

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР

Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP

№ 4 2022 год

Демонстрационная версия

- Рейтинг online-ритейлеров и служб доставки
- Анализ и статистика online-торговли продовольственными товарами
- Государственное регулирование online-торговли
- Кейсы: "Развитие online-ритейла и маркетплейсов", "Оmnikanальные стратегии развития сетей FMCG (анализ TOP-200 крупнейших ритейлеров)"
- Рейтинг и прогноз рынка продуктовых наборов
- Динамика развития online-ритейлеров и служб доставки

Агентство INFOLine занимается разработкой и реализацией информационных и аналитических продуктов, консультированием и поддержкой деловых форумов и мероприятий в сфере строительства и инвестиций, ритейла и потребительского рынка, топливно-энергетического комплекса, транспорта, машиностроения и др. На постоянной основе мы оказываем поддержку более 3000 компаний России и мира. В соответствии с правилами ассоциации ESOMAR все продукты агентства INFOLine сертифицируются по общеевропейским стандартам.

Ключевые события розничной торговли FMCG и потребительского рынка	2
Раздел I. Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP	10
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли</i>	10
<i>Динамика рынка online-продаж продовольственных товаров.....</i>	13
<i>Рейтинг интернет-магазинов FMCG и служб доставки.....</i>	16
<i>Посещаемость сайтов интернет-магазинов и сервисов доставки FMCG</i>	23
<i>Поисковые запросы по названиям интернет-магазинов и сервисов доставки FMCG</i>	26
<i>Финансовые показатели крупнейших сетей FMCG</i>	29
<i>Рейтинг интернет-магазинов продуктовых наборов и готовых рационов.....</i>	33
Раздел II. Государственное регулирование розничной торговли	37
<i>Изменения в законодательстве и меры поддержки экономики.....</i>	37
<i>Национальные платежные системы.....</i>	42
<i>Регулирование интернет-торговли</i>	42
<i>Регулирование рынка online-торговли алкогольной продукцией.....</i>	44
<i>Регулирование рынка online-торговли лекарственными препаратами.....</i>	44
Раздел III. Кейсы о развитии online-торговли.....	45
<i>Кейс "Развитие online-ритейла и маркетплейсов"</i>	45
<i>Кейс: "Оmnikanальные стратегии развития сетей FMCG (анализ TOP-200 крупнейших ритейлеров)".....</i>	49
Раздел IV. Показатели и события omnikanальной модели бизнеса и интернет-магазинов TOP-20 сетей FMCG	55
<i>X5 Group N. V. / Торговые сети "Пятерочка", "Перекресток", Vprok.ru, "Карусель", "Чижик"</i>	55
<i>X5 Group N. V. / Торговая сеть "Пятерочка".....</i>	64
<i>X5 Group N. V. (ТД "Перекресток", АО) / Торговая сеть "Перекресток".....</i>	69
<i>X5 Group N. V. (ООО "Онлайн-гипермаркет") / Online-гипермаркет Vprok.ru</i>	72
<i>X5 Group N. V. (ТД "Перекресток", АО) / Торговая сеть "Карусель"</i>	74
<i>X5 Group N. V. (Сладкая Жизнь Н.Н., ООО) / Торговая сеть "Чижик"</i>	75
<i>5POST (ИКС 5 ОМНИ, ООО)</i>	77
<i>Икс5-Восточная Сибирь, ООО; ГК "Красный Яр" / Торговые сети "Красный Яр", "Батон"</i>	78
<i>Икс5-Восточная Сибирь, ООО; Маяк, ООО / Торговые сети "Слата", "ХлебСоль"</i>	81
<i>Магнит, ПАО / Торговые сети "Магнит", "Магнит Семейный", "Магнит Экстра", "Моя цена", "Магнит Косметик", "Магнит Аптека"</i>	83
<i>Магнит, ПАО / Торговые сети "Магнит", "Магнит Семейный"</i>	83
<i>Магнит, ПАО / Торговая сеть "Моя цена"</i>	90
<i>Магнит, ПАО / Торговая сеть "Магнит Косметик".....</i>	92
<i>Магнит, ПАО / Торговая сеть "Магнит Аптека".....</i>	94
<i>ГК "ДИКСИ" / Торговые сети "Дикси", "Первым делом"</i>	95
<i>ГК Красное&Белое, ГК "Бристоль", ГК "Виктория".....</i>	98
<i>ГК "Красное&Белое" / Торговая сеть "Красное&Белое".....</i>	99
<i>ГК "Бристоль" / Торговые сети "Бристоль", "Бристоль-экспресс"</i>	101
<i>ГК "Виктория" / Торговые сети "Виктория", "Квартал", "Дешево"</i>	102
<i>Севергрупп, ООО / Торговая сеть "Лента", online-ритейлер "Утконос"</i>	103
<i>МКПАО "Лента"/ Торговая сеть "Лента"</i>	103
<i>Новый Импульс-50, ООО / Online-ритейлер "Утконос"</i>	113
<i>ГК "Семья" / Торговая сеть "Семья" (приобретена сетью "Лента").....</i>	117
<i>ГК "Торгсервис" / Торговые сети "Светофор", "Маяк"</i>	118
<i>АШАН Ритейл Россия / Торговые сети "АШАН", "АШАН Сити", "АТАК"</i>	120
<i>Бэст Прайс, ООО / Торговая сеть Fix Price</i>	124
<i>МЕТРО Кэш энд Керри, ООО / Торговая сеть METRO.....</i>	130
<i>МЕТРО Кэш энд Керри, ООО / Торговая сеть METRO.....</i>	130
<i>МЕТРО Кэш энд Керри, ООО / Франчайзинговые торговые сети "Фасоль", "Фасоль-экспресс"</i>	134
<i>ВкусВилл, АО / Торговая сеть "ВкусВилл".....</i>	135
<i>ГК "О'КЕЙ" / Торговые сети "О'КЕЙ", "ДА!".....</i>	140
<i>О'КЕЙ, ООО / Торговые сети "О'КЕЙ"</i>	140
<i>Фреш Маркет, ООО / Торговая сеть "ДА!"</i>	144
<i>ГК "Монетка" (Элемент-Трейд, ООО) / Торговая сеть "Монетка".....</i>	145
<i>Гиперглобус, ООО / Торговая сеть "Глобус".....</i>	146
<i>ГК "Мария-Ра" (Розница К-1, ООО) / Торговая сеть "Мария-Ра".....</i>	148
<i>Союз Святого Иоанна Воина, ООО / Торговая сеть "Верный".....</i>	149
<i>Спар Миддл Волга, ООО / Торговые сети SPAR, EUROSPAR, SPAR-Express.....</i>	150
<i>Камелот-А, ООО / Торговая сеть "Ярче!"</i>	152

