

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 13

28 Марта 2022 - 03 Апреля 2022

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Экспресс мониторинг рынка электронной коммерции.

Прибыль Wildberries по РСБУ выросла в 6,7 раза в 2021 г.

«ВкусВилл» тестирует доставку из ресторанов

«Магнит» запустил собственную курьерскую доставку за 60 минут

«ВкусВилл» завершил 2021 год с убытком, но активно инвестировал в дарксторы

«Авито» начинает доставлять в постаматы

Яндекс.Маркет запускает раздел с товарами для бизнеса

Data Insight. Прогноз развития E-pharma 2022–2023 гг.

Доля планирующих онлайн-покупки за рубежом россиян снизилась в 3,3 раза

76% предприятий общепита и продуктового ритейла предлагают доставку

На fashion-сегмент приходится 12,7% от объема российского рынка e-commerce

NielsenIQ: динамика на онлайн-рынке FMCG ускорилась до 136%

Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Март 2022

Весь мир:

Visa: NFT — новая форма электронной коммерции

Uber и bp заключили глобальное стратегическое партнерство в сфере доставки

Wish и Wix предоставят продавцам расширенные каналы продаж

Выручка немецкого онлайн-ритейлера About You выросла на 50% в 2021 г.

Сервис доставки Instacart снизил оценку компании на 40%

Shoree уходит из Индии спустя несколько месяцев работы

Продуктовые ритейлеры в Европе ожидают замедления онлайн-продаж

Рынок трансграничной онлайн-торговли в Европе превысил €170 млрд в 2021 г.

Подкасты



Россия:

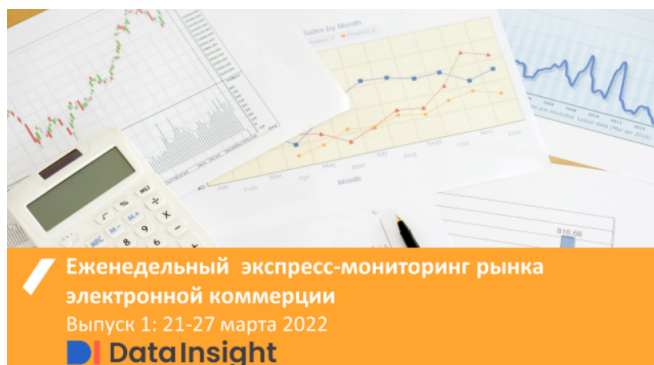
Data Insight. Экспресс мониторинг рынка электронной коммерции.

Datainsight.ru, 28.02.2022

/НОВОСТЬ

Команда **Data Insight** представляет **пилотный выпуск еженедельного экспресс-мониторинга рынка электронной коммерции.**

Следующие выпуски — каждую неделю, по подписке.



В первом выпуске мы собрали данные по сегментам:

- зоотовары
- детские товары
- косметика
- бытовая техника и электроника

Данные для каждого сегмента:

- динамика количества заказов, оформленных за прошедшую неделю;
- динамика посещаемости сайтов магазинов;
- конверсия;
- динамика средней цены наиболее востребованных товаров на сайтах-лидерах категории;
- анализ доступности товаров на двух крупнейших маркетплейсах

Получите полный отчет по [ссылке](#)

Оформите подписку на еженедельный экспресс-мониторинг, заполнив [форму](#)

Источник:

[Data Insight. Экспресс мониторинг рынка электронной коммерции. 21-27 марта 2022](#)

Прибыль Wildberries по РСБУ выросла в 6,7 раза в 2021 г.

Interfax.ru, 31.03.2022 10:28:00

/НОВОСТЬ

Онлайн-ритейлер Wildberries в 2021 году увеличил чистую прибыль в 6,7 раза, до 14,062 млрд руб., сообщает «Интерфакс». Прибыль от продаж выросла в 3,3 раза — до 31,97 млрд руб.

По данным «СПАРКа», выручка ООО «Вайлдберриз» в 2021 году повысилась на 32,5%, до 224,94 млрд руб. В 2020 году рост показателя достигал 45,2%, в 2019 году — 68,2%.

Валовая прибыль «Вайлдберриз» в прошлом году увеличилась на 86,3%, до 123,74 млрд руб. Валовая маржа составила 55% против 39,1% годом ранее.

Коммерческие расходы повысились на 61,9%, до 91,44 млрд руб.

В 2021 году компания направила 51,55 млн руб. на уплату дивидендов и других платежей по распределению прибыли в пользу собственников (470,8 млн руб. в 2020 году).

Оборот компании по итогам 2021 года вырос на 93%, до 844 млрд руб. с НДС.

