Борис Овчинников выступит на конференции Маркетплейсы 16 декабря

Marketplaces.moscow, 10.12.2021

/реклама

16 декабря партнер Data Insight Борис Овчинников выступит с докладом про Интернет-торговлю 2021 и динамику роли маркетплейсов на этом рынке на конференции Маркетплейсы 2021 в конгресс-центре "Технополис Москва"



Маркетплейсы 2021 — это

- 1000+ участников — производителей, байеров, поставщиков, менеджеров и маркетологов, хэнд-мейд мастеров и других
- 4 тематических потока на мультимедийной конференции
- Более 30 компаний на выставке сервисов и новейших технологий для оптимизации работы на маркетплейсах

Узнайте как создать, развивать и эффективно продвигать бизнес на маркетплейсах

Билеты [здесь](#)

Увидимся 16 декабря в конгресс-центре "Технополис Москва"!

Источник:

[Маркетплейсы 2021](#)

Data Insight. Рынок интернет-аптек

Datainsight.ru, 09.12.2021

/реклама

Data Insight при поддержке **Dostavista** выпустили расширенное исследование «**Рынок интернет-аптек**» за 1 полугодие 2021 года.

Скачать краткую версию отчета: «[Рынок интернет-аптек](#)» (pdf, 4,6 Мб)

В исследовании приведены данные по 57 интернет-аптекам, входящим в ТОП-1000 российских интернет-магазинов по количеству заказов в 1 полугодии 2021 года.

В отчет вошли интернет-магазины, специализирующиеся в первую очередь на продаже лекарственных средств. В исследование не включены интернет-магазины, специализирующиеся на продаже очков и линз, медицинского оборудования, БАДов и других нелекарственных товаров для здоровья, также не учитываются продажи лекарств и других товаров для здоровья универсальными интернет-магазинами.

DA
TA
insight при поддержке **Dostavista**

Объем онлайн-рынка интернет-аптек



За 1 полугодие 2021 года в интернет-аптеках, входящих в ТОП-1000, было оформлено **53 миллиона заказов** на сумму **89 миллиардов рублей**. Средний чек составил **1 680 рублей**.

Ключевые тезисы:

- За 1 полугодие 2021 было оформлено 53 млн заказов на сумму 89 млрд рублей.
- Средний чек составил 1 680 рублей.
- За 1 полугодие 2021 в интернет-аптеках было оформлено на 29% больше заказов, чем за предшествующий период (1 полугодие 2020).
- Конверсия сектора составила 11,6%.
- Количество онлайн-заказов в интернет-аптеках составляет 8% от всех заказов, сделанных у ритейлеров, входящих в ТОП-1000.
- Доля органических поисковых переходов сектора составила 56% против 40% в среднем по российскому рынку eCommerce.

[Узнать подробнее о полной версии исследования](#)

Источник:

[Рынок интернет-аптек](#)

Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Ноябрь 2021

Datainsight.ru, 09.12.2021

/реклама

Data Insight анонсирует **новый выпуск ежемесячного бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за **октябрь**, данные по крупнейшим игрокам рынка, прогнозы.

В октябре 2021 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 25,2 млн заказов (без учета маркетплейсов с несрочной доставкой). Это на 15% или 3,3 млн заказов больше, чем в октябре 2020 года. Количество заказов за год (по сравнению с октябрём 2020) выросло в 3 раза (в денежном выражении рост существенно меньше).



Данные за III квартал и октябрь показали, что по многим игрокам снижение среднего чека идет несколько быстрее, чем мы предполагали; этим обусловлена корректировка оценок среднего чека в целом по году — с 1400 рублей согласно отчету по результатам сентября до 1340 рублей в текущем отчете.

С учетом данных за октябрь, по итогам года Data Insight ожидает в целом по рынку eGrocery за 2021 год 236 млн заказов и 316 млрд рублей. Это соответствует росту относительно 2020 года в 3,5 раза по количеству заказов и в 2,5 раза по объему онлайн-продаж.

Обновленный прогноз по количеству заказов, среднему чеку и объему продаж за 2021 год включен в новый выпуск бюллетеня.

Бюллетень по eGrocery выходит ежемесячно и распространяется только по подписке. **Выберите период подписки и узнайте ее стоимость по ссылке или напишите нам на почту coordinator@datainsight.ru**

Источник:

[Выпуск eGrocery бюллетеня Ноябрь 2021](#)

Минпромторг: онлайн-торговля может вырасти на 40% в 2021 г.

Tass.ru, 10.12.2021 12:41:00

/мнение

Согласно прогнозу Минпромторга, в 2021 году розничная торговля вырастет на 10%, а электронная — на 40%, сообщает [ТАСС](#).