ГК "Невада" / Торговые сети "Самбери", "Самбери-экспресс", "Раз Два", "Броско маркет", "Близкий".....	154
Городской супермаркет, ООО / Торговые сети "Азбука Вкуса", "AB Daily", "AB Маркет"	156
ГК "Командор" / Торговые сети "Командор", "Аллея", "Хороший", "Два шага"	161
Винлаб, АО / Торговая сеть "Винлаб"	163
ГК "КуулКлевер" (Отдохни-77, ООО) / Торговая сеть "Отдохни"	166
ГК "КуулКлевер" (Мясновъ-77, ООО) / Торговая сеть "Мясновъ"	168
Раздел V. Показатели и основные события служб доставки	171
Служба доставки igoods / АйГудс Системс, ООО	171
Раздел VI. Крупнейшие online-ритейлеры и маркетплейсы на рынке FMCG	175
Интернет-магазин и маркетплейс Ozon / "Интернет-решения", ООО.....	175
Интернет-магазин и маркетплейс Wildberries / Вайлдберриз, ООО	192
AliExpress Россия / Совместное предприятие РФПИ, Alibaba Group, "Мегафон" и VK	203
Маркетплейс KazanExpress / "КАЗАНЬЭКСПРЕСС" ООО	209
Раздел VII. Проекты Яндекс	214
Бизнес-направление "E-commerce и ridetech".....	214
Служба доставки "Яндекс Еда" / Яндекс Еда, ООО	222
Интернет-магазин "Яндекс Лавка" / Яндекс Лавка, ООО	227
Единый сервис для online-покупок "Яндекс Маркет" / ГК "Яндекс Маркет"	232
Сервис "Едадил" / Едадил, ООО	241
Служба доставки Delivery Club / "Деливери Клаб", ООО.....	243
Раздел VIII. Проекты "Сбера"	249
Проекты экосистемы "Сбера" в сфере электронной коммерции.....	249
СберЛогистика (СберЛогистика, ООО).....	251
Служба доставки "СберМаркет" / Инстамарт Сервис, ООО	253
Маркетплейс "СберМегаМаркет" / Маркетплейс, ООО	259
Online-ритейлер "Самокат" / "Умный ритейл", ООО.....	263
Раздел IX. Крупнейшие интернет-магазины продуктовых наборов	270
Performance Group ("Здоровая еда", ООО; "ЛЕВЕЛ МСК", ООО и др.) / Интернет-магазин Performance Food, Level Kitchen, My Food, Chef at Home	270
Интернет-магазин Grow Food / ГФ Трейд, ООО	276
Интернет-магазин "Шефмаркет" / Шефмаркет, ООО.....	280
С Служба доставки "Кухня на Районе" / "ЛОКАЛКИТЧЕН", ООО.....	286
Методология рынка online-продаж продовольственных товаров	289
Границы рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery.....	289
Структура рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery.....	290
Об обзоре "Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP"	292
Приложение 1. Классификация торговых объектов FMCG INFOLine	294

Раздел I. Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP

Макроэкономические показатели розничной торговли

Динамика розничных продаж

В декабре 2022 года оборот розничной торговли составил * млрд руб. и в товарной массе сократился на *%, в том числе продовольственными товарами – на *%, а непродовольственными товарами – на *%.

В IV квартале 2022 года оборот розничной торговли составил * млрд руб. и в товарной массе сократился на *%, в том числе продовольственными товарами – на *%, а непродовольственными товарами – на *%.

Таблица 1. Структура оборота розничной торговли по группам товаров, млрд руб.

Показатель	2019	2020	2021	2022	IV кв.21	IV кв.22	дек.21	дек.22
Оборот розничной торговли, в том числе	33624,3	33873,7	*	*	*	*	*	*
продовольственные товары	16120,8	16587,2	*	*	*	*	*	*
непродовольственные товары	17503,5	17286,5	*	*	*	*	*	*
Доля продовольственных товаров, %	47,9	49,0	*	*	*	*	*	*
Доля непродовольственных товаров, %	52,1	51,0	*	*	*	*	*	*

Источник: ФСГС

За 2022 год оборот розничной торговли составил * млрд руб. и в товарной массе сократился на *%, в том числе продовольственными товарами – на *%, а непродовольственными – на *%.

Рисунок 1. Динамика основных показателей потребительского рынка в товарной массе, % к соответствующему периоду предыдущего года

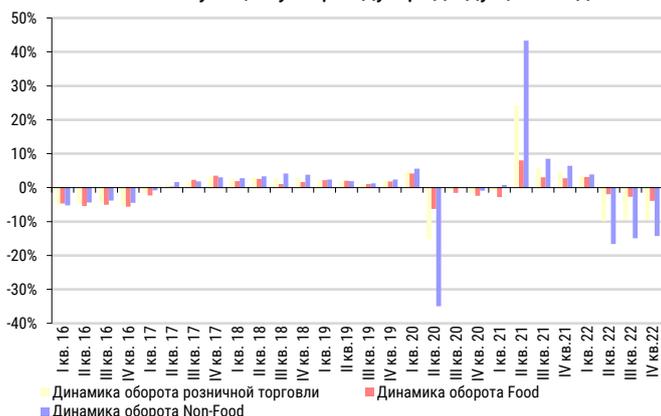
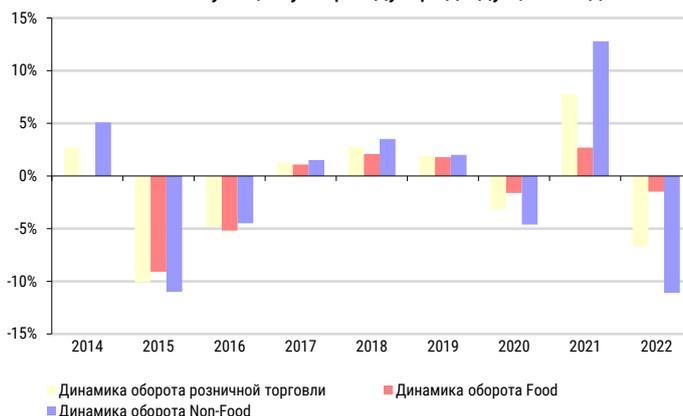


Рисунок 2. Динамика основных показателей потребительского рынка в товарной массе, % к соответствующему периоду предыдущего года



Источник: ФСГС

В декабре 2022 года оборот розничной торговли в денежном выражении вырос на * (в ноябре 2022 года – на *%, в декабре 2021 года – на *%), в IV квартале 2022 года – на *% (в III квартале 2022 года – на *%, в IV квартале 2021 года – на *%), за 2022 год – на *% (за 2021 год – на *%). <...>

Динамика потребительских расходов

В IV квартале 2022 года тренд снижения динамики потребительских расходов, начатый во II квартале, усилился, несмотря на в целом успешные для онлайн-ритейлеров периоды ноябрьских распродаж и предновогодних закупок. Продажи Non-Food сокращались в денежном выражении, несмотря на все еще достаточно высокую инфляцию, что связано со снижением доходов населения и замедленным восстановлением потребительского кредитования. <...>

Динамика рынка online-продаж продовольственных товаров

Развитие рынка E-grocery в 2022 году происходило в условиях экономического кризиса, ухудшения ситуации на потребительском рынке и беспрецедентно высокой инфляции. Сокращение спроса, вызванное закреплением среди населения сберегательной модели потребления, сокращением маркетинговой активности среди участников рынка E-commerce и E-grocery во II и III кварталах, уменьшение количества клиентов (особенно в Московском регионе, Санкт-Петербурге и других городах-миллионниках) в результате эмиграции населения <...>

Рейтинг интернет-магазинов FMCG и служб доставки

<...> Ухудшение экономической ситуации и усиление конкуренции ускорили тренд на консолидацию рынка online-продаж. В 2022 году доля "прочих" компаний (локальных ритейлеров, производителей и поставщиков продовольственных товаров) на рынке online-продаж продовольственных товаров сократилась на * п.п. до *%. <...>