Источник:

[Годовая прибыль Wildberries по РСБУ выросла в 6,7 раза](#)



«ВкусВилл» тестирует доставку из ресторанов

Incrussia.ru, 01.04.2022

/новость

«ВкусВилл» в тестовом режиме запустил доставку из сети ресторанов Osteria Mario. Покупателям доступно 80 блюд.

Пока доставка работает только из двух ресторанов, которые находятся рядом с даркстором и магазином «ВкусВилла». Заказ можно оформить на сайте и в мобильном приложении ритейлера. Если адрес покупателя располагается в зоне доставки, он увидит категорию «Рестораны» в каталоге.

На данный момент «ВкусВилл» доставил из ресторана уже более 500 блюд. Средний чек — 1 тыс. руб.



Источник:

[«ВкусВилл» тестирует доставку еды из ресторанов](#)

«Магнит» запустил собственную курьерскую доставку за 60 минут

Magnit.com, 31.03.2022

/новость

«Магнит» начал тестировать в Москве экспресс-доставку за 60 минут силами собственных курьеров. На первом этапе пул курьеров будет ограничен десятком доставщиков, а сервис будет работать только в Бирюлево, где расположен один из дарксторов компании.

Предполагается, что в рамках пилота курьеры «Магнита» будут обрабатывать до 200 заказов в сутки. Параллельно доставлять онлайн-заказы из приложения «Магнит Доставка» будут партнеры компании.



Доставка будет осуществляться как пешими курьерами, так и курьерами на велосипедах и автомобилях, а в дальнейшем в том числе и на брендированном транспорте. Стоимость доставки в пилотной зоне останется бесплатной для заказа на сумму от 500 руб.

Пилот продлится несколько недель, в течение которых компания протестирует операционную модель, технические аспекты сервиса, а также оценит эффективность. Если тестирование пройдет успешно, «Магнит» тиражирует сервис на несколько других районов Москвы с наиболее высокой плотностью заказов. В районах с более низкой плотностью заказов доставку будут выполнять партнеры.

Источник:

[«Магнит» запустил собственную курьерскую доставку](#)



«ВкусВилл» завершил 2021 год с убытком, но активно инвестировал в дарксторы

Incrussia.ru, 31.03.2022

/новость

По данным «СПАРК-Интерфакс», выручка «ВкусВилла» в 2021 году увеличилась на 42%, до 162 млрд руб. Чистый убыток составил 2,38 млрд руб. — гендиректор «Infoline-аналитики» Михаил Бурмистров объясняет его активными инвестициями в строительство новых дарксторов.

ВКУСВИЛЛ

С января по конец декабря 2021 года «ВкусВилл» открыл почти 100 дарксторов, 94 новых магазина и 37 «темных кухонь» на базе дарксторов, следует из собственных данных компании. По мнению Михаила Бурмистрова, компания почти полностью завершила трансформацию в омниканального ритейлера с доставкой из дарксторов.

«ВкусВилл» входит в тройку крупнейших игроков на рынке онлайн-продажи продуктов, уступая лишь СберМаркету и сервисам доставки X5 Group, но при этом и убытки у компании меньше, комментирует партнер Data Insight Борис Овчинников. Убытки «Сбера» от электронной коммерции, фудтеха и такси в прошлом году составили 48 млрд руб., а X5 Group ожидает выхода сервисов доставки на безубыточность не раньше 2023 года.

Источник:

[«ВкусВилл» впервые за пять лет завершил год с убытком](#)

«Авито» начинает доставлять в постаматы

Avito.ru, 31.03.2022

/новость

«Авито» запускает новый способ отправки и получения посылок через «Авито Доставку» — с помощью постаматов. Первым партнером по этому направлению стал логистический сервис PickPoint. Пользователям становятся доступны более чем 5 800 постаматов во всех регионах России.

Для доставки в постаматы будут доступны товары всех категорий, кроме электроники, стоимостью до 50 000 руб.

Сейчас прием отправлений доступен только в постаматах и для верифицированных пользователей с доставкой в 659 населенных пунктов по всей сети PickPoint. На следующем этапе запланировано расширить географию услуги и организовать прием отправлений в пунктах выдачи.

Сервис «Авито Доставка» был запущен в марте 2018 года. Он позволяет покупать и продавать товары по всей стране.

Источник:

[Авито запускает доставку в более чем 5 800 постаматов PickPoint](#)



Яндекс.Маркет запускает раздел с товарами для бизнеса

Retail.ru, 29.03.2022 13:23:00

/новость

Яндекс.Маркет запускает «Маркет для бизнеса» — b2b-сервис, который позволяет заказать различные товары. После покупки предприниматель сможет вернуть часть расходов — до 20% НДС. Сервис уже работает в Москве и области, вскоре появится и в других городах.

