

И С С Л Е Д О В А Н И Е

РЫНОК E-GROCERY РОССИИ

Итоги 2025 года и тенденции 2026 года

Д Е М О Н С Т Р А Ц И О Н Н А Я В Е Р С И Я



информационное агентство

information agency

- ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА E-GROCERY
- РЕЙТИНГИ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ E-GROCERY
- ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ КАНАЛОВ РЫНКА E-GROCERY
- РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА E-GROCERY
- ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА E-GROCERY

СРАВНЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ЕЖЕКВАРТАЛЬНОГО ОБЗОРА И ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА E-GROCERY

Ежеквартальный обзор Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP



Ежеквартально*

300 стр.

Стоимость годовой
подписки: **160 тыс. руб.**

* 25 рабочих дней с момента
окончания квартала

Общие разделы:

обзор – ежеквартально / исследование – подробно

Показатели потребительского рынка

Государственное регулирование
розничной торговли и E-grocery

Показатели FMCG ритейла

Динамика и структура рынка
E-grocery и online-продаж Food

Бизнес справки по E-grocery компаниям

Бизнес-справки по крупнейшим сетям FMCG

Разделы ТОЛЬКО в исследовании

Российский рынок электронной коммерции

Международный рынок E-grocery

Online-продажи Non-Food FMCG

Click&collect продажи алкогольной продукции

Региональное развитие рынка E-grocery
(Москва и МО, Санкт-Петербург и ЛО, прочие регионы)

Прогноз развития рынка E-grocery по каналам и
регионам, а также показателей лидеров

Исследование РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Итоги 2025 г. и тенденции 2026 г.



Июнь 2026 года

200 слайдов

Стоимость: **150 тыс. руб.**

СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ И ЦЕНА ДЛЯ КЛИЕНТОВ INFOLine

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Ключевые тренды в экономике России 2025 г.
Предпосылки повышения налоговой нагрузки на бизнес в 2026 г.

Часть I. Показатели розничной торговли и потребительского рынка

- 1.1. Макроэкономические показатели
- 1.2. Внешняя торговля и платежный баланс
- 1.3. Доходы и расходы населения
- 1.4. Депозиты и потребительское кредитование
- 1.5. Розничная торговля и потребительский рынок

Часть II. Государственное регулирование online-торговли

- 2.1. Государственное регулирование электронной коммерции
- 2.2. Государственное регулирование розничной online-торговли Food и FMCG
- 2.3. Регулирование деятельности мультикатегорийных маркетплейсов
- 2.4. Маркировка продовольственных и сопутствующих товаров

Часть III. Российский рынок электронной коммерции

- 3.1. Динамика рынка online-торговли
- 3.2. Структура внутреннего рынка электронной коммерции
- 3.3. Рейтинг крупнейших игроков на рынке электронной коммерции
- 3.4. Динамика и структура крупнейших игроков на рынке online-торговли

Часть IV. Показатели розничной торговли FMCG

- 4.1. Структура розничного рынка Food по каналам продаж
- 4.2. Структура розничного рынка Food по ритейлерам
- 4.3. Динамика доли ТОП-10 ритейлеров FMCG на рынке Food
- 4.4. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG
- 4.5. Рейтинг ритейлеров FMCG и маркетплейсов

★ Часть V. Международный рынок E-grocery

- 5.1. Тенденции рынка E-grocery в зарубежных странах
- 5.2. Особенности консолидации рынка E-grocery в зарубежных странах

Часть VI. Динамика и структура рынка E-grocery

- 6.1. Динамика рынка E-grocery и online-продаж Food
- 6.2. Структура рынка online-продаж Food
- 6.3. Развитие сервисов доставки
- 6.4. Развитие мультикатегорийных маркетплейсов
- 6.5. Развитие online-бизнеса крупнейшими сетями FMCG

Часть VII. Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP

- 7.1. Рейтинг крупнейших игроков на рынке E-grocery
- 7.2. Рейтинг крупнейших игроков на рынке online-продаж Food
- 7.3. Рейтинг крупнейших игроков по среднему чеку и количеству заказов
- 7.4. Развитие доставки из dark store крупнейшими игроками E-grocery

