

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2021 / № 49

13 Декабря 2021 - 19 Декабря 2021

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

«Лента» покупает «Утконос» за 20 млрд руб.

Яндекс.Маркет получил фармацевтическую лицензию

Ozon Express запустил доставку за 15 минут

«Авито» стал самым посещаемым сайтом объявлений в мире

«Магнит» и Delivery Club запустили экспресс-доставку продуктов за 30 минут

Экс-руководитель Яндекс.Маркета Максим Гришаков возглавит Hoff

Продавцы из сектора МСП активно выходят на маркетплейсы

«Лента Онлайн» тестирует экспресс-доставку за 20 минут

Треть продаж Hoff приходится на онлайн

СберМаркет начал доставлять из дарксторов «ВкусВилла»

ЮMoney: обороты онлайн-площадок выросли на 40% в 2021 г.

ОМІ: самая быстрая доставка еды — у «Додо Пиццы», Яндекс.Еды и Delivery Club

NielsenIQ: онлайн стал полной репликой офлайна

GfK: в сегменте БТиЭ доля онлайн-покупок составила 43%

#### **Весь мир:**

Wildberries запустил продажи в Великобритании

ByteDance создал отдельное шопинг-приложение для Китая

Онлайн-продажи Inditex выросли на 28% за 9 месяцев 2021 г.

Walmart развивает шопинг в стримах совместно с TalkShopLive

Сервис быстрой доставки Grovy нацелился на Восточную Европу

Marketplace Pulse: мир маркетплейсов вращается вокруг Amazon

48% американских пользователей соцсетей делали покупки с их помощью

Promodo: рынок e-commerce в Украине вырастет на 23% в 2021 г.

Instagram: молодежь будет больше покупать в соцсетях в 2022 г.

#### **Подкасты и видео**

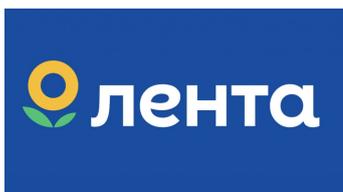
## Россия:

# «Лента» покупает «Утконос» за 20 млрд руб.

Lenta.com, 16.12.2021

/новость

«Лента» заключила соглашение о приобретении онлайн-ритейлера «Утконос» для создания ведущей платформы в сегменте e-grocery, охватывающей все ключевые потребности покупателей и сегменты рынка. Сделка будет осуществлена в форме приобретения 100% доли в ООО «Новый Импульс-50» у ООО «Севергрупп». Базовая цена сделки — 20 млрд руб.



**УТКОНОС:**

И.. И.. ОНЛАЙН

Сделка будет профинансирована за счет дополнительного выпуска акций «Ленты» и их размещения путем закрытой подписки в пользу ООО «Севергрупп», при этом остальные акционеры имеют преимущественное право приобретения дополнительных акций. ООО «Севергрупп» приняло на себя обязательство по оплате уставного капитала МКПАО «Лента» в размере 20 млрд руб.

«Утконос ОНЛАЙН» и «Лента Онлайн» продолжат оказывать услуги под своими брендами, но объединятся в рамках одного онлайн-подразделения, которое получит название Lenta-U. После завершения сделки Дэнни Перекальски, генеральный директор «Утконос ОНЛАЙН», займет должность генерального директора онлайн-подразделения Lenta-U и будет отвечать за формирование стратегии, расширение онлайн-бизнеса «Ленты» и достижение ключевых операционных и финансовых показателей. Дэнни Перекальски будет подчиняться непосредственно генеральному директору Владимиру Сорокину. Дмитрий Скиба займет должность заместителя генерального директора онлайн-подразделения Lenta-U.

В 2020 году доля «Утконоса» на московском рынке e-grocery составляла около 10%. За пределами Москвы и Московской области «Утконос» доставляет заказы в таких городах, как Калуга, Тверь, Тула. В 2020 году количество заказов «Утконоса» достигло 2,7 млн со средним чеком 5 359 руб. В первом полугодии 2021 года общие продажи «Утконоса» выросли на 11% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 7,8 млрд руб. «Утконос» управляет двумя собственными дарксторами общей площадью 80 000 кв. м и двумя арендованными дарксторами общей площадью 21 000 кв. м, расположенными в Москве и Московской области.

Источник:

[«Лента» приобретает «Утконос» для создания одной из лидирующих платформ в сегменте e-grocery в России](#)  
[Утконос ОНЛАЙН:Newsroom](#)

# Яндекс.Маркет получил фармацевтическую лицензию

Pharmvestnik.ru, 17.12.2021 17:20:00

/новость

Маркетплейс Яндекс.Маркет получил фармацевтическую лицензию. Информацию об этом в «Едином реестре лицензий» Росздравнадзора обнаружил [«Фармацевтический вестник»](#).

«Яндекс.Маркет действительно получил фармацевтическую лицензию, чтобы подготовиться к участию в эксперименте по дистанционной продаже рецептурных лекарств. Наличие лицензии также может помочь нам в развитии инфраструктуры доставки», — заявили «ФВ» в компании.



В реестре юрицом, на которое оформлена лицензия, числится ООО «Яндекс». Продажей лекарств на фармрынке при этом занимается ООО «Яндекс.Маркет». О планах маркетплейса получить фармлицензию стало известно еще в июне.

Источник:

[«Яндекс» получил фармлицензию для эксперимента по онлайн-продаже рецептурных лекарств](#)