На «Маркете для бизнеса» доступны десятки тысяч товаров: стройматериалы, мебель, одноразовые маски, мыло и многое другое. Покупка осуществляется так же, как и на Яндекс.Маркете: предприниматель наполняет корзину товарами, оформляет заказ, указывает адрес доставки и получателя покупки.



Оплатить покупку можно онлайн по расчетному счету. Товары доставляют за 1–2 дня. Документы можно заполнить в электронном виде и прислать сервису мгновенно.

Источник:

[«Яндекс Маркет» запускает новый сервис — «Маркет для бизнеса»](#)



Data Insight. Прогноз развития E-pharma 2022–2023 гг.

Datainsight.ru, 01.04.2022

/исследование

Команда **Data Insight** представляет исследование «**E-pharma в России: прогноз развития 2022–2023 гг.**».

Внутри — данные про объем, тренды, каналы продаж, сценарии реализации доставки RX-препаратов



E-PHARMA в России –

прогноз развития
2022-2023 гг.
объем, тренды, каналы
продаж, сценарии
реализации доставки
RX-препаратов

 **Data Insight**

Москва. 2022 г.

В прогнозе учли влияние февральских событий на продажи в 2022-2023 гг.

Прогноз учитывает:

- Развитие онлайн-продаж за счет перетока новых потребителей из офлайн в онлайн, а также за счет переноса потребителями большей доли своих покупок в онлайн
- Развитие онлайн-продаж на неспециализированных торговых площадках и перспективы этих продаж в отдельных товарных категориях
- Потенциал влияния на онлайн-продажи решений регулятора о возможности доставки до потребителя RX-препаратов.
- Потенциал влияния на онлайн последствий политического кризиса
- Структуру текущего рынка E-pharma в разрезе каналов продаж, категорий товаров и потребительских ожиданий и предпочтений в разрезе регионов

Состав отчёта и список графиков читайте по [ссылке](#)

Оформите заявку на покупку отчёта в форме по [ссылке](#)

Источник:

[Data Insight. Прогноз развития E-pharma 2022–2023 гг.](#)

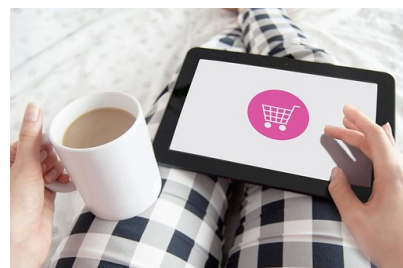
Доля планирующих онлайн-покупки за рубежом россиян снизилась в 3,3 раза

Tass.ru, 31.03.2022 03:12:00

/исследование

Согласно опросу банка «Хоум Кредит», доля людей, которые покупают онлайн, выросла до 63,2% против 61,7% в сентябре 2021 года, сообщает ТАСС. При этом количество тех, кто планирует онлайн-покупки за границей, снизилось с 50% до 15%. Из них 13% хотят сделать заказ на китайских площадках, и всего 2% — в США и Европе.

Самыми популярными онлайн-товарами стали одежда и обувь (28%), бытовая электроника (21%), продукты питания (16%), готовая еда через сервисы онлайн-доставки (8%). Для сравнения, в сентябре 2021 года доля продуктов питания составляла 8,6%, а готовой еды — 6,5%. Отмечается некоторое снижение востребованности онлайн-покупок смартфонов — 4,5% (против 5,8%), спортивных товаров — 4,4% (5,6%), бумажных книг — 3,6% (4,8%). Средняя сумма онлайн-покупки сейчас составляет 3 тыс. руб.



Среди приобретаемых онлайн услуг наиболее популярными стали агрегаторы такси (18,7%), онлайн-кинотеатры — 16,9%. Также люди хотят приобрести авиабилеты (8,3%), онлайн-игры (4,5%), забронировать отель (4,3%), воспользоваться электронными библиотеками (3,4%), образовательными ресурсами (2,4%), услугами телемедицины (0,7%).

Источник:

Опрос: доля планирующих онлайн-покупки за рубежом россиян снизилась за полгода в 3,3 раза