«Если говорить про онлайн, то за прошлый год был рост порядка 60%. Думаю, что в этом году будет около 40%. А что касается розничной торговли, то мы рассчитываем в целом на 10% роста», — сказал глава министерства Денис Мантуров в кулуарах международного экспортного форума «Сделано в России».



В октябре 2021 года объемы продаж через интернет по крупным и средним торгующим организациям увеличились по сравнению с сентябрем 2021 года на 5,3% (в сопоставимых ценах), с октябрём 2020 года — в 1,3 раза. Доля онлайн-продаж в общем обороте розничной торговли этих организаций увеличилась до 7,5% против 6,1% в октябре 2020 года.

Лидерами стали интернет-магазины Ozon, Wildberries и «Ситилинк» (их доля в общем объеме интернет-продаж составила 45,9%). В структуре продаж этих интернет-магазинов преобладала мужская, женская и детская одежда (13,5%), компьютеры (6,6%), обувь (5,8%), бытовые электротовары (5%).

Источник:

[Минпромторг ожидает роста розничной торговли в 2021 году на 10%](#)

Весь мир:

Антимонопольный регулятор Италии оштрафовал Amazon на \$1,3 млрд

Reuters.com, 10.12.2021 12:28:00

/новость

Итальянский антимонопольный регулятор оштрафовал Amazon на 1,13 млрд евро (\$1,28 млрд) за предполагаемое злоупотребление доминирующим положением на рынке, сообщает [Reuters](#). Это одно из самых серьезных наказаний, наложенных на американского техгиганта в Европе.

В заявлении говорится, что Amazon использовал свое доминирующее положение, чтобы продвигать среди локальных продавцов собственную логистическую услугу Fulfillment by Amazon (FBA). Кроме того, только использование FBA давало продавцам доступ к набору эксклюзивных преимуществ, включая лейбл Prime, который помогает повысить узнаваемость и увеличить продажи.



Amazon заявил, что «категорически не согласен» с решением итальянского регулятора и подаст апелляцию. Техгиганг также отметил, что FBA не является обязательной услугой, и большинство сторонних продавцов на Amazon ее не используют.

Источник:

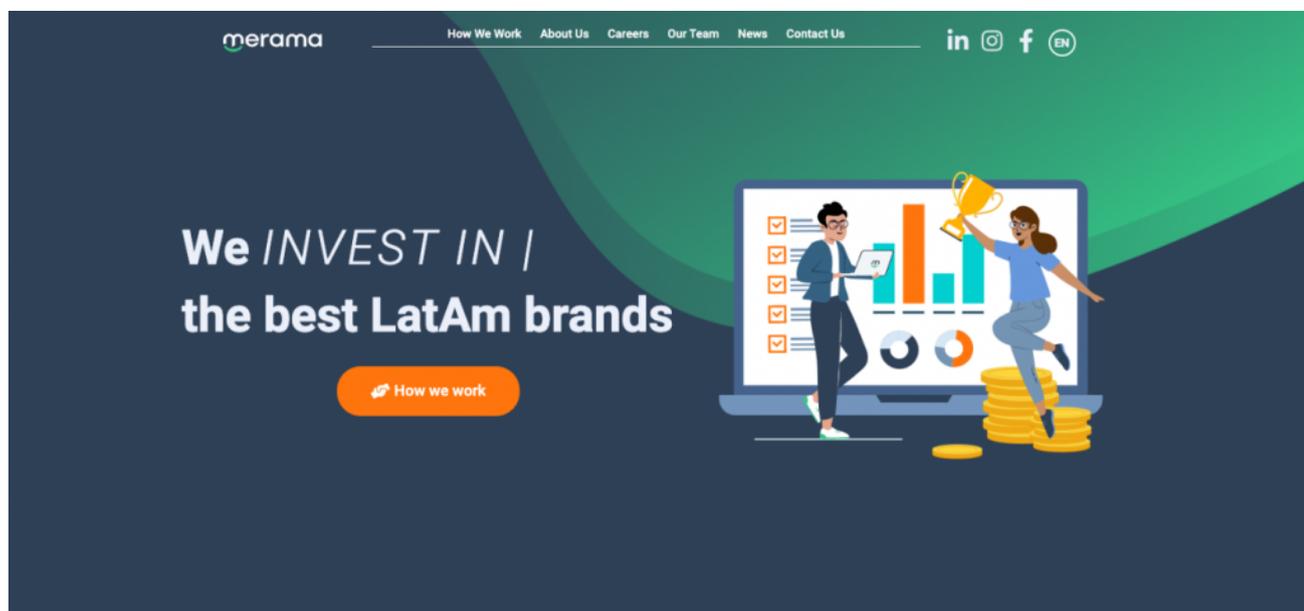
[Italy fines Amazon record \\$1.3 bln for abuse of market dominance](#)

Е-commerce агрегатор Merama стал «единорогом» спустя год после запуска

Techcrunch.com, 09.12.2021 03:01:00

/новость

Стартап Merama, который приобретает или запускает латиноамериканские цифровые бренды, получил новые дополнительные инвестиции в размере \$60 млн. В результате компания достигла оценки в \$1,2 млрд всего через 12 месяцев после запуска.