# Ozon Express запустил доставку за 15 минут

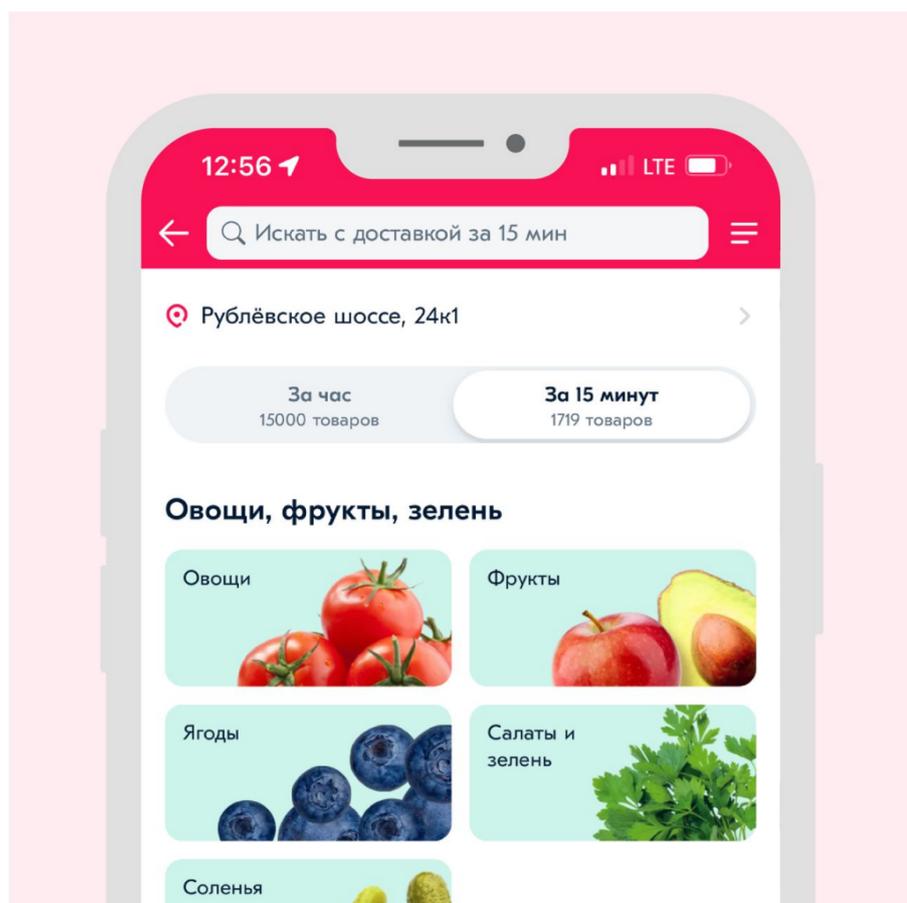
T.me, 16.12.2021 10:17:00

/новость

В Ozon Express теперь можно заказать порядка 2000 наименований продукции с доставкой за 15 минут. Более широкий ассортимент доступен с доставкой в течение часа.

Супербыстрые заказы будут собирать в мини-дарксторах, первые уже появились в московских районах Зюзино, Кунцево и Теплом Стане. В декабре новые зоны покрытия в Москве будут появляться почти каждый день. В приложении ритейлера на вкладке Ozon Express появились тумблеры «За час» и «За 15 минут».

Отличительной чертой мини-дарксторов станут кухни, откуда к клиентам поедет горячая готовая еда Ozon Express.



Источник:

[Ozon Express стал ещё быстрее – запустили доставку за 15 минут](#)

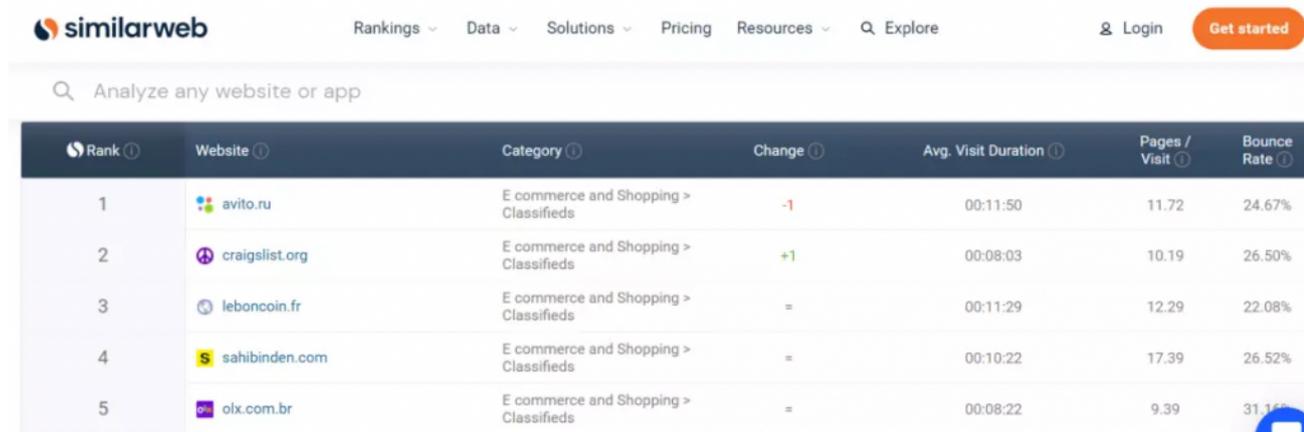
# «Авито» стал самым посещаемым сайтом объявлений в мире

Vc.ru, 15.12.2021 15:44:00

/новость

Согласно данным сервиса Similar Web, «Авито» занял верхнюю строчку [рейтинга](#) наиболее посещаемых сайтов объявлений по итогам ноября 2021 года, впервые сместив с этой позиции американский Craigslist.

Общее число посещений сайта в ноябре составило 279,6 млн. Среднее количество времени, которое пользователи проводили на платформе за одно посещение, составило 11 минут, за это время они успевают посетить 11,72 страницы с объявлениями.



Rank	Website	Category	Change	Avg. Visit Duration	Pages / Visit	Bounce Rate
1	<a href="#">avito.ru</a>	E commerce and Shopping > Classifieds	-1	00:11:50	11.72	24.67%
2	<a href="#">craigslist.org</a>	E commerce and Shopping > Classifieds	+1	00:08:03	10.19	26.50%
3	<a href="#">leboncoin.fr</a>	E commerce and Shopping > Classifieds	=	00:11:29	12.29	22.08%
4	<a href="#">sahibinden.com</a>	E commerce and Shopping > Classifieds	=	00:10:22	17.39	26.52%
5	<a href="#">olx.com.br</a>	E commerce and Shopping > Classifieds	=	00:08:22	9.39	31.16%

В мировом рейтинге e-commerce and shopping «Авито» занял 14 строчку с лучшими показателями по поведенческим метрикам (отказы и глубина сессий) среди российских сервисов, став номером 1 среди популярных отечественных маркетплейсов.

«Авито» лидирует также по общему числу публикаций — на сайте размещено более 86 млн активных объявлений.

В октябре мобильное приложение «Авито» заняло первое место в России в рейтингах аналитического сервиса App Annie по числу активных пользователей, общему количеству сессий, времени, проводимому в приложении, а также общему количеству скачиваний за весь период существования.

Источник:

[Авито занял 1 место в мировом рейтинге сайтов объявлений \(классифайдов\) по данным Similar Web](#)

# «Магнит» и Delivery Club запустили экспресс-доставку продуктов за 30 минут

Magnit.com, 15.12.2021

/новость

«Магнит» запустил экспресс-доставку продуктов за 30 минут с Delivery Club — до конца 2021 года сервис появится в 9 городах и охватит более 1000 магазинов компании. Услуга доступна жителям Тюмени, Курска, Омска, Брянска и Тамбова. В ближайшее время будут подключены Москва, Воронеж, Самара и Смоленск, а в следующем году партнёры планируют расширить географию доставки.



Пользователям приложения Delivery Club доступен ассортимент, насчитывающий около 5000 товаров из магазинов «Магнит». Минимальной суммы заказа нет, стоимость доставки на текущий момент составляет 99 руб., а при заказе на 499 руб. в регионах и 699 руб. в Москве будет бесплатной. Все заказы доставляются бесконтактно.

Ранее «Магнит» и Delivery Club запустили экспресс-доставку от 30 до 45 минут из более чем 2 500 магазинов компании в свыше 90 городах России. Самыми популярными товарами являются базовые продукты питания: овощи, фрукты, кисломолочные продукты, мясо и хлеб.

Общее число заказов в рамках собственных и партнерских сервисов онлайн-коммерции «Магнита» достигает 70 тыс. в сутки. Совокупный оборот этих сервисов в последнюю неделю октября 2021 года превысил 1% общей выручки.

Источник:

[«Магнит» и Delivery Club запустили экспресс-доставку продуктов за 30 минут](#)

# Экс-руководитель Яндекс.Маркета Максим Гришаков возглавит Hoff

Rb.ru, 14.12.2021 14:23:00

/новость

Бывший глава Яндекс.Маркета Максим Гришаков в начале 2022 года займет должность CEO российской сети гипермаркетов по продаже мебели и товаров для дома Hoff.