Посещаемость сайтов интернет-магазинов и сервисов доставки FMCG

Посещаемость¹ сайтов интернет-магазинов сетей FMCG

Лидером по посещаемости в IV квартале 2022 года остается сайт сети "Лента": количество посещений в IV квартале 2022 года выросло на *% до * млн, в декабре – на *% до * млн. Второе место занял сайт "Пятерочки", опередив METRO: посещаемость за IV квартал увеличилась на *% до * млн. Это может быть связано с эффектом от перезапуска программы лояльности, развития экспресс-доставки и сервиса Food.ru.
<...>

Посещаемость сайтов online-гипермаркетов и маркетплейсов

К концу IV квартала 2022 года ассортимент и количество активных продавцов на маркетплейсах выросли, что в сочетании с активными маркетинговыми инвестициями крупнейших маркетплейсов позитивно отразилось на посещаемости сайтов крупнейших маркетплейсов – рост год к году составил *%. <...>

Посещаемость сайтов служб доставки

В IV квартале 2022 года "Сбермаркет" сохранил лидерство по количеству посещений сайта: в IV квартале 2022 года рост составил *%, а в декабре 2022 года – *%. <...>

Финансовые показатели крупнейших сетей FMCG

Финансовые показатели публичных сетей FMCG

За IV квартал 2022 года выручка X5 Group, включая сети "Красный Яр" и "Слата" (учтены с 26 октября 2022 г.), увеличилась на *% до * млрд руб., при этом без влияния сделки M&A – на *%. В IV квартале 2022 года темп роста розничной выручки X5 Group увеличился до *%, рост чистой offline-выручки составил *%, а сопоставимых продаж – *%. <...>

Рейтинг интернет-магазинов продуктовых наборов и готовых рационов

В 2022 году рынок доставки готовых рационов питания (ready-to-eat) и наборов для приготовления блюд (ready-to-cook) сократился на *% до * млрд руб. С марта 2022 года рынок доставки готовых рационов питания замедлил рост, во II квартале – стагнировал, а в III-IV кварталах – сокращался. <...>

ДЕМОВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание ключевых событий на рынке online-торговли продовольственными товарами, информацию о динамике развития рынка online-продаж продовольственных товаров и FMCG, а также рейтинги интернет-магазинов, маркетплейсов, служб доставки, online. Включена информация о посещаемости сайтов и количестве поисковых запросов.

ДЕМОВЕРСИЯ

¹ В обзоре приводятся данные по посещаемости по данным Similar Web

Раздел II. Государственное регулирование розничной торговли

Изменения в законодательстве и меры поддержки экономики

Новая экономическая парадигма

22 февраля 2022 года Владимир Путин подписал указы о признании ЛНР и ДНР. 24 февраля 2022 года Россия начала специальную военную операцию на Украине. В связи с началом специальной операции, США, ЕС и ряд других стран ввели против России, ряда российских компаний и физических лиц несколько пакетов экономических санкций. 5 октября 2022 года Владимир Путин подписал законы о ратификации договоров о принятии ЛНР, ДНР, Запорожской и Херсонской областей в состав России и подтвердил полномочия глав субъектов. <...>

Регулирование интернет-торговли

23 ноября 2022 года подготовлен проект постановления о сроках проведения эксперимента по осуществлению розничной online-продажи вина отечественного происхождения. В случае принятия документа, эксперимент начнется в Москве и Московской области с 1 ноября 2023 года и продлится до 31 июля 2026 года. Заказ можно будет сделать на сайте "Почты России". Доставка силами "Почты России" будет осуществляться через 24 часа с момента регистрации заказа. Для подтверждения возраста при получении заказа необходимо будет предъявить паспорт или воспользоваться Единой системой идентификации и аутентификации (ЕСИА).

ДЕМОВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит общие новости в сфере государственного регулирования, а также информацию об online-торговле алкоголем, табачной продукцией и лекарственными препаратами, сведения о маркировке товаров, системе быстрых платежей, таможенном регулировании.

ДЕМОВЕРСИЯ

Раздел III. Кейсы о развитии online-торговли

Кейс " Развитие online-ритейла и маркетплейсов "

Динамика рынка online-продаж

По итогам 9 месяцев 2022 года рынок online-торговли вырос на *% до * трлн руб. INFOLine оценивает рост рынка online-торговли по итогам IV квартала 2022 года примерно в *% до более * трлн руб., а в целом по году в пределах *% до * трлн руб.

По итогам 9 месяцев 2022 года объем внутренней online-торговли вырос на *% до * трлн руб., а объем трансграничной торговли сократился на *% до * млрд руб. Причиной является резкое сокращение импорта из стран Евросоюза, а также прекращение работы в России крупнейших европейских и американских интернет-магазинов и маркетплейсов. <...>

Рейтинг TOP-10 online-ритейлеров

В 2022 году мультикатегорийные маркетплейсы сохранили позиции в пятерке лидеров, причем доля ТОП-10 игроков выросла год к году на * п.п. до *%. Помимо Wildberries и Ozon, в пятерку лидеров входят экосистемы "Сбера" и "Яндекса", за счет online-продаж FMCG и доставки из торговых сетей FMCG. По итогам 9 месяцев 2022 года доля мультикатегорийных маркетплейсов на рынке увеличилась на * п. п. до *%. <...>

Развитие маркетплейсов на рынке online-продаж.

Высокие темпы роста маркетплейсов обусловлены широким ассортиментом, развитой логистической инфраструктурой и широким комплексом финансовых и логистических услуг, а также эффектом от схемы параллельного импорта и распродажи товаров брендов, прекративших работу в России. <...>

Кейс " Омниканальные стратегии развития сетей FMCG (анализ TOP-200 крупнейших ритейлеров) "

Развитие рынка online-продаж крупнейшими сетями FMCG

Участники рынка E-grocery в 2022 году столкнулись с беспрецедентными вызовами, обусловленными геополитической ситуацией и экономическим кризисом, а также действиями Правительства РФ. Так, динамика продаж ухудшилась после объявления частичной мобилизации и в результате масштабной эмиграции экономически активного населения в конце сентября и начале октября, ускорилось изменение потребительского поведения, усилилась ориентация покупателей на рациональное потребление и сокращение расходов, в том числе на FMCG. <...>

Переход крупнейших игроков FMCG к омниканальной модели

По оценкам INFOLine, по итогам 2022 года online-продажи продовольственных товаров через маркетплейсы выросли почти в * раза до * млрд руб., через сервисы доставки – на *% до * млрд. Ухудшение экономической ситуации и усилением конкуренции и рост расходов на маркетинг ускорили тренд на консолидацию рынка. <...>

Модели взаимодействия сетей FMCG и сервисов доставки

<...> INFOLine прогнозирует, что наиболее острая конкуренция в рамках между первой и второй моделями, основное различие между которыми заключается во владении точкой входа клиента. Крупные сети FMCG с удовольствием делегируют функции сборки и доставки товара, но стараются сохранить и повысить степень "владения" клиентом за счет доступа к коммуникации с ним и информации об истории его покупок (в первую очередь в рамках программы лояльности). <...>

Раздел IV. Показатели и события омниканальной модели бизнеса и интернет-магазинов TOP-20 сетей FMCG

X5 Group N. V. / Торговые сети "Пятерочка", "Перекресток", "Vprok.ru Перекресток", "Карусель", "Чижик"



Название компании: X5 Group N. V. Адрес: 119049, Москва, ул. Коровий Вал, 5, БЦ "Оазис"
Телефоны: (495)6628888, (495)7899595 E-mail: info@x5.ru Web: www.x5.ru
https://dialog.x5.ru/ Соц. сети: www.vk.com/x5group, https://t.me/x5news,
https://zen.yandex.ru/x5group https://twitter.com/x5_retailgroup
Руководители: Екатерина Лобачева, президент; Игорь Шехтерман, главный исполнительный директор; Антон Мироненков, управляющий директор X5 технологии; Лариса Романовская, управляющий директор X5 digital; Владимир Салахутдинов, директор по стратегии и развитию бизнеса X5.