За день до этого е-commerce агрегатор из Латинской Америки Quinio объявил о первоначальном финансировании в размере \$20 млн для приобретения около 30 компаний.

В сентябре Merama привлекла в серии В \$225 млн и достигла оценки в \$850 млн. Сегодня в компании работает более 180 сотрудников, в портфеле — 20 брендов в Мексике, Бразилии, Чили, Колумбии и Перу. Последние инвестиции позволят компании выйти на рынок Аргентины и США.

За последние несколько лет е-commerce агрегаторы приобрели популярность во всем мире, а успешные компании привлекли миллиарды венчурного капитала. Помимо Quinio, пекинская Nebula Brands получила на этой неделе \$50 млн. В октябре Amazon агрегатор Thrasio привлек \$1 млрд, а в мае Perch получил инвестиции в размере \$775 млн.

Источник:

[E-commerce aggregator Merama gets its horn after just 12 months in business](#)

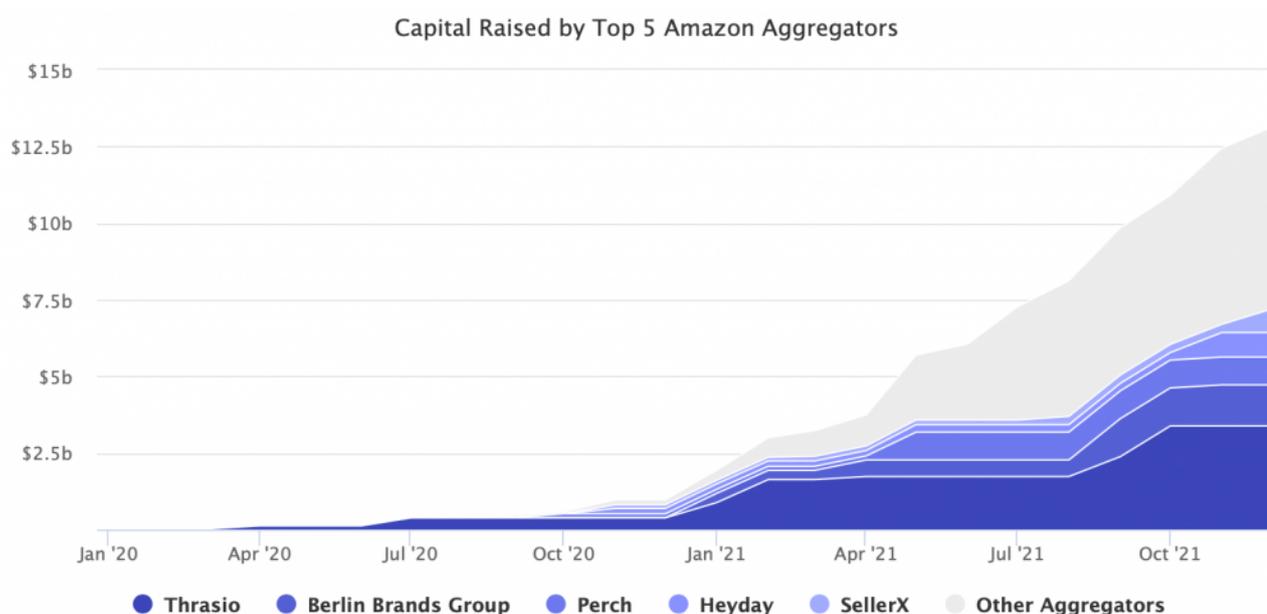
Amazon агрегаторы привлекли свыше \$12 млрд в 2021 г.

Marketplacepulse.com, 09.12.2021

/новость

В 2021 году Amazon агрегаторы (компании, которые скупают успешные бренды, торгующие на площадке) привлекли более \$12 млрд, согласно данным Marketplace Pulse.

Объявили о раундах финансирования 45 Amazon агрегаторов, 29 из которых привлекли не менее чем по \$100 млн. Пять крупнейших агрегаторов — Thrasio, Berlin Brands Group, Perch, Heyday и SellerX — привлекли в общей сложности более \$7 млрд (почти половина из них была получена только Thrasio). В общем объеме привлеченного капитала на них приходится 55%.