«В начале года я выхожу в компанию Hoff в качестве CEO. Буду работать с основателями Александром Зайонцем и Михаилом Кучментом и со всей командой Hoff. Вместе мы продолжим строить самого крутого онлайн-ритейлера мебели и товаров для дома в России, в том числе развивая мультиформатную сеть магазинов», — [цитирует](#) [rb.ru](#) пост Максима Гришакова в Facebook.

По [словам](#) сооснователя Hoff Михаила Кучмента, Максим Гришаков «будет отвечать за все операционное управление бизнесом, усилит цифровую трансформацию».



Источник:

[Экс-глава «Яндекс.Маркета» Максим Гришаков возглавит Hoff](#)

# Продавцы из сектора МСП активно выходят на маркетплейсы

Tass.ru, 14.12.2021 06:13:00

/новость

Российские компании из сектора малого и среднего предпринимательства (МСП), а также самозанятые граждане в 2021 году чаще стали использовать онлайн-площадки для реализации своих товаров, сообщает [ТАСС](#).

**AliExpress:** число российских продавцов с начала 2021 года выросло в 2,5 раза. Сегодня с платформой работают более 75 тыс. предпринимателей страны. При этом число индивидуальных предпринимателей выросло в 2,7 раза, самозанятых — в 7 раз, юридических лиц — почти в 2 раза. Около 80% российских продавцов платформы — представители малого и среднего бизнеса.



**Wildberries:** за 10 месяцев 2021 года продажи представителей МСП выросли на 98% год к году, до 395,7 млрд руб. Самозанятые нарастили продажи на 1221%. С января по ноябрь продавать собственные товары начали более 350 тыс. предпринимателей, общее число продавцов на маркетплейсе достигло около 450 тыс. (+457% год к году). Около 90% из них — представители малого и среднего бизнеса и самозанятые предприниматели.

**Ozon:** больше 85% продавцов — компании малого и среднего бизнеса, из которых почти 70% — региональные компании. По итогам третьего квартала 2021 года число активных продавцов увеличилось почти в 4 раза год к году, превысив 60 тыс. Два месяца назад компания начала работать с самозанятыми продавцами, за это время к ней присоединилось порядка 3,5 тыс. таких предпринимателей.

Источник:

[Маркетплейсы фиксируют рост числа российских продавцов из сектора МСП в 2021 году](#)

# «Лента Онлайн» тестирует экспресс-доставку за 20 минут

Lenta.com, 14.12.2021

/новость

«Лента» тестирует в нескольких районах Москвы, Новосибирска и Санкт-Петербурга новое направление сервиса «Лента Онлайн»: экспресс-доставку товаров наиболее востребованного ассортимента.

Пользователь может выбрать в мобильном приложении опцию «Быстро» и получить заказ в течение 20 минут. Продукты доставят из ближайшего магазина. Минимальная сумма для оформления заказа — 500 руб., доставка может быть бесплатной при чеке от 1 500 руб.



Покупатель может выбрать опцию «Много» и получить товары в течение нескольких часов с момента оформления заказа. В таком случае будет доступна продукция из ассортимента гипермаркета, насчитывающего более 25 000 товаров. Стоимость доставки зависит от суммы покупки.

Источник:

[Много или быстро: «Лента Онлайн» тестирует экспресс-доставку](#)

# Треть продаж Hoff приходится на онлайн

Retail.ru, 13.12.2021 10:18:00

/новость

По данным маркетплейса Hoff, общие продажи мебели за январь—ноябрь 2021 года выросли на 27% относительно 2020-го, а по сравнению с допандемийным 2019-м — почти на 35%. Две трети всех продаж Hoff в 2021 году приходится на офлайн. При этом доля онлайн-продаж растет с каждым годом: если в 2019 году этот показатель составлял 20%, то в 2021-м достиг 33%.

Онлайн-продажи мебели на маркетплейсе в 2021 году выросли почти на 10%, если сравнивать с 2020-м. Относительно 2019 года они увеличились более чем вдвое. Продажи товаров для дома в 2021 году выросли более чем на 15% по отношению к 2020 году и на 11% — по сравнению с 2019 годом.



Согласно данным ЮKassa, оборот платежей интернет-магазинов, продающих мебель и товары для дома, за 11 месяцев 2021 года вырос на 18% по сравнению с таким же периодом 2020 года, количество покупок — на 3%. Покупателей стало на 3% меньше, средний чек вырос на 14% и составил 7469 руб.

В сравнении с допандемийным 2019 годом, в 2021-м оборот платежей вырос на 110%, а количество покупок — на 38%. Количество пользователей, которые покупают мебель и товары для дома онлайн, увеличилось на 32%. Средние затраты россиян на мебель и товары для дома выросли на 53%.

Источник:

«ЮKassa» и Hoff: продажи мебели за 11 месяцев 2021 года выросли почти на 30%

# СберМаркет начал доставлять из дарксторов «ВкусВилла»

Vedomosti.ru, 13.12.2021 10:18:00

/новость

СберМаркет запустил доставку из дарксторов сети магазинов «ВкусВилл», сообщили [«Ведомости»](#). Пользователям приложения станет доступен полный ассортимент ритейлера, включающий в себя более 13 000 позиций. Ранее через сервис можно было заказать 3500 товаров «ВкусВилла» из магазинов.



В сеть входят 100 дарксторов в Москве, Подмосковье, Санкт-Петербурге, Ленинградской области, Туле, Твери, Рязани, Чебоксарах, Казани, Волгограде, Нижнем Новгороде, Брянске, Серпухове и других городах. На первом этапе СберМаркет будет доставлять заказы из 20 дарксторов. Плановое время получения товаров составит час для жителей Москвы и ее области. В дальнейшем планируется переход на доставку от 20 минут и расширение ее географии на все города присутствия ритейлера.

СберМаркет запустил экспресс-доставку из магазинов «ВкусВилла» в августе прошлого года.

Источник:

[«Сбермаркет» запустил доставку из дарксторов «Вкусвилла»](#)

# ЮMoney: обороты онлайн-площадок выросли на 40% в 2021 г.

Tass.ru, 16.12.2021 08:20:00

/исследование

По данным ЮMoney, за январь — ноябрь 2021 года усилилась миграция потребительского спроса в онлайн, сообщает ТАСС. Россиян, совершавших платежи в интернете, стало на 31% больше, чем в 2020 году, совокупное число покупок выросло на 28%, а обороты онлайн-площадок — на 40%.