76% предприятий общепита и продуктового ритейла предлагают доставку

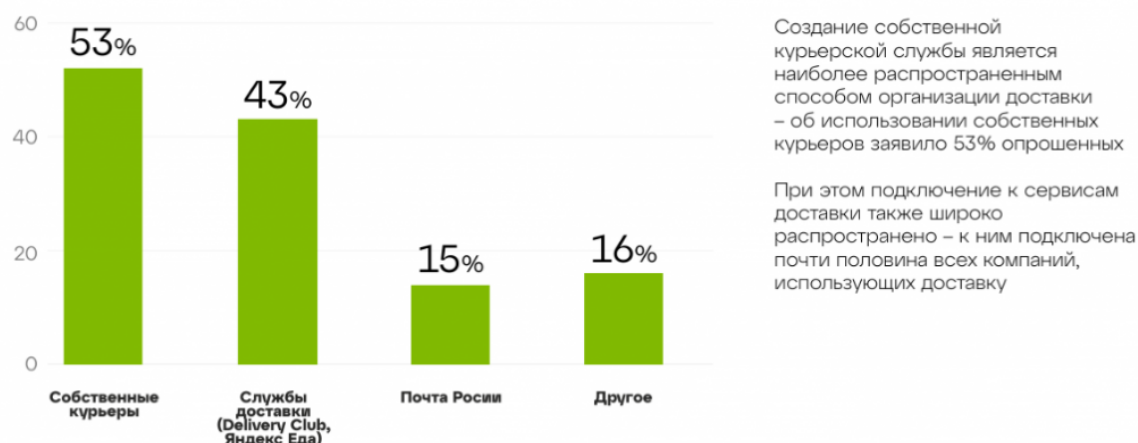
E-reper.ru, 30.03.2022

/исследование

Согласно исследованию РАЭК и НИУ ВШЭ, 76% предприятий общественного питания и продуктового ритейла в России предоставляют возможность заказать продукты и еду с доставкой. В среднем у компаний, активно развивающих доставку, на нее уже приходится 50% и более заказов. У крупных ресторанных сетей соотношение доходит до 80%. Исследование проводилось в период с 10 января по 28 февраля 2022 года.

Доставка и бизнес

Какие способы доставки использует ваша компания?



- Собственную доставку развивают 53% опрошенных компаний, 43% подключены к сервисам доставки (Delivery Club, Яндекс.Еда, СберМаркет и др.).
- Более половины компаний подключились к сервисам доставки во время или после начала пандемии COVID-19.
- Среди основных преимуществ подключения к сервисам доставки чаще всего упоминаются дополнительный трафик и большое число курьеров.
- 54% опрошенных потребителей заказывают доставку продуктов питания и товаров FMCG, 42% — доставку готовой еды из кафе и ресторанов.
- Как потребители (89%), так и представители бизнеса (93%) отмечают значимость доставки с точки зрения повышения доступности магазинов и ресторанов для маломобильных граждан.
- Основные причины недовольства доставкой — длительное ожидание или несвоевременная доставка, опасения относительно качества, высокая стоимость доставки или наценка на товар, ограничения ассортимента и недостатки системы оплаты.
- Доставкой на дом пользуется половина опрошенных потребителей.
- Заказы на велосипеде доставляет 44% опрошенных курьеров, еще 42% перемещаются пешком. Автомобиль использует 1/5 опрошенных.
- 82% опрошенных оценили свой опыт использования сервисов как положительный или скорее положительный.

Источник:

[Доставка в eGrocery: исследование РАЭК и НИУ ВШЭ](#)

На fashion-сегмент приходится 12,7% от объема российского рынка e-commerce

Oborot.ru, 29.03.2022

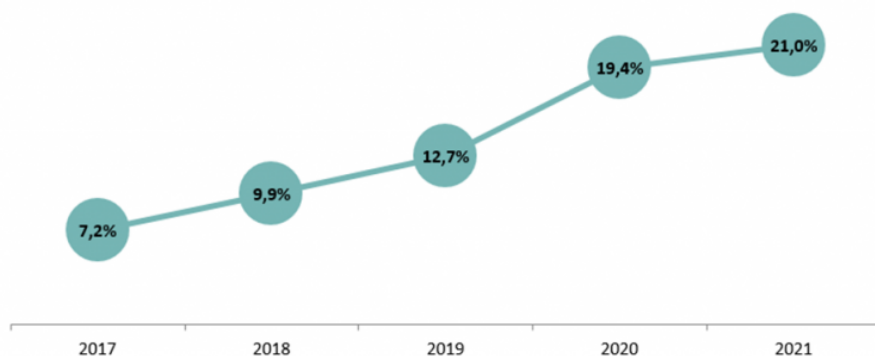
/исследование

По итогам 2021 года на онлайн-продажи одежды, обуви и аксессуаров приходится 12,7% от объема российского рынка e-commerce, согласно оценкам «РБК Исследований рынков». Объем fashion-сегмента российского рынка интернет-торговли вырос на 37,9% и составил 648,7 млрд руб., по темпам роста лишь немного уступая 2020 году.

Начиная с 2016 года, объем рынка ежегодно растет более чем на 30% в год. На онлайн приходится уже каждый пятый рубль, потраченный на одежду, обувь и аксессуары. Дополнительным стимулом к росту сегмента в 2021 году стал отложенный спрос, сформировавшийся в период первых волн пандемии.