Представленность торговых объектов по регионам

По состоянию на 31 декабря 2022 года X5 Group управляла *² торговыми объектами площадью * тыс. кв. м, в том числе * "мягкими" дискаунтерами "Пятерочка", * супермаркетами "Перекресток", * "жесткими" дискаунтерами "Чижик" и * магазинов "Красный Яр" и "Слата". По состоянию на IV квартал 2022 года объекты X5 расположены в * регионах России.³

Развитие сети

В IV квартале 2022 года прирост торговой площади объектов X5 Group увеличился на *% и составил * тыс. кв. м. Прирост за 2022 год увеличился на *% до * тыс. кв. м.

Итоги деятельности и прогнозы

За IV квартал 2022 года выручка X5 Group, включая "Красный Яр" и "Слата", увеличилась на *% до * млрд руб., при этом без влияния сделки M&A увеличилась на *%. По итогам 2022 года выручка X5 Group, включая "Красный Яр" и "Слата", увеличилась на *% до * млрд руб., при этом без влияния сделки M&A увеличилась на *%. Ключевые финансовые показатели X5 Group в 2020-2022 гг. в таблицах.

IT

2 октября 2020 года X5 Group запустила **Dialog** – многофункциональную платформу для решения бизнес-задач. Dialog X5 является единым входным окном для поставщиков и партнеров компании, комплексом цифровых инструментов, уже включающих аналитическую и логистическую отчетность, рекламный таргетинг и тендерную площадку. <...>

Программа лояльности

В IV квартале 2022 года более * тыс. магазинов были подключены к новой системе процессинга для программы лояльности X5 Group "X5 Клуб". На конец IV квартала 2022 года количество активных клиентов программы лояльности составило * млн, проникновение в продажи достигло *%. Средний чек активного клиента при использовании карты лояльности увеличивается в * раза по сравнению с активным клиентом, не использующим карту лояльности. <...>

Также в разделе приведена информация по следующим компаниям:

Магнит, ПАО / Торговые сети "Магнит", "Магнит Семейный", "Магнит Экстра", "Моя цена", "Магнит Косметик", "Магнит Аптека"

Mercury Retail Group Limited / ГК "Красное&Белое", ГК "Бристоль", ГК "Виктория"

Севергрупп, ООО / Торговая сеть "Лента", online-ритейлер "Утконос"

ГК "Торгсервис" / Торговые сети "Светофор", "Маяк"

Auchan Retail Россия / Торговые сети "Ашан", "Ашан Супермаркет", "Ашан Сити", "Атак"

² Включая dark stores Vprok.ru, dark kitchen "Много Лосося", магазины "Красный Яр" и "Слата".

³ Обновление информации по публичным компаниям осуществляется ежеквартально по мере официальной публикации раскрытия данных.



Бэст Прайс, ООО / Торговая сеть Fix Price
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО / Торговая сеть METRO
ГК "О'КЕЙ" / Торговые сети "О'КЕЙ", "ДА!"
ВкусВилл, ПАО / Торговая сеть "ВкусВилл"
ГК "Монетка" (Элемент-Трейд, ООО) / Торговая сеть "Монетка"
Гиперглобус, ООО / Торговая сеть "Глобус"
ГК "Мария-Ра" (Розница К-1, ООО) / Торговая сеть "Мария-Ра"
Спар Миддл Волга, ООО / Торговые сети SPAR, EUROSPAR, SPAR-Express
Союз Святого Иоанна Воина, ООО / Торговая сеть "Верный"
Городской супермаркет, ООО / Торговые сети "Азбука Вкуса", "АВ Daily", "АВ Маркет"
ГК "Невада" / Торговые сети "Самбери", "Самбери-экспресс", "Раз Два", "Броско маркет", "Близкий"
Правильный выбор, ООО / Торговые сети "Доброцен", "Правильный градус"
ГК "Командор" / Торговые сети "Командор", "Аллея", "Хороший", "Два шага"
Винлаб, АО / Торговая сеть "Винлаб"
ГК "КуулКлевер" (Отдохни-77, ООО) / Торговая сеть "Отдохни"
ГК "КуулКлевер" (Мясновъ-77, ООО) / Торговая сеть "Мясновъ"

ДЕМОВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание ключевых событий TOP-20 сетей FMCG, характеристику мобильных приложений, итоги деятельности и планы, прогнозы и т. д.

ДЕМОВЕРСИЯ

Раздел V. Показатели и основные события служб доставки

Служба доставки iGooods / АйГудс Системс, ООО



Название компании: *АйГудс Системс, ООО (Сервис доставки продуктов iGooods)* Адрес: 105066, Санкт-Петербург, пр. Измайловский, д. 4 Телефон: (812) 9855506 E-mail: franchise@igooods.ru Web: www.igooods.ru www.vk.com/igooods_ru www.instagram.com/igooods/ www.facebook.com/igooods Руководитель: Кунис Григорий Михайлович, управляющий

История и развитие компании

Компания iGooods начала свою работу в 2015 году с доставки товаров из торгового центра METRO в Приморском районе Санкт-Петербурга. Инвестиции в запуск проекта составили около 100 млн руб., половина из которых была направлена на IT и оборудование. Бизнес-модель проекта построена на доходе из трех источников: клиент платит за доставку, ритейлер – комиссию (или предоставляет скидку), а с 2021 года производители платят за рекламу и продвижение товара внутри сервиса.

Характеристики сервиса доставки

По состоянию на IV квартал 2022 года iGooods осуществляет доставку из более чем 200 торговых объектов в * регионах. Как отметил Григорий Кунис, прекращение работы с некоторыми партнерами связано с "экономической нецелесообразностью работы проекта в ряде городов".

Мобильное приложение

Мобильное приложение доступно для iOS и Android. Последнее обновление приложения на Android и iOS состоялось 21 декабря 2022 года. По состоянию на декабрь 2022 года рейтинг приложения на Google Play – 4,4 из 5, в App Store – 4,7 баллов из 5. Количество скачиваний приложения на Android – более 500 тыс.

Акционерный капитал

В июне 2018 года сервис привлек 123 млн руб. от группы инвесторов во главе с основателем Delivery Club Леоном Оганесяном. Для сделки iGooods был оценен в * млн руб., инвесторы покупали новые акции – всего * %.

Итоги деятельности и прогнозы

Оборот компании по итогам 2022 года сократился на *% до * млрд руб. Количество заказов в 2022 году сократилось на *% до * тыс.

Оборот компании в IV квартале 2022 года снизился на *% до * млн руб., при этом по сравнению с III кварталом 2022 года вырос на *%, а среднее количество заказов в день сократилось *% до * тыс. Большая часть оборота пришлось на Санкт-Петербург и Ленинградскую область – *%, доля оборота Москвы и Московской области – *%. Средний чек вырос на *% до * руб.

ДЕМОВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание ключевых событий крупнейших служб доставки FMCG, характеристику мобильных приложений, взаимодействие с партнерами и покупателями, а также итоги деятельности и планы, прогнозы и т. д.

ДЕМОВЕРСИЯ

Раздел VI. Крупнейшие online-ритейлеры и маркетплейсы на рынке FMCG

Интернет-магазин и маркетплейс Ozon / "Интернет-решения", ООО



Название компании: *OZON Group (Интернет-решения, ООО) / маркетплейс Ozon.ru* Адрес: 123112, Москва, Пресненская наб., 10, блок С, комплекс "Башня на набережной" Телефоны: (495) 2321000 Факсы: (495) 2321033 E-mail: pr@ozon.ru Web (интернет-магазин): www.ozon.ru Социальные сети: vk.com/ozon; <https://t.me/ozonru>; <https://ok.ru/ozon> Руководитель: Игорь Герасимов, финансовый директор, член коллегиального руководящего органа, исполнительный директор в составе Совета директоров; Аткишкина Виктория, директор по развитию бизнеса FMCG, Елена Ивашенцева, председатель совета директоров.

История и развитие компании

Интернет-магазин Ozon был основан в 1998 году в Санкт-Петербурге компанией ReKsoft и издательством Terra Fantastica как торговый сервис для продажи книг и видео на VHS-кассетах через интернет. В 2000 году центральный офис компании был перенесен из Санкт-Петербурга в Москву. В 2001-2002 гг. Ozon расширил ассортимент, включив в него ПО, игрушки и электронику, запустил доставку по 400 городам России.

Конvertируемые облигации

В феврале 2021 года Ozon выпустил конвертируемые облигации на общую сумму *млн долл. с погашением в 2026 году. Ориентир купона установлен на уровне *% годовых с погашением два раза в год, начиная с августа 2021 года. Начальная цена премии за конвертацию установлена на уровне * долл. США, что представляет собой *% от средневзвешенной цены ADS на 17 февраля 2021 года.

Акционерный капитал

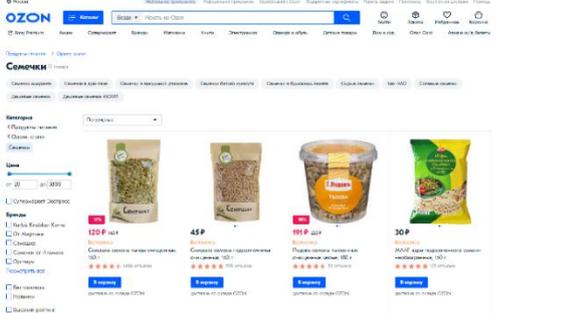
24 ноября 2020 года Ozon совершил публичное размещение на NASDAQ и Московской бирже. По результатам размещения компания выпустила 42,45 млн новых обыкновенных акций, чистый объем привлеченных средств (за вычетом расходов на проведение IPO и комиссии андеррайтеров) составил * млрд долларов. Основные акционеры Ozon – Baring Vostok и АФК "Система" – приобрели бумаги по цене размещения на сумму 67,5 млн долл. каждый. После IPO доля АФК "Система" в капитале Ozon составила *%, а Baring Vostok – *%. Доля новых инвесторов составила *%.



Характеристики интернет-магазина

Характеристики интернет-магазина Ozon представлены в таблице.

Таблица 2. Характеристики интернет-магазина и маркетплейса Ozon на 31.12.2022

Показатель	Информация
Сайт	Ozon.ru
Размещение	На сайте компании и в мобильном приложении Ozon
Внешний вид интернет-магазина	
Год запуска	1998
Ассортимент	бытовая химия, продукты питания, детские товары, товары для животных, товары для дома и сада, бытовая техника, одежда, лекарства, и др.
Количество SKU, млн (на конец II кв. 2022 г.)	* (включая маркетплейс)
Количество SKU в категории food, тыс. (на конец II кв. 2022 г.)	* (включая маркетплейс)
Средний чек в категории food, руб.	>*
Регион действия интернет-магазина	Вся Россия + доставка в зарубежные страны с помощью логистических партнеров
Способы оплаты	банковская карта, Ozon.Card, ЮMoney, кредит и рассрочка партнеров, рассрочка Ozon, СБП. Для юридических лиц – банковская карта и перевод на расчетный счет. С 01.01.2022 для покупателей в Казахстане стоимость товара отображается с надбавкой 12% из-за вступления в силу "Цифрового налога" на территории Казахстана.
Условия доставки	При заказе до 2500 руб. курьером стоимость доставки составит 149 или 249 руб. в зависимости от региона (стоимость актуальна для основной части России, отдалённые регионы тарифицируются отдельно).
Условия бесплатной доставки	Доставка курьером при заказе от 2500 руб., доставка в постаматы и ПВЗ от любой суммы (имеется минимальная сумма заказа) для подписчиков Ozon Premium
Дополнительные условия заказа	*
Время работы	*
Минимальная сумма заказа	*

Итоги деятельности и прогнозы

Оборот Ozon, включая услуги, по итогам 9 месяцев 2022 года вырос на % до * млрд руб. В III квартале 2022 года вырос на % до * млрд руб. Рост обусловлен стремительным ростом заказов.

Также в разделе приведена информация по следующим компаниям:

Вайлдберриз, ООО / Online-ритейлер Wildberries

AliExpress Россия / Совместное предприятие РФПИ, Alibaba Group, "Мегафон" и VK

Маркетплейс KazanExpress / "Маркетплейс-Технологии", ООО

*****ДЕМОВЕРСИЯ*****

Полный текст содержит характеристику и итоги деятельности крупнейших online-ритейлеров и маркетплейсов на рынке FMCG. Раздел содержит характеристики интернет-магазинов и маркетплейсов, информацию о международном развитии, логистические показатели и т. д.

*****ДЕМОВЕРСИЯ*****

Раздел VII. Проекты Яндекс

Бизнес-направление "E-commerce и ridetech"



Название компании: *Яндекс.Такси, ООО: (Компания "Яндекс.Такси")* Адрес: 123112, Россия, г. Москва, 1-ый Красногвардейский проезд, дом 21, строение 1. Телефоны: (495) 7397000 E-mail: *pr@yandex-team.ru* Web: *go.yandex taxi.yandex.ru* Руководитель: Даниил Шулейко, руководитель группы e-commerce и ridetech Яндекса; Роман Маресов, генеральный директор Яндекс.Еды, Вадим Петров, генеральный директор Яндекс Лавки, Роман Морозов, руководитель сервиса "Яндекс. Доставка".

История и развитие компании "Яндекс"

<...> В июле 2022 года "Яндекс" заявил о том, что претендует на статус оператора интернет-рекламы в связи с новыми поправками в "Законо о рекламе", которые вступят в силу в сентябре. Компания уже прорабатывает технологические решения для выхода на рекламный рынок и утверждает юридические детали. В соответствии с новой редакцией "Закона о рекламе" участники рекламного рынка с 1 сентября 2022 года будут обязаны передавать Роскомнадзору все сведения о размещаемой в рунете рекламе, для чего регулятор создаст единый реестр. <...>

Акционерный капитал

<...> 4 августа 2022 года стало известно, что правительство РФ предоставило российским интернет-компаниям ("Яндекс", VK и Ozon) льготное кредитование совокупно на 130 млрд руб. Данная сумма пойдёт на рефинансирование обязательств перед держателями конвертируемых еврооблигаций, у которых в результате "события делистинга" появилось право на их досрочное погашение. "Яндекс", VK и Ozon выпустили конвертируемые облигации на сумму 1,25 млрд долл., 400 млн долл. и 750 млн долл. соответственно.