- Телемедицина: за 11 месяцев 2021 года число оплаченных услуг и оборот выросли в 2,4 раза, средний чек почти не изменился и составил 3 846 руб.
- Услуги по клинингу и мелкому ремонту: количество заказов выросло в 2,8 раза, а обороты интернет-компаний — на 74%. Число пользователей услуг увеличилось в 2,3 раза, при этом средний чек снизился на 37%, до 1 131 руб.
- Сервисы с фильмами, музыкой и другим цифровым контентом: количество платежей увеличилось на 26%, обороты — на 40% по сравнению с 2020 годом. Число плательщиков выросло на 18%, а средний чек — на 11%, до 807 руб.
- Спортивные товары и питание: покупок стало больше на 87% и 108% соответственно, а обороты интернет-магазинов выросли на 76% и 94%. Средние затраты на спорттовары сократились на 6%, до 7 486 руб., а на спортивное питание — на 7%, до 3 883 руб.
- Заказ продуктов на дом: число пользователей выросло на 12% по сравнению с 2020 годом. Число покупок увеличилось на 53%, а обороты платежей — на 15%. Средний чек при этом снизился на 25%, до 1 539 руб.
- Готовая еда из ресторанов: средний чек вырос на 27% относительно прошлого года. Заказов стало на 47% больше, обороты увеличились на 86%, а количество плательщиков — на 65%.
- EdTech (онлайн-образование): обороты увеличились на 9%, а количество покупок осталось на уровне прошлого года. Плательщиков стало на 2% меньше, а средний чек вырос на 8% и достиг 4 788 руб.
- Число B2B платежей, совершенных через сервис ЮKassa, увеличилось в 2,9 раза, а обороты — в 3,3 раза. Средний чек вырос на 14%, до 39,877 тыс. руб. Больше всего выросли обороты компаний, продающих услуги страхования, — в 9,1 раза.
- Число покупок на маркетплейсах за 11 месяцев 2021 года выросло в 8,5 раза, их обороты увеличились на 94%. Один из трендов текущего года — рост вовлеченности самозанятых в сотрудничество с крупными площадками.
- На сервис для выставления счетов через социальные сети и мессенджеры приходится 9% от всех платежей за январь — ноябрь. Чаще всего через выставление счетов оплачивают разные бытовые услуги.
- Число покупок в кредит с января по ноябрь 2021 года выросло на 33% в сравнении с прошлым годом. Самый большой рост среди всех способов оплаты показали рау-платежи: доля выросла относительно 2020 года с 13% до 19%. Самая большая доля по обороту (69%) остается у банковских карт. Около 3% приходится на электронные кошельки.



Источник:

[Россияне стали чаще оплачивать товары и услуги в интернете](#)

# ОМІ: самая быстрая доставка еды — у «Додо Пиццы», Яндекс.Еды и Delivery Club

Retail.ru, 14.12.2021 16:31:00

/исследование

Агентство ОМІ провело исследование сервисов доставки еды на рынке РФ, опросив около 3500 респондентов старше 18 лет из городов с населением от 100 тыс. человек по всей России.

- До пандемии самой распространенной была сумма заказа 300-500 руб. (43% респондентов), а сейчас чаще заказывают на 500-1000 руб. (53%).
- Пользователи доставки не спешат отказываться от привычных походов в ресторан. Если раньше среди опрошенных таких было 87%, то в 2021 году 93%.
- Самая быстрая доставка, по мнению опрошенных, у «Додо Пиццы», Яндекс.Еды и Delivery Club. Скорость доставки от «Додо» оценили в 4,26 из 5, а Яндекс.Еда и Delivery Club опрошенные поставили оценку в 4,18 баллов.
- По разнообразию кухонь и блюд, доступных для заказа, первое место занял сервис от Яндекса со средней оценкой 4,33 балла. За ним расположились Delivery Club — 4,30 балла, и «Кухня на районе» — 4,02 балла.
- По скорости и качеству поддержки первое место заняла «Додо Пицца» — 4,27 балла в среднем, второе место у Яндекс.Еды — 4,23 балла, третье делят «Якитория» и Delivery Club — по 4,21 балла.
- Важность экологичности доставки еды отмечают 45% респондентов. До пандемии таких было только 36%.
- Вопрос условий работы и удовлетворенности курьеров важен для 66% опрошенных, а 49% указали, что это прямо влияет на их выбор сервисов как пользователей.
- Дополнительными функциями в сервисах или приложениях доставки пользуются 56% опрошенных. 45% прибегают к ним примерно в половине случаев или чаще.
- Услугой самовывоза в среднем по России пользуются 55% опрошенных.
- По дизайну мобильных приложений на первых местах — Яндекс.Еда, Delivery Club и «Додо Пицца» со средними оценками выше 4,30 баллов. Тройка лидеров сохранилась и при оценке общего удобства мобильного приложения для доставки: Delivery Club — 4,35 балла, Яндекс.Еда — 4,33 балла, «Додо Пицца» — 4,27 балла.
- Бонусные предложения Domino's лидируют. Далее следуют Яндекс.Еда и Delivery Club, а «Додо Пицца» расположилась только на четвертом месте.



Источник:

[ОМІ: как изменился рынок доставки еды за 2021 год](#)

# NielsenIQ: онлайн стал полной репликой офлайна

Nielseniq.com, 13.12.2021

/исследование

Согласно выводам NielsenIQ, онлайн-торговля — единственный канал, который характеризуется высоким ростом вне зависимости от страны, региона или континента. И если офлайн-рынок зачастую развивается за счет инфляции, то сегмент электронной коммерции — за счет реального потребления.

Онлайн стал полной репликой офлайна. Если год назад основной миссией в онлайн-магазинах была закупка впрок, то сейчас популярность разных типов корзин выровнялась: 24% заказов приходится на корзины с товарами для ухода за собой, 15% — покупку свежих продуктов и товаров с коротким сроком годности, 10% — покупку бакалеи, 10% — зоотоваров и только 9% на закупку впрок.

За последний год количество онлайн-заказов FMCG выросло в 4 раза.

Более половины опрошенных NielsenIQ ритейлеров и производителей ожидают, что до конца 2022 года доля онлайн-продаж FMCG в России достигнет 5-10%.

Один из самых ярких трендов на FMCG-рынке — формирование новой модели импульсного потребления, которую вызвало развитие сервисов экспресс-доставки. За первое полугодие 2021 количество дарксторов Яндекс.Лавки и «Самоката» выросло на 60%, а количество заказов последнего — более чем в 3 раза, превысив 5 млн. Влияние экспресс-доставки за год привело к снижению среднего чека на рынке онлайн-торговли FMCG на 39%.

Новые модели импульсного потребления позволяют более эффективно управлять экономикой заказа. Например, Ozon Express добивается увеличения чека в среднем до 10% благодаря точным рекомендациям как на странице категории, так и внутри самой корзины.

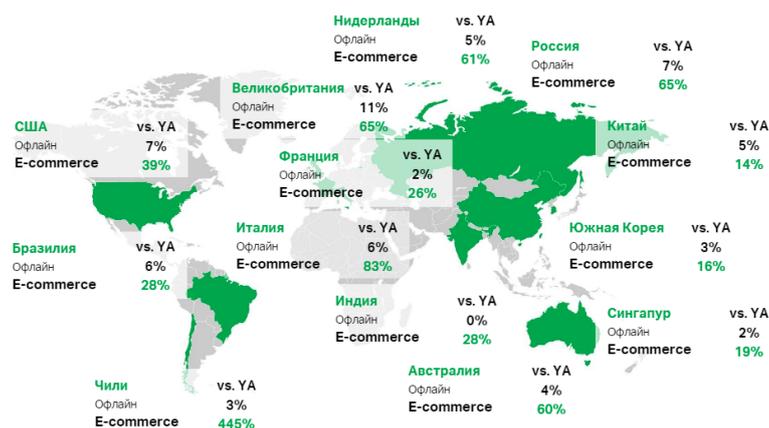
Благодаря быстрой доставке сфера импульсного шопинга расширилась на категории товаров, которые раньше приобретали только запланировано, например, технику или товары для дома.