Часть VIII. Ключевые события рынка E-grocery

- 8.1. Отставки и назначения в E-grocery
- 8.2. Крупнейшие сделки M&A в E-grocery

★ Часть IX. Online-продажи Non-Food FMCG

- 9.1. Динамика online-продаж Non-Food FMCG
- 9.2. Рейтинг крупнейших игроков
- 9.3. Бизнес-справка по "Магнит Косметик"
- 9.4. Бизнес-справка по Fix Price
- 9.5. Бизнес-справка по "Улыбка радуги"
- 9.6. Бизнес-справка по ГК "Детский мир"

★ Часть X. Региональное развитие рынка online-продаж Food

- 10.1. Рынок online-продаж Food по регионам
- 10.2. Рынок online-продаж Food и рейтинг игроков в Москве и МО
- 10.3. Рынок online-продаж Food и рейтинг игроков в Санкт-Петербурге и ЛО
- 10.4. Рынок online-продаж Food и рейтинг игроков в прочих регионах

★ - уникальный раздел

СОДЕРЖАНИЕ

- ★ **Часть XI. Click&Collect-продажи алкогольной продукции**
 - 11.1. Динамика дистанционных продаж алкоголя в России
 - 11.2. Бизнес-справка по АО "Винлаб"
 - 11.3. Бизнес-справка по Меркурий Ритейл Холдинг
 - 11.4. Бизнес-справка по ГК "КуулКлевер" ("Отдохни")
 - 11.5. Бизнес-справка по ГК "Ароматный Мир"
- Часть XII. Прогноз развития рынка E-grocery**
 - 12.1. Прогноз оборота розничной торговли
 - 12.2. Развитие российского рынка электронной коммерции
 - 12.3. Прогноз развития рынка E-grocery
 - 12.4. Прогноз емкости рынка online-торговли Food
 - 12.5. Прогноз структуры рынка online-торговли Food по миссиям доставки
 - 12.6. Прогноз структуры рынка online-торговли Food по каналам
 - 12.7. Прогнозный рейтинг крупнейших игроков рынка E-grocery
 - 12.8. Прогноз рынка online-продаж Food по регионам
- Часть XIII. Бизнес-справки по крупнейшим online-игрокам E-grocery**
 - 13.1. Online-ритейлеры
 - 13.1.1. Бизнес-справка по компании "Самокат"
 - 13.1.2. Бизнес-справка по компании "Яндекс Лавка"
 - 13.2. Крупнейшие сервисы доставки
 - 13.2.1. Бизнес-справка по компании "Купер"
 - 13.2.2. Бизнес-справка по компаниям "Яндекс Еда" и "Деливери"
 - 13.3. Крупнейшие мультикатегорийные маркетплейсы на рынке FMCG
 - 13.3.1. Бизнес-справка по компании Ozon
 - 13.3.2. Бизнес-справка по компании Wildberries
 - 13.3.3. Бизнес-справка по компании "Яндекс Маркет"
 - 13.3.4. Бизнес-справка по компании "Мегамаркет"

- **Часть XIV. Бизнес-справки по крупнейшим FMCG сетям**
 - 14.1. Бизнес-справка по компании X5 и X5 Digital
 - 14.1.1. Бизнес-справка по сети "Пятерочка"
 - 14.1.2. Бизнес-справка по сети "Перекресток"
 - 14.1.3. Бизнес-справка по сети "Чижик"
 - 14.2. Бизнес-справка по компании "Магнит"
 - 14.2.1. Бизнес-справка по сети "Дикси"
 - 14.2.2. Бизнес-справка по сети "Азбука вкуса"
 - 14.2.3. Бизнес-справка ГК "Невада"
 - 14.3. Бизнес-справка по компании "Лента"
 - 14.3.1. Бизнес-справка по сети "Гипер Лента"
 - 14.3.2. Бизнес-справка по сети "Супер Лента"
 - 14.3.3. Бизнес-справка по сети "Монетка"
 - 14.4. Бизнес-справка по ГК "ВкусВилл"
 - 14.5. Бизнес-справка по "АШАН Ритейл Россия"
 - 14.6. Бизнес-справка по METRO
 - 14.7.1. Бизнес-справка по ГК "О'КЕЙ" / Сеть "ДА!"
 - 14.7.2. Бизнес-справка по РБФ Ритейл, ООО / Сеть "О'КЕЙ"
 - 14.8. Бизнес-справка по компании "Спар Миддл Волга"
 - 14.9. Бизнес-справка по компании "Гиперглобус"