Сейчас агрегаторы есть в 20 странах мира. Большинство базируется в США, но существуют компании, работающие в Бельгии, Канаде, Китае, Финляндии, Франции, Германии, Индии, Израиле, Японии, Люксембурге, Мексике, Португалии, Сингапуре, Испании, Швейцарии, Нидерландах, Турции, ОАЭ и Великобритании.

Расположение штаб-квартиры не имеет особого значения — агрегаторы покупают компании со всего мира. Но некоторые пытаются дифференцироваться, сосредоточившись на местных рынках или создавая уникальный доступ к местным сообществам продавцов.

Источник:

[Amazon Aggregators Raised Over \\$12 Billion in 2021](#)

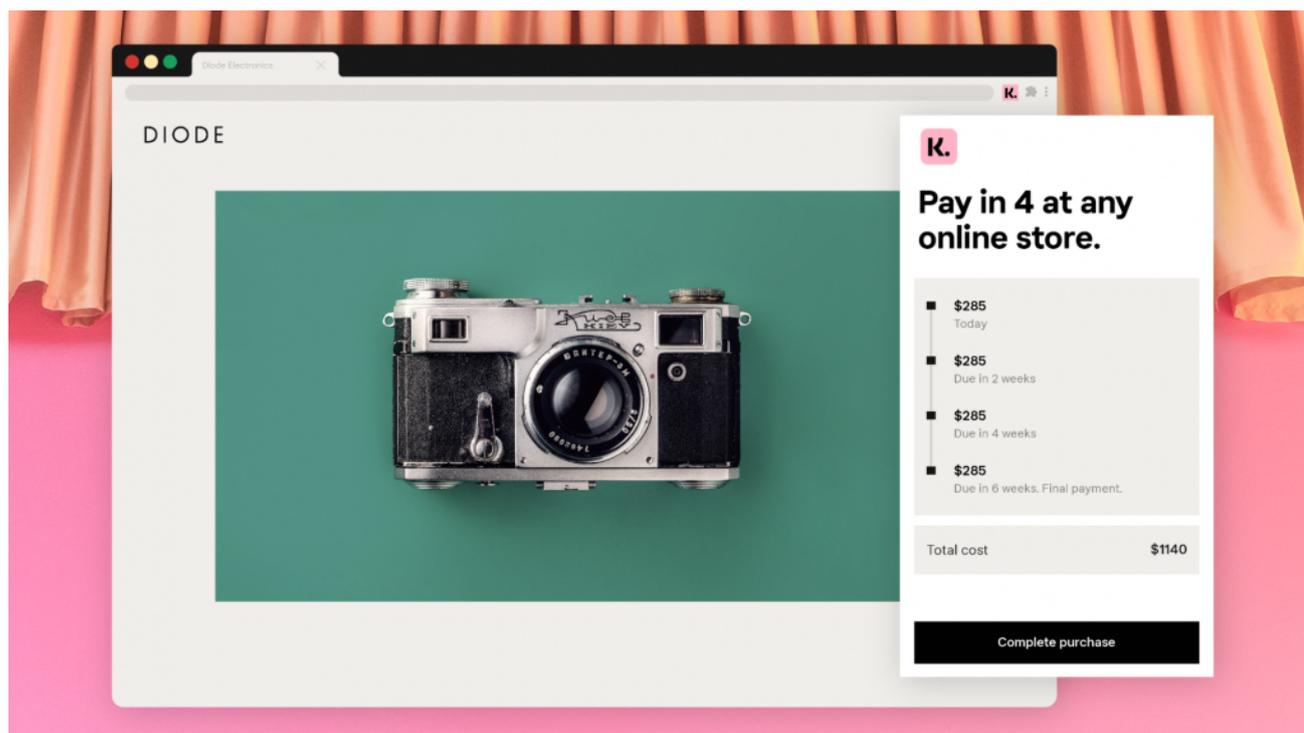
Klarna запустила платежное расширение для браузера

Klarna.com, 09.12.2021

/новость

Финтех-компания Klarna запустила расширение браузера, которое позволяет совершать покупки с гибкими вариантами оплаты в любом интернет-магазине. При этом ритейлер может не являться партнером Klarna.

Расширение работает на платформе Piggy, которую Klarna приобрела в ноябре, и помимо предложения различных вариантов оплаты в рассрочку, позволяет добавлять при оформлении заказа скидочные купоны, использовать кешбэк-программы и т.д.