История и развитие бизнес-группы E-commerce и ridetech

В основу foodtech-направления "Яндекс.Такси" лег сервис "Яндекс.Еда". Его создали на базе приобретенного в конце 2017 года стартапа Foodfox. В марте 2018 года "Яндекс.Такси" анонсировал запуск сервиса "Яндекс.Еда". Позднее в его состав вошел сервис доставки еды Uber Eats. Затем к foodtech-направлению присоединились сервисы "Яндекс.Шеф" (на базе сервиса "Партия Еды") и сервис "Яндекс Лавка". <...>

Итоги деятельности

Общая выручка компании "Яндекс" в IV квартале 2022 года выросла на *% и составила * млрд руб. Скорректированная EBITDA (объем прибыли до вычета расходов по выплате процентов, налогов, износа и амортизации) увеличилась в * раза до * млрд руб. Рентабельность по скорр. EBITDA составила *% против *% по итогам 2021 года. <...>

"Яндекс.Доставка"

<...> Выручка других O2O- сервисов в 2022 году выросла на *% до * млрд руб., при этом наибольший вклад внесли сервисы "Яндекс Доставки" и "Яндекс Еды", включая Delivery Club. В IV квартале 2022 года "Яндекс.Доставка" продолжила демонстрировать высокие темпы роста. GMV выросли в * раз, а количество доставок в день доходило до * тыс. <...>

Взаимодействие с потребителями

В III квартале 2021 г. Yandex Pay запустил быстрое оформление покупки и экспресс-доставку для своих пользователей. Теперь данные подтягиваются из аккаунта на "Яндексе". Попробовать быстрое оформление заказа и экспресс-доставку может любой интернет-магазин. Для этого нужно подключить Yandex Pay Checkout. <...>

Служба доставки "Яндекс Еда" / Яндекс Еда, ООО



Название компании: *Яндекс.Еда, ООО "Яндекс.Еда"* Адрес: 115035, Москва, Садовническая ул., 82, стр. 2 Телефоны: (495) 739-70-00; Факсы: (495) 739-70-70 E-mail: *pr@eda.yandex.ru*. Web: *eda.yandex.ru* Руководители: Роман Маресов, генеральный директор "Яндекс.Еда".



История и развитие сервиса

Сервис по доставке готовой еды из заведений общественного питания "Яндекс.Еда" был запущен в Москве в начале марта 2018 года. Проект был создан на базе сервиса Foodfox, который "Яндекс.Такси" купил в конце 2017 года. В мае 2018 года российские активы Uber Eats также вошли в состав сервиса "Яндекс.Еда".

С осени 2019 года сервис начал работу в Казахстане.

На начало 2020 года "Яндекс.Еда" работала примерно с 16 тыс. партнеров. В условиях пандемии произошел стремительный рост фудтех направления, что стало драйвером для развития online-торговли. На декабрь 2021 года количество партнеров увеличилось до 36 тыс. более чем в 185 городах России и других стран.

В июне 2020 года "Яндекс.Еда" начала работать в новом сегменте – как внешняя служба доставки и сборки товаров для ритейлеров FMCG. Для этого компания задействовала существующий штат курьеров и расширила его за счет специально обученных сборщиков. Первыми партнерами стали сети "Верный", "Быстроном", "Азбука Вкуса" и "ВкусВилл".

Интернет-магазин "Яндекс Лавка" / Яндекс Лавка, ООО



Название компании: "Яндекс Лавка", ООО (Интернет-магазин "Яндекс Лавка") Адрес: 115035, город Москва, ул. Садовническая, д. 82, стр. 2. Телефоны: (495) 739-70-00 Факсы: (495) 739-70-70 E-mail: lavka@yandex-team.ru Web: lavka.yandex.ru Руководитель: Вадим Петров, генеральный директор

История и развитие сервиса

Сервис доставки продуктов "Яндекс Лавка" был запущен в июне 2019 года в Хамовниках (район Москвы). "Лавка" – сеть собственных dark store, с которых осуществляется экспресс-доставка продуктов и товаров. Все товары хранятся на складах площадью около 100-150 кв. м., поэтому доставка осуществляется через 15-20 минут после заказа. В феврале 2020 года "Яндекс Лавка" запущена в Санкт-Петербурге. В июле 2020 года "Яндекс Лавка" была запущена в Нижнем Новгороде.

В марте 2020 года "Яндекс Лавка" была выделена в отдельное направление foodtech-бизнеса "Яндекс.Такси" с прямым подчинением Даниилу Шулейко.

С 1 апреля 2021 года "Яндекс Лавка" запущена в Казани. В июне 2021 года "Яндекс Лавка" и доставка по "клику" появилась в Екатеринбурге. На конец 2021 года число dark store "Яндекс Лавки" составило *, они расположены в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Казани, Екатеринбурге и в Израиле. <...>

Совместные проекты с "Яндекс Маркет"

<...> Совместный проект "Яндекс.Маркета" и "Яндекс.Лавки" по доставке из dark store в регионах под брендом "Маркет 15" показывает хорошие результаты: в регионах присутствия на этот проект приходится до *% заказов маркетплейса и *% GMV (развивается в Краснодаре, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Казани и Новосибирске, а в Москве и Санкт-Петербурге быстрая доставка развивается полностью на инфраструктуре "Яндекс.Лавки").

Международная деятельность

В конце ноября 2020 года "Яндекс Лавка" начала работу в Израиле. Компания запущена под брендом Deli и встроена в экосистему Yango – это международный бренд "Яндекс.Такси", работающий в Израиле с 2018 года. Сервисом управляет израильский менеджмент. Deli также доставляет алкоголь и сигареты. По состоянию на 30.09.2022 года Yango Deli в Израиле действует по всей территории Гуш-Дана (включает в себя Тель-Авив и близлежащие города), а также в Нес-Ционе, Модиине, Раанане, южной части Нетании, Гиват-Шмуеле и части районов Хайфы.

Также в разделе приведена информация по следующим компаниям:

ГК "Яндекс.Маркет" / Единый сервис для online покупок "Яндекс.Маркет"

Едадил, ООО / Сервис "Едадил"

Деливери Клуб", ООО / Служба доставки Delivery Club

*****ДЕМОВЕРСИЯ*****

Полный текст содержит характеристику и итоги деятельности проектов компании "Яндекс". Раздел содержит планы развития проектов, информацию об отставках и назначениях, логистические показатели и т. д.