Скорость доставки становится одним из главных конкурентных преимуществ на рынке, и экспресс-доставка продолжит укреплять свои позиции в качестве одного из центральных элементов шопинга и влиять на ожидания покупателей.

Источник:

[Главные тренды ритейла в 2022 году](#)

Динамика продаж (%) по странам



Источник: NielsenIQ retail measurement data. Latest year ended June 2021 vs. year-ago, US data ended Jun. 26, 2021, Chile & Brazil ended March 2021, Russia data MAT Aug 2021.

# GfK: в сегменте БТиЭ доля онлайн-покупок составила 43%

Retail.ru, 13.12.2021 17:51:00

/исследование

По данным GfK, объем розничной торговли в России за первые 9 месяцев текущего года вырос на 8,8%, причем сегмент FMCG вырос только на 2%, а вот оборот непродовольственных товаров — на 15,7%. Положительную динамику показали все основные группы товаров как в количественном, так и в стоимостном выражении.

Значимой тенденцией стал продолжающийся рост онлайн-покупок, особенно в сегменте бытовой техники и электроники. В целом по России доля онлайн-покупок в группе составила 43%, а в Москве и Петербурге — 58%. Общий рост продаж по этому сегменту составил 22,6% в денежном выражении. Другой рынок, где онлайн-продажи показывают опережающий рост — телеком: рост на 40% в денежном выражении против 21% в магазинах.



Источник:

[GfK: анализ розничного рынка РФ и главные итоги трех кварталов 2021 года](#)

## Весь мир:

# Wildberries запустил продажи в Великобритании

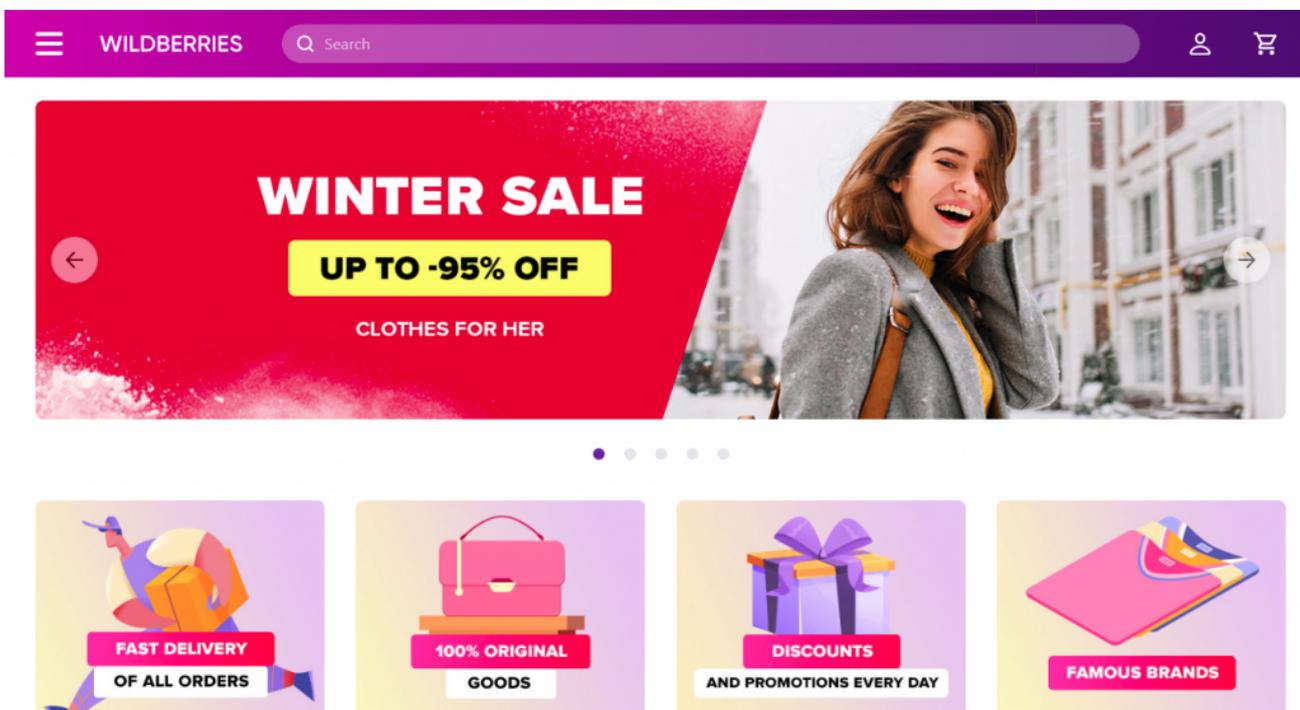
Vedomosti.ru, 17.12.2021 17:56:00

/новость

Российский маркетплейс Wildberries запустил продажи в Великобритании, сообщают «Ведомости». Покупателям будут доступны 5,5 млн наименований товаров от 164 тыс. международных брендов.

Клиенты смогут оформить заказы через [официальный сайт](#) компании, мобильные приложения на базе iOS и Android, которые работают на английском и русском языках. Доставку будут осуществлять международные и местные курьерские службы.

Великобритания стала 19-й по счету страной присутствия Wildberries. В 2021 году компания вышла на рынки США, Германии, Франции, Италии, Латвии, Литвы, Эстонии, Молдовы и Турции. В 2020 году Wildberries запустил продажи в Польше, Словакии, Израиле и других странах.



Источник:

[Wildberries объявил о выходе на рынок Великобритании](#)

# ByteDance создал отдельное шопинг-приложение для Китая

Scmp.com, 17.12.2021 07:00:00

/новость

Владелец TikTok ByteDance создал отдельное шопинг-приложение Douyin Vox для Китая, подобное его платформе Fanno в Европе. Компания сделала ставку на новую тенденцию, когда потребители поколения Z покупают товары по рекомендациям онлайн-инфлюенсеров.

Приложение описывается как «платформа электронной коммерции для трендов и моды» и работает под брендом Douyin, китайской версии TikTok, ежедневная аудитория которого превышает 600 млн активных пользователей. Ассортимент приложения включает в основном одежду, косметику и сумки.

Этот шаг должен усилить конкуренцию на китайском рынке электронной коммерции, где Alibaba Group Holding, JD.com и Pinduoduo соревнуются за внимание онлайн-покупателей.



Источник:

[China's TikTok creates stand-alone shopping app to take on Alibaba, Pinduoduo and JD.com](#)

# Онлайн-продажи Inditex выросли на 28% за 9 месяцев 2021 г.

Inditex.com, 15.12.2021

/НОВОСТЬ

Выручка испанского fashion-ритейлера Inditex за первые 9 месяцев 2021 года составила 19,33 млрд евро, увеличившись на 37% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

## INDITEX

Онлайн-продажи в местной валюте показали рост на 28% в годовом исчислении и на 124% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Inditex ожидает, что онлайн-продажи составят более 25% от общей выручки в 2021 финансовом году.