Сроки введения маркировки товаров

Классификация торговых объектов по форматам

Классификация участников рынка online-продаж Food

Деятельность INFOline

Список источников, методология и основные понятия

Соглашение об использовании информации

Об авторе - группа компаний INFOline

ЧАСТЬ I. ПОКАЗАТЕЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

В полной версии исследования
**"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"**



Макроэкономические показатели
Доходы и расходы населения
Депозиты и потребительское кредитование
Розничная торговля и потребительский рынок

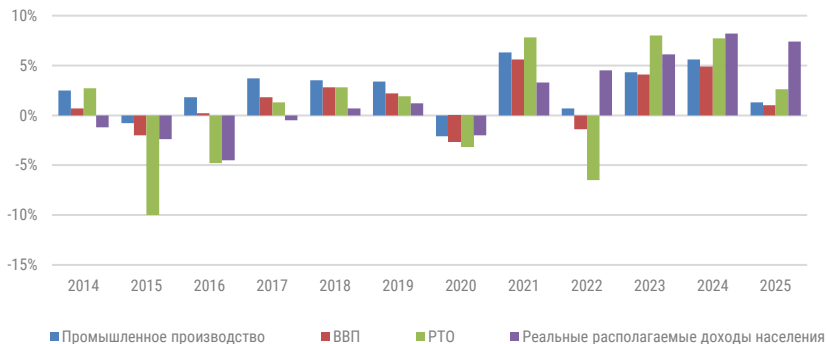


В полной версии – **12 слайдов, 24 диаграммы**

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ: ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ВВП

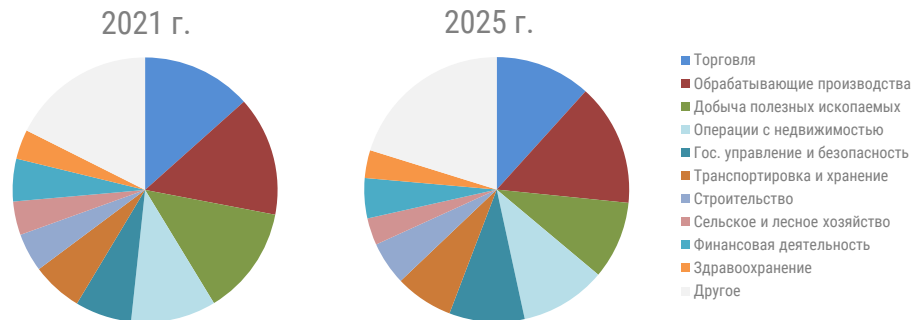
- Рост ВВП России за 2025 г., по второй оценке ФСГС, составил *%. По оценке INFOLine, при исключении фактора роста бюджетных расходов и ОПК экономика со II пол. 2025 г. фактически находится в рецессии.
- Основным фактором роста реальных доходов населения на *% в 2025 г. (по оценке INFOLine, показатель ФСГС завышен не менее чем на * п.п.) стало ускоренное повышение заработных плат на фоне дефицита рабочей силы. При этом во II пол. 2025 г. произошло заметное "охлаждение" рынка труда на фоне сокращения инвестиционной активности и снижения спроса в ряде отраслей промышленности и в строительстве.
- Рост промышленного производства в 2025 г. замедлился до *%, при этом в добыче полезных ископаемых отмечено снижение на *%, в обрабатывающих производствах рост на *% был связан в основном с предприятиями ОПК.
- В 2025 г. дефицит федерального бюджета составил * **трлн руб.** (*% ВВП) – рекорд в абсолютном выражении за всю историю современной России. В 2025 г. также резко сократились нефтегазовые доходы – на *% до * **трлн руб.** В I кв. 2026 г. дефицит федерального бюджета составил * **трлн руб.** (*% ВВП) против * **трлн руб.** в I кв. 2025 г.