Несмотря на значительный рост мобильных покупок, на десктопы приходится 32% всего e-commerce трафика и 44% онлайн-заказов. Новое расширение предоставляет потребителям тот же шопинг на компьютере, который они уже используют в приложении Klarna.

Каждый раз, когда потребитель совершает покупку или сохраняет товар с расширением браузера, это автоматически отражается в его приложении. Расширение Klarna совместимо с Google Chrome и Microsoft Edge. Поддержка Firefox и Safari будет развернута в ближайшем будущем. Расширение доступно в США, Великобритании, Германии и Франции и вскоре появится на остальных рынках присутствия Klarna.

Источник:

[Klarna launches browser extension allowing consumers to pay later across all online stores](#)

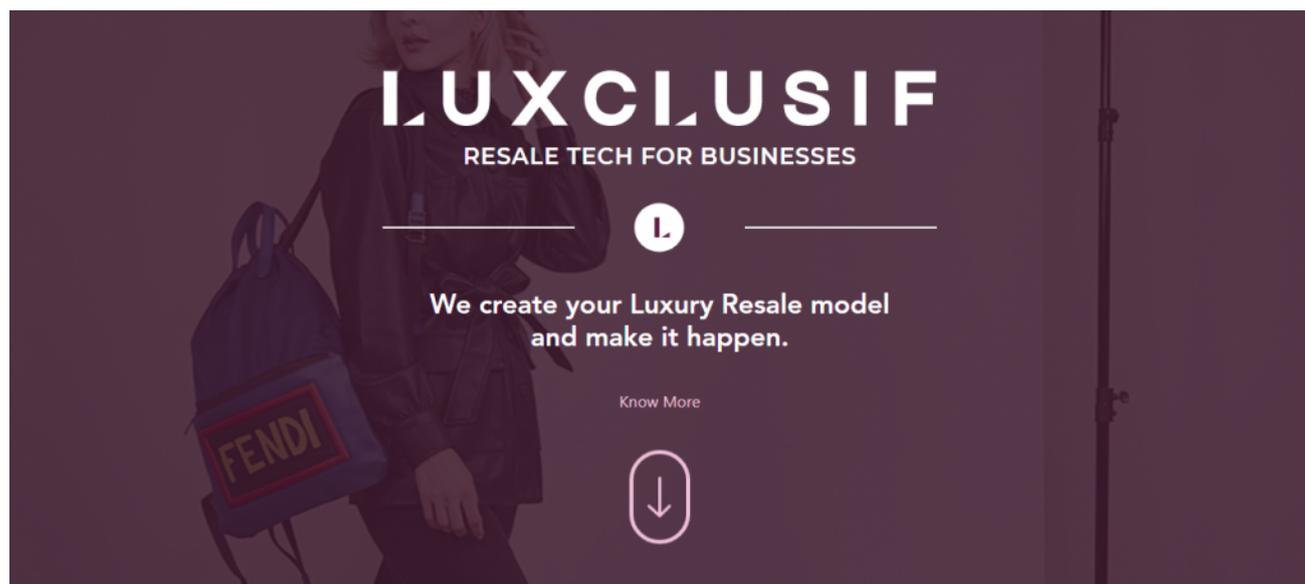
Farfetch купил B2B платформу перепродажи люксовых товаров Luxclusif

Chargedretail.co.uk, 09.12.2021

/НОВОСТЬ

Farfetch приобрел B2B платформу для перепродажи предметов роскоши Luxclusif. В сделку включена технологическая платформа Luxclusif, а вся команда присоединится к группе Farfetch.

Платформа, использующая в работе технологии и данные, позволяет продавать и покупать подержанные предметы роскоши на аукционах, у розничных продавцов, на платформах электронной коммерции и в магазинах по всему миру. Farfetch сотрудничает с сервисом в течение нескольких лет.



Источник:

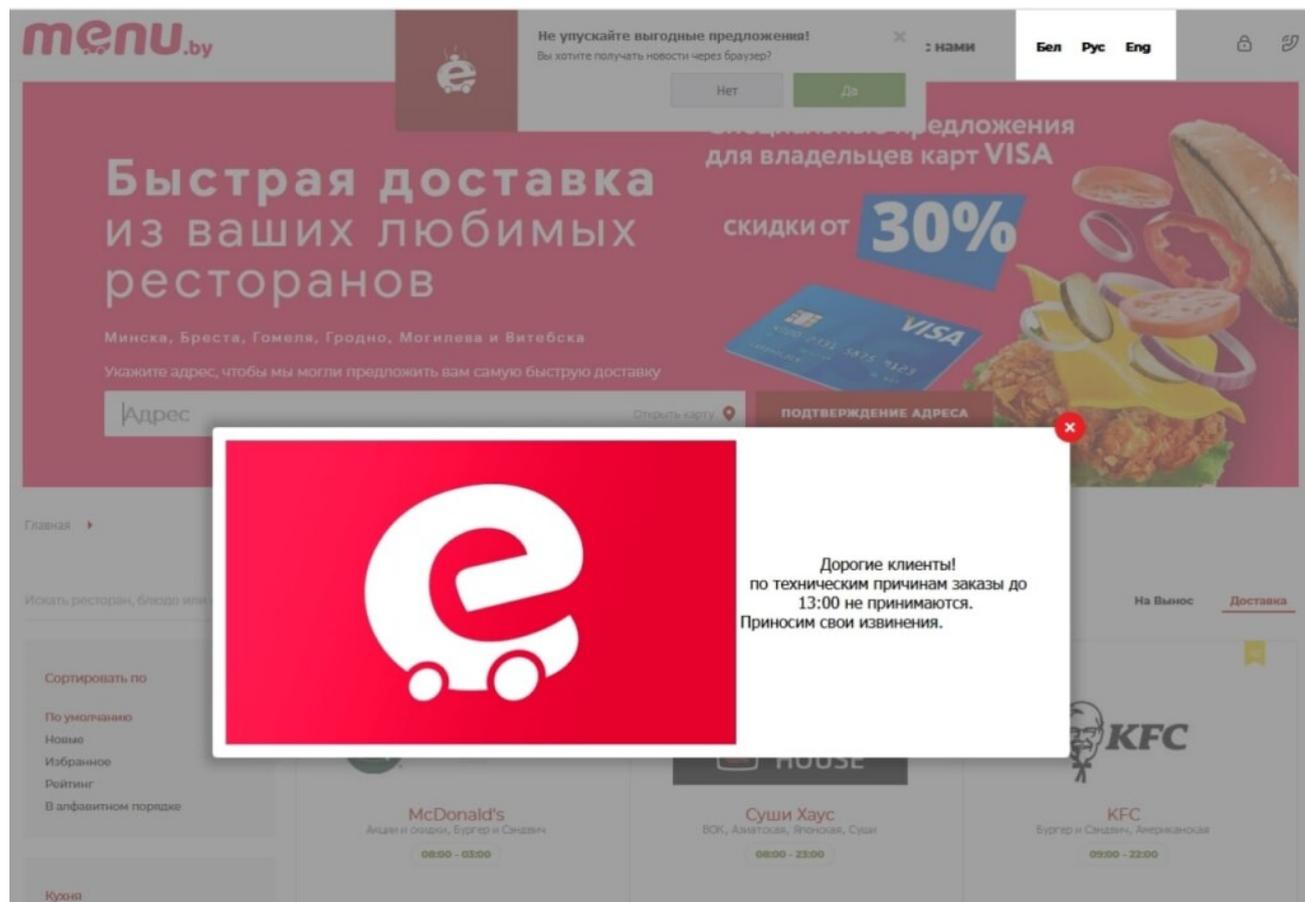
[Farfetch acquires resale platform Luxclusif](#)

Закрывается крупнейшая в Беларуси служба доставки еды Menu.by

Oborot.ru, 07.12.2021

/НОВОСТЬ

Крупнейшая в Беларуси служба доставки еды «МенюБай» (Menu.by) объявила о ликвидации. Заказы на сайте не принимаются.



Компания объясняет закрытие тем, что не смогла договориться о продаже бизнеса или слиянии с международной службой. Также у сервиса был кассовый разрыв, который инвесторы решили не закрывать.

«МенюБай» (Menu.by) — дочерняя структура Menu Group UK. С 2012 года Menu Group работает в аналогичной нише на рынке Армении. Подразделения компании в Грузии и Украине были закрыты еще раньше.

Недавно свою службу доставки еды в Беларуси запустил Яндекс.

Источник:

[Русские идут - остальные закрываются! На фоне выхода Яндекс.Еды на белорусский рынок главный местный конкурент почти сразу закрылся](#)

Alibaba Group реорганизует бизнес онлайн-торговли

Alizila.com, 06.12.2021

/новость

Alibaba Group объявила об организационных изменениях и назначениях в топ-менеджменте. Компания продолжает инвестировать в два своих стратегических направления — внутреннее потребление и глобализацию.

Подразделение международной интернет-торговли объединит AliExpress, Alibaba.com и Lazada — центральные бизнес-единицы, обеспечивающие стратегию глобализации Alibaba. Направление возглавит Цзян Фань, который раньше отвечал за основные розничные платформы компании в Китае Taobao и Tmall.



Китайское подразделение будет включать Tmall и Taobao. Его возглавит Труди Дай, которая ранее отвечала за несколько платформ Alibaba.