В период с 1 ноября по 10 декабря 2021 года в магазинах и онлайн был зарегистрирован рост на 33% в местной валюте по сравнению с тем же периодом 2020 года и на 10% по сравнению с 2019 годом.

Источник:

[Inditex posts record levels of revenue, profit and cash for second consecutive quarter](#)

# Walmart развивает шопинг в стримах совместно с TalkShopLive

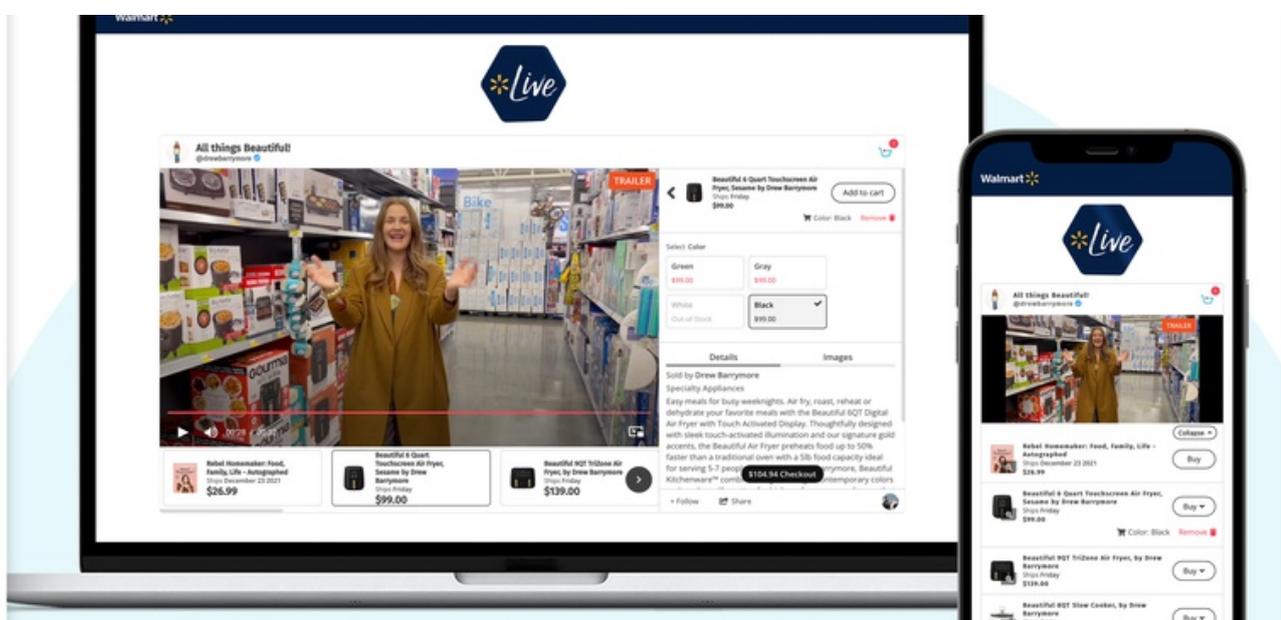
Retaildive.com, 14.12.2021

/новость

Walmart сделал очередную ставку на стриминг и социальную коммерцию: начал сотрудничать с сервисом TalkShopLive. Интеграция позволит ритейлеру предложить контент с возможностью покупок во встраиваемых видео на разных платформах и ресурсах.

Продажа через видео будет доступна на Walmart.com, TalkShop.live, на вкладке MSN Shopping и на других сайтах партнеров. TalkShopLive сотрудничает с изданиями Condé Nast, Hearst и Meredith, а также с отдельными брендами и авторами.

Walmart диверсифицировал свои усилия в области контента и коммерции, стремясь привлечь внимание потребителей к тенденции, которая усилилась во время пандемии. Ритейлер планирует провести более 30 прямых трансляций в течение праздничного сезона с такими партнерами, как BuyWith, BuzzFeed и Tasty.



Источник:

[Walmart teams with TalkShopLive as social commerce ramp up continues](#)

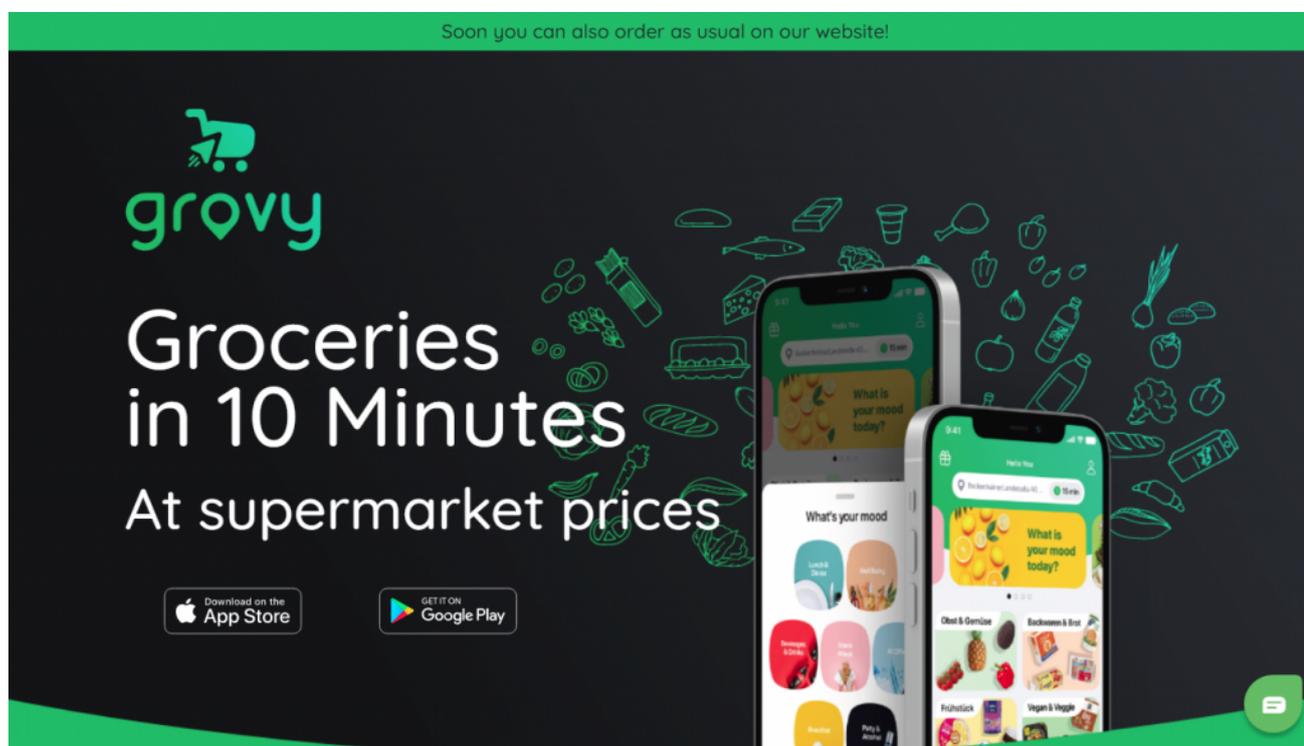
# Сервис быстрой доставки Grovy нацелился на Восточную Европу

Techcrunch.com, 14.12.2021 10:01:00

/новость

Стартап в сфере «быстрой коммерции» Grovy, предлагающий доставку продуктов за 10 минут, стремится покорить Восточную Европу. После выхода на немецкий рынок во Франкфурте и Майнце компания завершила раунд финансирования в размере 3 млн евро, возглавляемый Lighthouse Ventures, для расширения в Центральной и Восточной Европе с офисами в Праге и Бухаресте.