Динамика доли онлайн в структуре всего рынка интернет-торговли одеждой, обувью и аксессуарами, 2017 – 2021 г., % от оборота рынка одежды, обуви и аксессуаров

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



За 2021 года аудитория интернет-магазинов одежды, обуви и аксессуаров выросла с 32,8 до 36,3 млн россиян. Социально-демографический портрет онлайн-покупателя таких товаров стал все более приближаться к портрету среднестатистического офлайн-покупателя.

Доля покупателей в возрасте от 25 до 44 лет в 2021 году сократилась на 4 п.п. по сравнению с 2020 годом и на 8 п.п. по сравнению с 2019-м. В структуре аудитории планомерно увеличивается роль потребителей младших и старших возрастов.

Частота покупок в категории за последний год выросла на 14%, а средний чек на 9%. Онлайн-ритейлеры активно развивают региональные продажи. Другие города стремительно догоняют Москву и Санкт-Петербург по проникновению онлайн-продаж.

На Wildberries продажи fashion-товаров в 2021 году выросли на 55%, объем сегмента в денежном выражении достиг 336,5 млрд руб. и занял около 40% годового оборота ритейлера. Fashion-товары остаются ключевым ассортиментом маркетплейса и самой масштабной категорией по объему продаж.

Источник:

[Онлайн-рынок одежды и обуви за 2021 год: общие цифры, портрет аудитории, конкуренция и взаимодействие игроков](#)



NielsenIQ: динамика на онлайн-рынке FMCG ускорилась до 136%

T.me, 28.03.2022

/исследование

По данным NielsenIQ Россия, на онлайн-рынке FMCG динамика ускорилась с 76% на 5-7 неделях до 136% на 8-10 неделях по всему основному ассортименту ритейлеров.

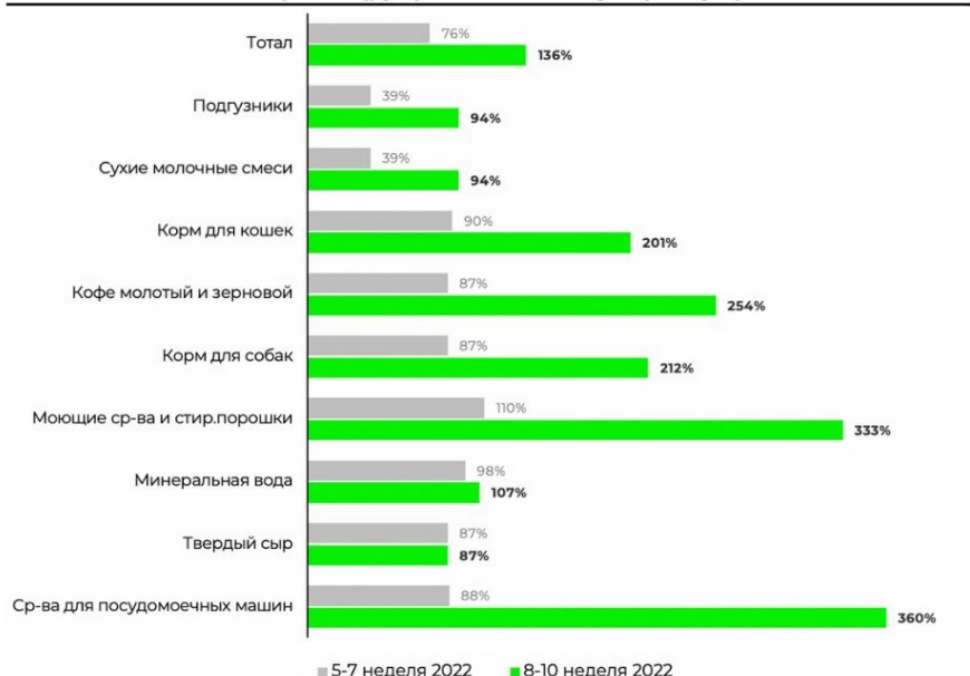
Возникающие проблемы в индустрии онлайн-торговли были связаны со сложностями на ранних этапах логистики, а работа курьеров, пунктов выдачи и других процессов, с которыми сталкивается покупатель, не нарушилась.

«В текущих условиях многие ритейлеры наверняка задумаются о корректировке ассортимента с фокусом на производителей из Азии, которым раньше уделялось меньше внимания. И в онлайн-канале такие изменения внедрить будет быстрее и легче, нежели в офлайн-ритейле, что даст рынку интернет-торговли пусть временное, но преимущество для дальнейшего роста», — комментирует Александр Шуркаев, руководитель направления измерения онлайн-торговли в NielsenIQ.