*****ДЕМОВЕРСИЯ*******Раздел VIII. Проекты "Сбера"****Проекты экосистемы "Сбера" в сфере электронной коммерции**

Название компании: *"Сбер"* Адрес: 117312, Москва, ул. Вавилова, д. 19.
Телефоны: 8 800 100 72 69 Web: <https://www.sber.ru/> Руководство: Кирилл Царев,
руководитель дирекции по развитию экосистемы, первый заместитель председателя
правления Сбера

Развитие экосистемы

Экосистема "Сбера" включает следующие направления: банк, развлечения, кибербезопасность, образование, облачные сервисы, здравоохранение, e-commerce, рисковое страхование, платежи, управление благосостоянием и брокерский бизнес. Развитие нефинансового направления услуг компанией ПАО "Сбербанк" началось в 2017 году. В декабре 2019 года "Сбербанк" и Mail.ru Group создали совместное предприятие ООО "O2O ХОЛДИНГ" (online-to-offline), которое представлено следующими активами: "Самокат", Delivery club, "Ситимобил", "Кухня на районе".

Сделки M&A

В августе 2022 года "Сбер" и VK заключили соглашение о разделе активов совместного предприятия "O2O Холдинг". В результате безденежной сделки VK достался сервис по доставке еды и продуктов Delivery Club. Другие активы: "Ситидрайв", сервисы доставки еды "Самокат" и "Кухня на районе" остались в рамках "O2O Холдинг". При этом доля "Сбера" в СП "O2O Холдинг" не изменилась. По данным СМИ для приобретения доли VK в "O2O Холдинг" были привлечены средства консорциума сторонних инвесторов, что позволило снять с компании санкционные риски.

Показатели нефинансовых сервисов

В марте 2022 года Сбер принял решение в условиях введенных против компании санкций не публиковать финансовую отчетность и не готовить презентации для инвесторов.

Также в разделе приведена информация по следующим компаниям:

СберЛогистика" (СберЛогистика, ООО)

Инстамарт Сервис, ООО / Служба доставки "СберМаркет"

Маркетплейс, ООО / Маркетплейс "СберМегаМаркет"

"Умный ритейл", ООО / Online-ритейлер "Самокат"

*****ДЕМОВЕРСИЯ*****

Полный текст содержит характеристику проектов "Сбера" в E-grocery. В раздел включена история развития сервисов, информация о корпоративных событиях и т. д.

*****ДЕМОВЕРСИЯ*****

Раздел IX. Крупнейшие интернет-магазины продуктовых наборов

Performance Group ("Здоровая еда", ООО; "ЛЕВЕЛ МСК", ООО и др.) / Интернет-магазин Performance Food, Level Kitchen, My Food.



Название компании: *Performance Group ("Здоровая еда", ООО; "ЛЕВЕЛ МСК", ООО; "ИЗИМИЛ", ООО; "Моя еда", ООО) / интернет-магазин Performance food, Level Kitchen, My Food* Адрес: 121471, Москва, ул. Рябиновая, 26 стр. 10 Телефоны: (495) 1267110, 8 (800) 775-82-33 E-mail: info@p-food.ru Web: p-food.ru; levelkitchen.com; m-food.ru Социальные сети: vk.com/performance_food, vk.com/levelkitchen, vk.com/myfood_ru, https://t.me/p_food; https://t.me/level_kitchen, https://t.me/myfood_ru Руководитель: Артур Зеленый, основатель Performance Group.

История и развитие сервиса

В 2015 году Артур Зеленый основал Performance Group. Стартовый капитал составлял порядка 1 млн руб. Performance Group работает с использованием модели доставки готовых блюд, которые необходимо только разогреть, а также производит наборы для приготовления блюд. Компания управляет сервисом по приготовлению и доставке наборов продуктов Performance Food, а также проектами Level Kitchen, My Food и Chef at Home. За 5 лет работы компания доставила порядка 40 млн готовых блюд и выполнила 3,3 млн заказов. <...>

Региональное развитие

<...> По состоянию на декабрь 2022 года продажи осуществляются в * городах-миллионниках (в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Челябинске, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Краснодаре), а также в Ярославле, Рязани, Калуге, Твери, Туле, Владимире, Сочи, Анапе, Геленджике, Новороссийске и Перми. <...>

Логистика и собственное производство

По состоянию на конец 2022 года компания располагает * производствами общей площадью * тыс. кв. м в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Краснодаре, что позволяет выпускать до 240 тыс. готовых блюд ежедневно.

Взаимодействие с потребителями

В декабре 2022 года в сервисе Level Kitchen появилась опция "Исключить рыбу" при оформлении заказа. Все рыбные блюда будут заменены на другие без потери качества и разнообразия меню.

Также в разделе приведена информация по следующим компаниям:

ГФ Трейд, ООО / Интернет-магазин Grow Food

ШефМаркет, ООО / Интернет-магазин "ШефМаркет"

Олимп, ООО / Интернет-магазин Elementaree

ДЕМОВЕРСИЯ

Полный текст содержит характеристику и стратегию развития крупнейших интернет-магазинов продуктовых наборов

ДЕМОВЕРСИЯ

Методология рынка online-продаж продовольственных товаров

Границы рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery

Рынок online-продаж продовольственных товаров

Рынок online-продаж продовольственных товаров

В соответствии с методологией рейтинга INFOLine E-grocery Russia TOP, под емкостью розничного рынка online-продаж продовольственных товаров INFOLine

подразумевает оборот от online-продаж, в том числе услуги предзаказа и самовывоза – click&collect (за исключением сетей по продаже алкогольной и табачной продукции, так как для этих категорий online-продажи запрещены законодательно), следующих товарных категорий:

- продовольственные товары;
- безалкогольные и алкогольные напитки;
- детское и спортивное питание;

INFOLine учитывает в емкости рынка алкогольную продукцию и табачные изделия, online-продажи которых сейчас запрещены законодательством РФ, однако доступны через услугу предзаказа и самовывоза (click&collect) при их продаже торговыми сетями FMCG (кроме сетей с преобладающим ассортиментом алкогольной и табачной продукции: "Красное&Белое", "Бристоль", "Винлаб" и т. д.).

В емкость рынка online-продаж продовольственных товаров INFOLine не включает оборот заведений общественного питания, кроме продаж специализированными компаниями наборов для приготовления блюд и готовых рационов питания (в сегменте готовых рационов питания включается только продажа по подписке компаниями (например, Performance Group и Grow Food), у которых нет собственных заведений общественного питания). У служб доставки из заведений HoReCa (таких, как "Яндекс.Еда" и Delivery Club) учитывается оборот от партнерства только с FMCG и другими ритейлерами.

Рынок E-grocery

Под емкостью рынка E-grocery INFOLine подразумевает оборот от online-продаж товаров повседневного спроса, которые реализуются торговыми сетями FMCG и online-ритейлерами, а также мультикатегорийными маркетплейсами. При этом в емкость рынка E-grocery не включаются продажи торговых сетей и online-ритейлеров, которые осуществляют продажу только непродовольственных товаров или у которых продовольственные товары составляют менее 3% в продажах и в ассортименте (например, IKEA, "Декатлон", "Аскона", "Галамарт"). К товарам повседневного спроса для оценки рынка E-grocery относятся следующие категории:

- продовольственные товары;
- детские товары (кроме одежды и обуви);
- косметика, парфюмерия и бытовая химия;
- товары для животных;
- товары для дома (посуда, текстиль, предметы интерьера, товары для дачи и сада, хозяйственные товары);
- некоторые другие непродовольственные товары повседневного спроса.