Grovy предлагает ассортимент из 2000 товаров и нанимает сотрудников на полную ставку. Компания заботится об окружающей среде, что выражается в доставке только на велосипедах и электромобилях, скидках на «уродливые» и скоропортящиеся продукты с истекающим сроком годности (что помогает сократить количество пищевых отходов), работе со стартапами по переработке пищевых отходов.



Источник:

[Fast groceries startup Grovy hopes Eastern Europe and sustainability will set it apart](#)

# Marketplace Pulse: мир маркетплейсов вращается вокруг Amazon

Marketplacepulse.com, 15.12.2021

/исследование

Исследование Marketplaces Year in Review 2021 отмечает, что индустрия маркетплейсов сосредоточилась вокруг Amazon. Он находится на вершине, рядом — eBay (который пытается восстановить свою актуальность), а затем идет Walmart. Wish по-прежнему в основном состоит из китайских продавцов, Google Shopping снова стал средством сравнения цен, Target хорошо себя зарекомендовал, но остался площадкой для нескольких сотен продавцов.

**Amazon:** по предварительным оценкам, в 2021 году продавцы маркетплейса реализовали товаров на \$390 млрд, чистый годовой рост — почти \$90 млрд. В 2020 году маркетплейс рос быстрее, но даже при более медленном росте в 2021 году он увеличился вдвое за два года. Розничные продажи самого Amazon растут на 14%, а маркетплейса — почти на 30%.



Продажи селлеров составляют 65% от общего GMV Amazon против 38% в 2011 году. Самую большую группу в списке лидеров продаж занимают компании, которые присоединились к Amazon более пяти лет назад — 56% из них работают с 2016 года или дольше. Только 8% — продавцы, присоединившиеся за последние два года. В 2021 году маркетплейсы Amazon появились в Польше и Египте, и теперь охватывают 20 стран, включая 10 крупнейших экономик Европы. Ключевым рынком остается США.

**Shopify:** рос быстрее Amazon, его оборот достиг уже 45% от оборота маркетплейса техгиганта (в 2018 — 25%). Рост Shopify означает жизнеспособность розничной торговли напрямую потребителю. Компания неоднократно заявляла о нежелании строить маркетплейс, однако добавляла в приложение новые функции. Сейчас оно приблизилось к определению маркетплейса — позволяет находить продавцов, добавлять товары в корзину и оформлять заказ.

**Walmart:** маркетплейс вырос почти вдвое за 12 месяцев и насчитывает 130 000 сторонних продавцов. Ежемесячно добавляется около 5000 новых селлеров, что значительно больше, чем в предыдущие годы. WFS, фулфилмент-сервис, запущенный Walmart менее двух лет назад, уже обеспечил 25% продаж ритейлера. Более 90% товаров, проданных в Walmart, приходятся на продавцов маркетплейса.

**Target:** маркетплейс, доступный только по приглашению, почти за три года после запуска насчитывает всего 440 продавцов. Ритейлер тщательно отбирает и курирует ассортимент.

**Etsy:** добавил почти 3 млн продавцов за последние 12 месяцев. Активно присоединялись продавцы из США, Великобритании, Канады, Германии, Австралии, Франции, Индии, Турции, России, Испании (в указанном порядке).

**eBay:** подавляющее большинство ведущих продавцов имеют магазин, который действует как небольшой сайт на eBay и позволяет применять свой брендинг. 30% этих продавцов присоединились к eBay за последние пять лет, а еще 45% — более десяти лет назад. Однако общее количество не увеличивается, поскольку продавцы уходят так же быстро, как и приходят новые.

**Wish:** более 600 000 продавцов, причем компания ускоряет добавление предпринимателей из других стран. В 2021 году почти 30% новых продавцов пришли из таких стран, как Мексика, Великобритания, Бразилия, Канада, Марокко, Италия, Шри-Ланка, Франция, Вьетнам и Австралия. Однако 96% самых активных продавцов (с рейтингом не менее 100) по-прежнему находятся в Китае.

Интересные области, на которые стоит обратить внимание:

- Shein, приложение для покупок одежды напрямую из Китая в какой-то момент в 2021 году обогнало Amazon и заняло первое место по скачиванию.
- Shopify, а точнее бизнес-модель и модель покупок, которую он представляет.
- Instagram, TikTok, Facebook, Netflix, Pinterest, Snapchat и их роль в электронной коммерции.
- Приложения для доставки за 15 минут.
- Нишевые площадки.
- Сервисы Buy-Now-Pay-Later, которые становятся платежными сетями.

Источник:

[Marketplaces Year in Review 2021](#)

# 48% американских пользователей соцсетей делали покупки с их помощью

Emarketer.com, 15.12.2021

/исследование

Согласно исследованию, проведенному Sprout Social в феврале 2021 года среди 250 американских маркетологов, 85% крупных компаний, 84% средних компаний и 57% малых компаний уже продают товары через платформы социальной коммерции.

Около половины (48%) пользователей социальных сетей в США купили что-либо с их помощью, согласно опросу US Digital Trust Survey, проведенному в период с 20 мая по 8 июня 2021 года.

eMarketer учитывает как покупки пользователей в возрасте от 18 до 75 лет непосредственно на социальных платформах, так и совершенные при переходе из соцсетей на внешний сайт. Согласно исследованию Bizrate Insights, 56% социальных покупателей в США перешли для заказа продукта по ссылке на сайт ритейлера. Остальные сделали покупки напрямую в соцсети.

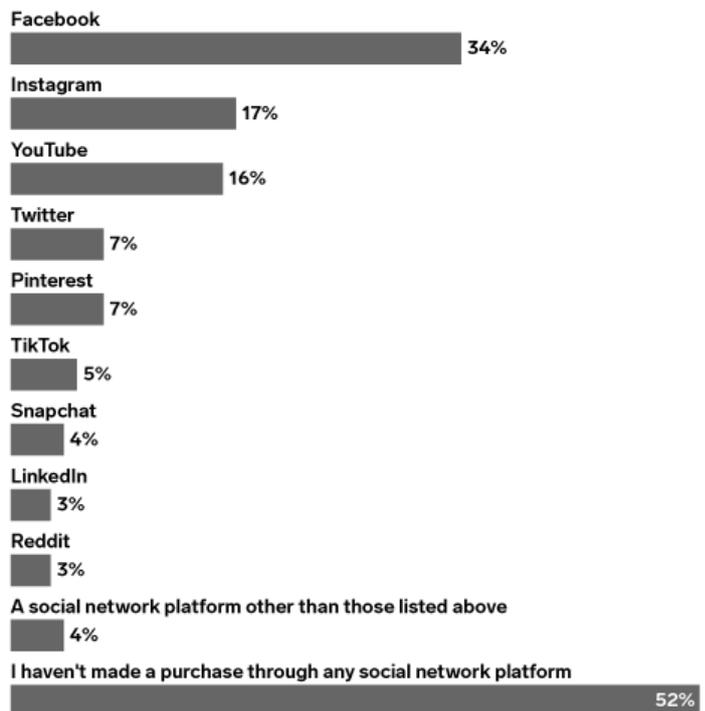
Facebook и Instagram — самые популярные социальные платформы для шопинга, на третьем месте — YouTube.