Е-commerce. ТОП-10 категорий по объему денежных продаж

Изменение денежных продаж (руб.) к аналогичному периоду прошлого года, %



Telegram: t.me/nielsenrussia | © 2022 Nielsen Consumer, LLC. All rights reserved.

Источник:
[NielsenIQ Россия](#)



Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Март 2022

Datainsight.ru, 02.04.2022

/реклама

Data Insight анонсирует **новый выпуск ежемесячного бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за **февраль 2022 года**.

Ключевые тезисы:

- В феврале 2022 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 32,4 млн заказов (без учета маркетплейсов с несрочной доставкой). Это на 3% больше, чем в январе 2022 года, и в 2,5 раза больше, чем в феврале 2021 года.
- Среднесуточное количество заказов в феврале составило 1160 тыс. — на 14% больше, чем в январе 2022 года.
- По итогу мы ожидаем, что с 2022 года средний чек составит 1415 рублей, что на 3% ниже, чем в 2021 году.



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 Март 2022

Весь мир:

Visa: NFT — новая форма электронной коммерции

Techcrunch.com, 30.03.2022 03:30:00

/новость

Visa запустила программу для создателей NFT (non-fungible token, невзаимозаменяемый токен), чтобы привлечь малый бизнес к цифровой экономике. «За последний год мы наблюдаем быстрый рост экосистемы NFT, — комментирует Кай Шеффилд, глава отдела криптовалюты Visa. — Мы считаем, что NFT представляют собой новую форму электронной коммерции».

По его словам, идея малого бизнеса эволюционирует от традиционных «обычных домашних магазинов» к другим независимым предприятиям. Авторы и предприниматели хотят создавать компании, ориентированные на цифровые технологии, и использовать новые инструменты, такие как NFT.



Годичная Visa Creator Program объединит авторов, включая художников, музыкантов, модельеров и кинематографистов, которые смогут построить свой бизнес с помощью NFT.

Традиционный способ продажи физических товаров включает в себя много логистики, что может стать серьезной проблемой для малых предприятий и частных лиц, чтобы конкурировать и масштабироваться. «NFT позволяют творческому человеку, художнику, талантливому человеку производить товар полностью цифровым способом», — говорит Шеффилд.

Помимо программы, Visa ищет другие способы сделать NFT более доступными для потребителей.

Источник:

[Visa launches NFT program as it considers the digital art a new form of e-commerce](#)



Uber и bp заключили глобальное стратегическое партнерство в сфере доставки

Investor.uber.com, 29.03.2022

/НОВОСТЬ

Uber и компания bp объявили о глобальном стратегическом партнерстве. К 2025 году более 3000 розничных магазинов bp будут подключены к платформе Uber Eats.

Партнерство расширяет существующие местные соглашения в Австралии, Новой Зеландии, Польше, Южной Африке и на западном побережье США; в 2022 году будут добавлены Великобритания и восток США, а с 2023 года планируется выход на другие европейские рынки.



Всего розничная сеть bp насчитывает 20 500 локаций по всему миру, 550 млн клиентов проживают в пределах 20 минут от точек продаж. Партнеры видят в этом огромные возможности для роста.

Сейчас bp предлагает доставку на 10 рынках с различными партнерами. Первый сервис был запущен в 2019 году в Австралии, с тех пор охват доставки вырос до более чем 1000 точек по всему миру.

Источник:

[bp and Uber to Drive Delivery Growth With Global Strategic Partnership](#)

Wish и Wix предоставят продавцам расширенные каналы продаж

Ir.wish.com, 29.03.2022 09:00:00

/новость

Мобильная платформа электронной коммерции Wish и глобальная SaaS-платформа Wix заключили партнерство. В результате интернет-магазины на Wix получают доступ к глобальной аудитории потребителей Wish.



Продавцы смогут работать с панелью инструментов продавца Wish, чтобы отслеживать показатели эффективности, запасы, рекламу, общение с клиентами и выполнять заказы непосредственно из Wix, а также использовать инструменты анализа данных и оптимизации.

Источник:

[Wish Partners with Wix to Provide its Merchant Base with Expanded Sales Channels](#)

Выручка немецкого онлайн-ритейлера About You выросла на 50% в 2021 г.

Ecommercenews.eu, 29.03.2022

/новость

Немецкий онлайн-ритейлер в сфере моды About You, часть Otto Group, в 2021 году нарастил выручку на 48,3–50,5% по сравнению с предыдущим годом. По предварительным оценкам, она составила от 1,73 млрд до 1,76 млрд евро.

Однако About You понес убытки в размере от 70 до 60 млн евро. Компания сократила свои расходы на маркетинг в четвертом квартале из-за рыночных условий.



About You работает на 23 рынках за пределами региона DACH. В ноябре прошлого года ритейлер вышел в Грецию, Португалию, Испанию и Италию. Кроме того, в декабре компания анонсировала запуск глобальной платформы доставки в 100 стран мира.