Источник:

[Alibaba Introduces More Agile Organizational Structure to Accelerate Domestic and International Growth](#)

ByteDance запустила в Европе приложение для покупок Fanno

Scmp.com, 06.12.2021 06:00:00

/новость

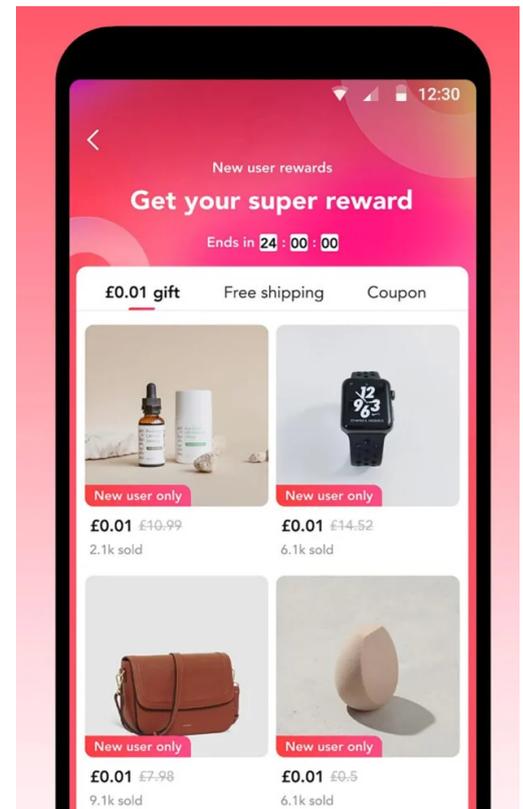
Компания ByteDance, владеющая TikTok, накануне Черной пятницы запустила шопинг-приложение Fanno во Франции, Германии, Италии, Испании и Великобритании. Приложение работает «отдельно и независимо от TikTok и TikTok Shopping». Fanno постепенно поднимается в рейтинге самых популярных приложений в мире.

В рамках текущей акции Fanno новые пользователи могут выбрать продукт стоимостью всего 0,01 фунта стерлингов (\$0,013), получить бесплатную доставку без минимальной стоимости заказа и купон на скидку. Бесплатная доставка также предлагается для последующих заказов пользователя.

В прошлом месяце ByteDance запустила приложение для продавцов TikTok, которое позволяет им управлять своими цифровыми магазинами. В материковом Китае ByteDance планирует представить автономное приложение для покупок под названием Douyin Box.

Источник:

[TikTok owner ByteDance ramps up e-commerce expansion with launch of Fanno shopping app in Europe](#)



Carrefour запускает подписку на доставку

Retaildetail.eu, 06.12.2021

/новость

Ритейлер Carrefour запускает во Франции подписку на крупные доставки. Услуга ориентирована на городских жителей, которые регулярно размещают онлайн-заказы и зачастую не имеют машины для перевозки больших партий товаров. Клиенты могут составить свою корзину на сайте и выбрать периодичность доставки: ежемесячно, каждые два месяца или каждые три месяца.

Ежемесячная корзина покупок доставляется бесплатно. Для клиентов, заказывающих на сумму более 50 евро, также нет абонентской платы, но они получают 5%-ную скидку. Carrefour обещает, что цены на выбранные продукты останутся фиксированными, пока действует подписка.

При этом количество товаров ограничено: покупатели могут выбирать примерно из 400 наименований, включая повседневные товары и текстильные изделия. Ассортимент будет расширен в начале 2022 года.

Источник:

[Carrefour launches delivery subscription and second-hand website](#)



IWSR: онлайн-продажи алкоголя в мире вырастут на 66% к 2025 г.