Для расчета емкости рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery INFOLine не учитывает оборот компаний, специализирующихся на B2B-продажах (например, ГК "Комус" или оптовый сегмент бизнеса Metro – продажи юридическим лицам в сегменте HORECA или розничным компаниям). Если компания, занимающаяся розничными online-продажами, осуществляет B2B-продажи, однако их доля не превышает 10% (например, "СберМаркет"), то корректировка не делается и учитывается весь оборот. Оборот сервисов доставки и интернет-магазинов и емкость рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery приводится с учетом бонусов и промокодов для клиентов, а также стоимости доставки.

В связи с тем, что развитие наших клиентов и отрасли в целом происходит в основном в направлении активного роста E-grocery как канала продаж и в меньшей степени в направлении Foodtech (технологии в области производства, приготовления и доставки готовой еды), INFOLine принято решение с 2022 года в настоящем обзоре сфокусироваться преимущественно на исследовании и описании E-grocery.

NEW!!! В январе 2022 года INFOLine выпустил новый продукт: **"Тематические новости: Развитие Foodtech и инновационных продуктов питания в России и мире!"**

Структура рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery

Методология INFOLine предполагает следующую структуру рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery в России (приведена в таблице):

Таблица 3. Структура рынка online-продаж продовольственных товаров и E-grocery

Категория	Описание категории	Учет в емкости рынка online-продаж продовольственных товаров
Интернет-магазины ритейлеров FMCG (И-М)	Собственные интернет-магазины торговых сетей FMCG, в которых за сборку заказа и доставку отвечают непосредственно сами сети (не учитывается оборот от продаж через партнерские службы доставки).	Оборот интернет-магазина (кроме непродовольственных товаров)
Службы доставки продовольственных и сопутствующих товаров из магазинов (СД)	Сервисы отвечают за доставку товаров из торговых сетей, покупатель делает заказ на сайте службы доставки, выбирая при этом конкретный магазин. Бизнес-модель таких компаний построена на доходе от двух источников: клиент платит за доставку, а ритейлер платит комиссию или предоставляет скидку, которая не транслируется клиенту.	Оборот службы доставки (кроме непродовольственных товаров) с учетом стоимости доставки
Операторы экспресс-доставки продуктов питания (ДС)	Компании, предлагающие доставку в течение 2 часов с момента оформления заказа. Доставка может осуществляться из собственных и партнерских розничных магазинов или dark store ⁴ .	Оборот интернет-магазина (кроме непродовольственных товаров)
Online-ритейлеры с широким ассортиментом (интернет-гипермаркеты)	Ритейлеры, не имеющие физических торговых объектов (пункты выдачи и постаматы INFOLine не относят к торговым объектам), в ассортименте которых присутствуют товары категории food.	Оборот online-ритейлера от реализации продовольственных товаров
Маркетплейсы, продающие продукты питания (М)	Маркетплейс – это электронная торговая площадка, на которой размещаются товары различных поставщиков. Маркетплейсы, специализирующиеся на непродовольственном ассортименте, активно расширяют ассортимент за счет продовольственных товаров (многие online-ритейлеры одновременно являются и маркетплейсами)	Оборот маркетплейса от реализации продовольственных товаров
Операторы готовых продуктовых наборов и рационов для приготовления	Компании в данной категории делятся на два подтипа: интернет-магазины, которые доставляют наборы продуктов с рецептами для самостоятельного приготовления, и интернет-магазины, которые доставляют готовые рационы, включающие несколько блюд на день. Рационы доставляются по модели подписки на определенное количество дней.	Оборот интернет-магазина
Интернет-магазины по продаже детских товаров	В данную категорию включены интернет-магазины сетей детских товаров и online-ритейлеры, которые реализуют детское питание и другие виды продовольственных товаров.	Оборот от реализации детского питания и других продовольственных товаров
Интернет-магазины производителей продовольственных товаров	Собственные интернет-магазины производителей и поставщиков продовольственных товаров.	Оборот интернет-магазина
Специализированные службы доставки из заведений общественного питания	Сервисы предлагают клиентам перечень ресторанов-партнеров на платформе, из которых можно заказать готовую еду с доставкой. Доставка осуществляется курьерами службы доставки, сторонними курьерскими службами или самими ресторанами.	Учитываются только продажи продуктов питания из магазинов FMCG, если служба доставки предлагает такую услугу.
Заведения общественного питания (HORECA)	Собственные и партнерские службы доставки заведений общественного питания.	Учитываются только продажи готовой упакованной кулинарии через маркетплейсы и интернет-магазины по продаже продовольственных товаров.

Источник: INFOLine

В структуре рейтинга компании, работающие по одинаковой бизнес модели и входящие в состав одного холдинга, объединяются в одну-общую позицию. При определении позиции холдинга в структуре рейтинга учитываются online-продажи всех участников холдинга независимо от бизнес-модели.

FMCG ритейлеры используют различные модели online-продаж, отличие которых зависит от формы взаимодействия с сервисами доставки. Для классификации online-продаж методология INFOLine различает три модели.

В рамках первой модели FMCG ритейлер полностью делегирует online-продажи сервису доставки. Ритейлер не имеет собственной online-витрины и логистической инфраструктуры для доставки товаров клиентам, при этом ритейлер может как самостоятельно осуществлять сбор online-заказа, так и делегировать сотрудникам сервиса доставки. В рамках данной модели, согласно методологии INFOLine, оборот от online-продаж ритейлера учитывается как оборот через сервис доставки.

⁴ Dark store – логистический объект, где осуществляется хранение товаров и сборка заказов, сделанных в интернет-магазине; dark kitchen – объект общественного питания, который готовит еду только для доставки, без посадочных мест и самовывоза.

В рамках второй модели ритейлер имеет собственную точку входа для клиента в виде сайта или приложения с online-витриной. При этом сервис доставки предоставляет логистические услуги для доставки заказа клиенту. Сбор заказ, в рамках данной модели может осуществлять как сам ритейлер, так и сотрудники сервиса доставки. В рамках данной модели, оборот от online-продаж ритейлера учитывается как оборот через сервис доставки.

Третья модель предполагает самостоятельное осуществление online-продаж ритейлером с использованием собственной точки входа для клиента (online-витрины на сайте или в приложении), самостоятельную сборку и доставку заказа клиенту. В рамках данной модели, оборот от online-продаж учитывается как собственный.

Таблица 4. Классификация online-продаж (собственные продажи или через сервисы доставки)

Этап	Модель 1	Модель 2	Модель 3
Точка входа для клиента (сайт или приложение)	Сервис доставки	Ритейлер	Ритейлер
Сборка заказа	Сервис доставки / Ритейлер	Сервис доставки / Ритейлер	Ритейлер
Доставка	Сервис доставки	Сервис доставки	Ритейлер
У кого учитывается в продажах в обзоре INFOLine E-Grocery Russia TOP	Сервис доставки	Сервис доставки	Ритейлер

Источник: INFOLine

Рынок доставки готовых блюд из заведений общественного питания в 2021 году превосходил рынок online-продаж продовольственных товаров и динамично рос, причем в крупных городах его доля превысила 30% от рынка общественного питания. INFOLine в обзоре "Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP" описывает крупнейших агрегаторов доставки готовых блюд ("Яндекс.Еда", Delivery Club), а также некоторые инновационные концепции (например, "Кухня на районе") или проекты ритейлеров FMCG в сегменте dark kitchen (например, "Много лосося"), однако данный сегмент при оценке емкости рынка online-продаж продовольственных товаров не учитывается.

Рисунок 3. Структура рынка online-продаж продовольственных товаров



Источник: INFOLine