Источник:

[About You revenue €1.7 billion in 2021](#)



Сервис доставки Instacart снизил оценку компании на 40%

Chargedretail.co.uk, 28.03.2022

/новость

Американский сервис быстрой доставки продуктов Instacart снизил свою оценку на 40% до примерно \$24 млрд. Компания была оценена в \$39 млрд в марте 2021 года во время раунда финансирования в размере \$265 млрд.



Обновленная оценка позволит нанимать и удерживать больше сотрудников, рассчитывают в Instacart. Компания также выпустит больше акций для сотрудников по сниженной цене в качестве стимула для продолжения работы. Ряд публичных компаний в сфере быстрой доставки столкнулись с падением стоимости своих акций в последние месяцы.

Источник:

[Instacart reduces valuation by 40%](#)



Shopee уходит из Индии спустя несколько месяцев работы

Reuters.com, 28.03.2022 08:21:00

/новость

Sea, сингапурская компания в сфере электронной коммерции и игр, управляющая онлайн-платформой Shopee, заявила об уходе с розничного рынка Индии всего через несколько месяцев после начала работы. Это уже второе отступление в рамках зарубежной экспансии за последнее время, сообщает [Reuters](#).

Несколькими неделями ранее Shopee, подразделение электронной коммерции Sea, заявило об уходе из Франции, а Индия запретила популярное игровое приложение Sea — Free Fire. Рыночная стоимость акций Sea в Нью-Йорке упала на \$16 млрд за один день, что побудило некоторых инвесторов сократить доли в компании.



В заявлении Shopee говорится, что уход произошел «в связи с неопределенностью на мировом рынке» и что компания сделает «процесс как можно более плавным».

Sea ожидает, что рост выручки ее бизнеса электронной коммерции сократится вдвое, примерно до 76% в этом году против ошеломляющих 157% в 2021 году.

Shopee вышел в Индию в октябре 2021 года в рамках агрессивного международного продвижения, в результате которого он расширился до Европы. Рыночная капитализация Sea в то время составляла \$200 млрд. В марте 2022 года она упала до \$64,76 млрд.

Подразделение Shopee India привлекло местных продавцов, запустило сайт и приложение для покупок. На быстрорастущем рынке электронной коммерции Индии уже доминировали такие игроки, как Amazon и Flipkart.

Источник:

[Sea e-commerce unit Shopee to shut India operations](#)

Продуктовые ритейлеры в Европе ожидают замедления онлайн-продаж

Internetretailing.net, 01.04.2022

/исследование

Розничные продавцы продуктов питания по всей Европе ожидают, что онлайн-продажи в следующем году продолжат замедляться, в то время как покупатели ощущают рост цен, следует из отчета McKinsey и EuroCommerce. При его подготовке были опрошены 60 руководителей европейских продуктовых магазинов и более 12 000 потребителей в девяти странах.

В отчете говорится, что покупатели распределяют свои покупки по «все более фрагментированному онлайн-рынку». Ритейлеры ищут новые источники прибыли. Между тем, нехватка навыков и талантов создает растущие проблемы для отрасли, которая стремится стать цифровой и более устойчивой.



К концу 2021 года 15 ведущих продавцов продуктов в Европе открыли более 800 дарксторов для быстрой и сверхбыстрой доставки, но одновременно работали с компаниями быстрой доставки. Тем не менее этот рынок по-прежнему «небольшой, непрозрачный и в большинстве случаев убыточный». Его оценивают в 3-6 млрд евро в 2021 году — менее 1% рынка, но он растет не менее чем на 100% в год.

Продуктовые ритейлеры, которые во время пандемии наблюдали сильный рост онлайн-продаж, замечают его замедление. На пяти крупнейших рынках — Франции, Германии, Италии, Испании и Великобритании — рост продаж продуктов питания был сильным в первом квартале 2021 года, а затем снижался до конца года.

Источник:

[Grocery sales expected to slow online – and across channels – as market conditions worsen](#)

Рынок трансграничной онлайн-торговли в Европе превысил €170 млрд в 2021 г.