Источник:

[Social commerce usage in 2021](#)  
[Digital Trust in Social Commerce 2021](#)

## Social Media Platforms that US Social Media Users Have Used to Make a Purchase, June 2021

% of respondents



Note: n= 1,730 ages 18-75; in the past 12 months

Source: Insider Intelligence, "US Digital Trust Survey," Q2 2021

269032

InsiderIntelligence.com

# Promodo: рынок e-commerce в Украине вырастет на 23% в 2021 г.

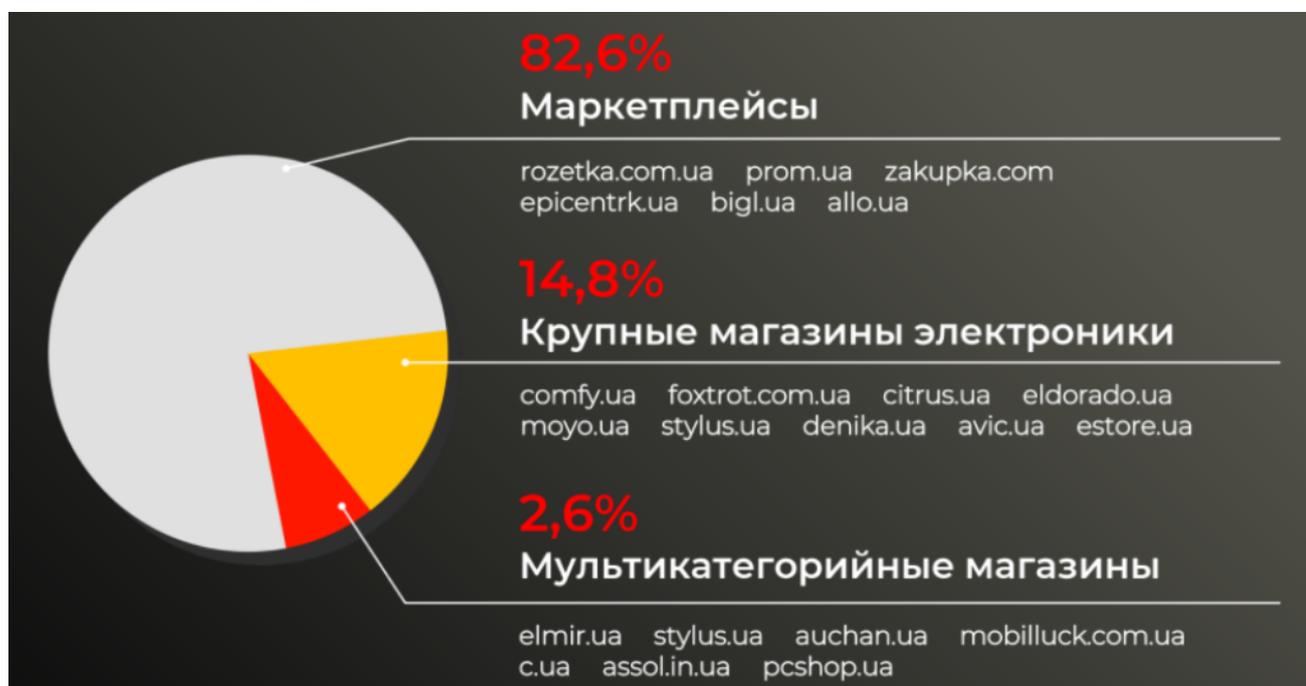
Ain.ua, 13.12.2021 13:01:00

/исследование

Согласно [данным](#) агентства онлайн-маркетинга Promodo, рынок электронной коммерции в Украине в 2020 году вырос на 30%, прогноз на 2021 год — на 23%, сообщает [ain.ua](#).

Электронная коммерция в общем обороте украинского ритейла в 2020 году заняла 8,8%. Прогноз на 2021 год — 9,2%. В абсолютных деньгах расходы одного украинца в 2020 году в онлайн едва превышают \$100 в год. Ближайшие страны Восточной Европы: Польша — \$540, Чехия — \$840.

Традиционно для Украины драйверами являются отрасли электроники, одежды, косметики, продуктов животного происхождения. Наибольший потенциал роста в e-commerce Украины имеет сегмент «Одежда и обувь», в то же время электроника скоро вырастет еще в 2 раза.



Источник:

[10 цифр про украинский e-commerce – исследование Promodo](#)

# Instagram: молодежь будет больше покупать в соцсетях в 2022 г.

About.instagram.com, 13.12.2021

/мнение

Instagram опубликовал прогноз трендов на 2022 год, включая шопинг. Исследование сфокусировано на интересах поколения Z.

- Половина опрошенных заинтересована в новом опыте. Поэтому в 2022 году молодые люди будут больше покупать в социальных сетях, чем на сайтах крупных ритейлеров.
- 27% тинейджеров и молодых людей собираются делать покупки напрямую из соцсетей или с помощью специальных функций в приложениях. Около половины будут искать вдохновение для покупок в соцсетях.
- 23% готовы покупать одежду на площадках для перепродажи вроде Depop и Poshmark. 24% ожидают, что будут вносить больший вклад в сохранение экологии, продавая собственные вещи в соцсетях или онлайн-магазинах в 2022 году.



Источник:

[The 2022 Instagram Trend Report](#)

# Подкасты и видео

## В один клик

### Зачем Amazon столько разработчиков? Самат Галимов рассуждает об IT в онлайн-торговле

Беседуют: Федор Вирин и Аяна Бабасанова

Гость: Самат Галимов, ведущий подкаста о технологиях «Запуск завтра». А ещё у Самата есть собственная компания «Федя и Самат», которая помогает интернет-бизнесам налаживать процессы разработки.



Почему интернет-бизнесы сегодня превращаются в IT-гигантов, как устроена разработка в e-com и как предпринимателю заговорить на языке программистов.

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

---

## UPGRADE EWDN

### Будущее рынка доставки готовой еды и продуктов питания. New Retail Forum 2021

Спикеры:

- Александр Шуркаев, руководитель направления онлайн-ритейла NielsenIQ
- Наталья Лоза, коммерческий директор Яндекс.Еда
- Григорий Кунис, основатель iGooods
- Анастасия Городничева, Digital demand director Mars Wrigley
- Павел Глухов, GR-директор СберМаркет
- Игорь Шиянов, генеральный директор Master Delivery



Аналитический обзор: Рынок доставки готовой еды (Foodtech) и продуктов питания (E-Grocery) из магазинов, рынков и ресторанов.

Наиболее перспективные бизнес-модели E-Grocery & FoodTech после 2021 года. Технологии и компетенции, в которые крупнейшие игроки будут инвестировать в среднесрочной перспективе.

[YouTube](#)

# 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](mailto: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.