Theiwsr.com, 07.12.2021

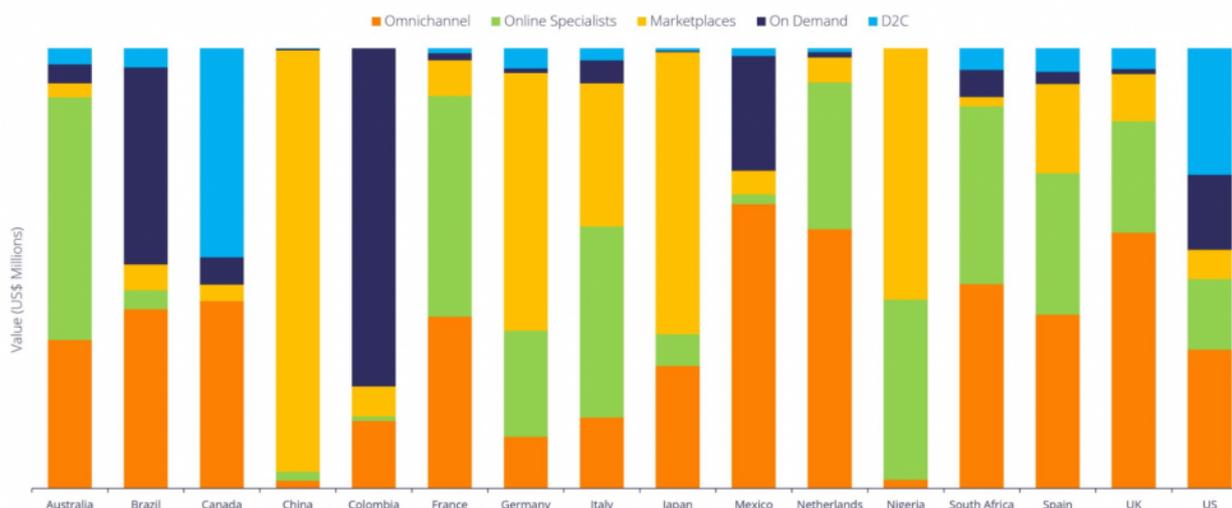
/исследование

В следующие пять лет общие продажи алкогольных напитков на 16 ключевых мировых рынках вырастут на 66% и превысят \$42 млрд, согласно прогнозу IWSR. Около четверти потребителей алкоголя во всем мире заказывают спиртное в интернете, причем две трети сделали первую покупку еще до пандемии.

На 16-ти целевых рынках, исследованных IWSR (Австралия, Бразилия, Канада, Китай, Колумбия, Франция, Германия, Италия, Япония, Мексика, Нидерланды, Нигерия, Южная Африка, Испания, Великобритания и США), объем электронной торговли увеличился примерно на 12% в 2019 году, а затем прибавил почти 43% в 2020 году в разгар пандемии.

Total Ecommerce Alcohol Value by Channel

Differences in how beverage-alcohol ecommerce has evolved in individual markets means there is no standard model, with considerable variation in channel structure between countries



Source: IWSR Ecommerce Strategic Study 2021

IWSR Copyright 2021 - The IWSR - For client use only. Not to be reproduced or resold without permission from the IWSR.

К 2025 году на электронную торговлю, по прогнозам, будет приходиться около 6% всех внебиржевых продаж алкогольной продукции по сравнению с менее чем 2% в 2018 году. Наибольший рост объема электронной торговли обеспечит США. Среднегодовой рост примерно на 20% позволит им стать ведущим мировым рынком алкогольных напитков в интернете. Китай, на который сейчас приходится треть общего объема электронной торговли, будет расширяться менее быстрыми темпами, но по-прежнему вносить значительный вклад.

Источник:

[Led by the US, beverage alcohol ecommerce value expected to grow +66% across key markets 2020-2025](#)

Подкасты и видео

В один клик

Кто и как учит работать в E-com

Беседуют: Федор Вирин и Аяна Бабасанова
Гость: Юлиана Гордон, основатель iWENGO

Сейчас вокруг маркетплейсов выстраивается инфраструктура — рекламные агентства, логистические компании и даже школы интернет-торговли, потому что квалифицированных специалистов на всех не хватает. Одну из таких школ, iWENGO, создала Юлиана Гордон. Поговорили о том, кто идет к ней учиться, какие ошибки допускают начинающие продавцы и каких специалистов не хватает на рынке электронной коммерции.



[Podcast.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)

Digital Voice

Стратегия ритейла должна измениться — Даг Стивенс — Retail Prophet

Беседует: Филипп Лабковский
Гость: Даг Стивенс, мировой эксперт в области ритейла, консультант, автор трех книг о будущем ритейла и публикаций в New York Times, Financial Times, Wall Street Journal и пр.

Прошел ли мировой покупатель точку невозврата на пути к цифровизации покупок, почему ритейлеры неправильно считают доходность магазинов, какие ошибки совершают компании при составлении стратегии на следующий год и какие тренды будут определять облик ритейла и онлайн продаж.



[Podcast.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [CastBox](#)
[YouTube](#)

Ecom 2.1 — телешоу СДЭК на канале «Пробизнес»

Как маркетплейсы влияют на развитие e-com, как меняются сервисы доставки, и заменит ли виртуальная примерочная настоящую

Ведущие: Андрей Мякин, директор по продажам СДЭК, Ирина Иванова, руководитель отдела продаж СДЭК
Герой программы: Сергей Фадеев, Head of e-commerce в Stockmann Russia



[Смотреть на сайте](#)

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
- развитию 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.