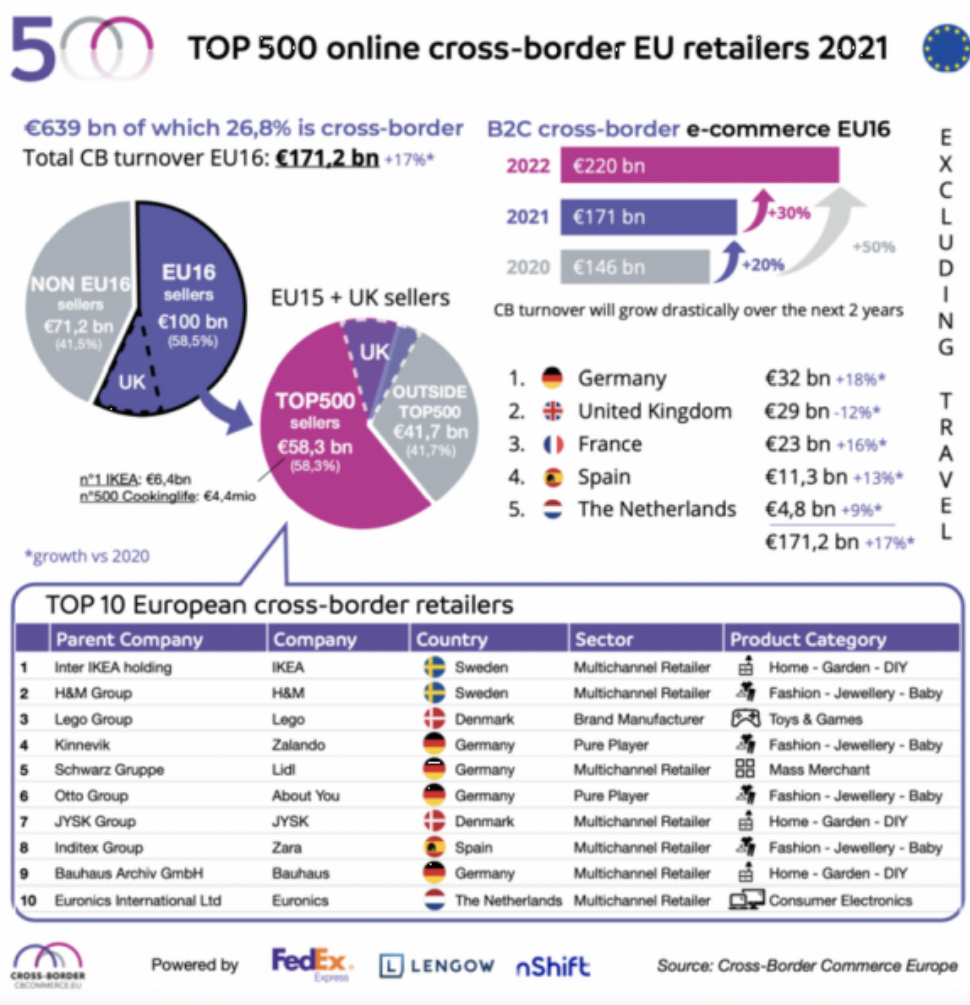
Cbcommerce.eu, 28.03.2022

/исследование

В 2021 году общий объем трансграничной электронной торговли в Европе вырос на 17%, до 171,2 млрд евро. Выручка европейских интернет-магазинов составила 100 млрд евро — на 14,6% больше, чем в 2020 году, следует из данных Cross-Border Commerce Europe.

Трансграничные продажи в Великобритании упали до исторического минимума — на 12%, до 29 млрд евро (из-за Brexit и его правил НДС, импортных пошлин, логистики и возвратов). Великобритания уступила Германии позицию лидера в европейской трансграничной торговле. В Топ-500 было зафиксировано сокращение на 32% числа британских ритейлеров — со 100 в 2020 году до 68 в 2021 году.

Оборот 500 крупнейших трансграничных продавцов в Европе составил 58,3 млрд евро. Чистые игроки, включая маркетплейсы, занимают 47% из топ-500. Количество маркетплейсов увеличилось с 28 до 42, они достигли рекордных продаж в 20 млрд евро (+45%) с начала года. Европейские торговые площадки укрепили позиции по сравнению с американскими благодаря увеличению доходов таких игроков, как Zalando, Decathlon и About You. На Топ-10 приходится 20,9% выручки топ-500.



Источник:

4TH EDITION OF THE "TOP 500 CROSS-BORDER RETAIL EUROPE": AN ANNUAL RANKING OF THE TOP 500 EUROPEAN CROSS-BORDER ONLINE SHOPS



Подкасты

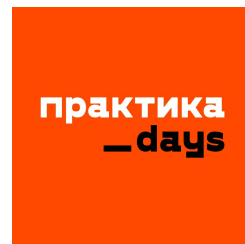
Практика_days

Март 2022. Как меняется работа с маркетплейсами, что делают успешные селлеры. Алексей Ручкин

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Алексей Ручкин, CEO Seller24

Как обстоят дела с продажами на маркетплейсах сегодня, что делают успешные селлеры, как развиваются новые маркетплейс-бренды, как устроен бизнес технологического партнера, и что компания предпринимает в сегодняшней ситуации.



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



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.