Динамика основных макроэкономических показателей России, %



Источник: ФСГС (ВВП и реальные располагаемые доходы за 2024 г. пересмотрены в феврале 2026 г.)

Структура ВВП России по отраслям экономики, %



Источник: данные ФСГС

ЧАСТЬ II. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В полной версии исследования
**"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"**



Государственное регулирование электронной коммерции
Государственное регулирование розничной online-торговли Food и FMCG
Регулирование деятельности мультикатегорийных маркетплейсов
Маркировка товаров



Миграционное законодательство в сфере розничной торговли
Государственное регулирование торговли табачными изделиями
В полной версии – **5 слайдов**

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ONLINE-РИТЕЙЛ



 **минцифры_**



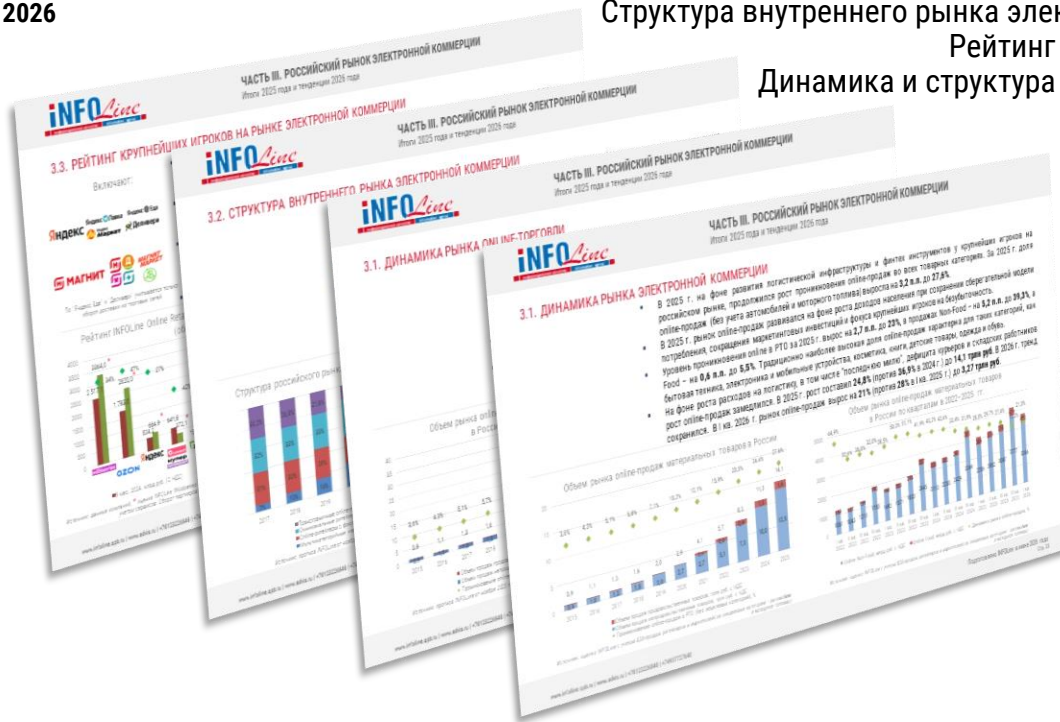
- **1 сентября 2025 г.** вступил в силу **№72-ФЗ**, согласно которому действует запрет на рекламу в запрещенных соцсетях.
- **1 сентября 2025 г.**, согласно **№479-ФЗ** ([текст документа](#)), наступил срок уплаты отчислений в федеральный бюджет 3% от квартального дохода с рекламы в интернете. Закон относится к операторам рекламных систем и не затрагивает СМИ с госфинансированием и маркетплейсы. В 2025 г. на госфинансирование СМИ выделено 139,6 млрд руб.
- **1 сентября 2025 г.** вступило в силу **Постановление Правительства РФ №1328** ([текст документа](#)) об обязанности маркетплейсов предоставлять данные о клиентах по запросу уполномоченных органов.
- **С декабря 2025 г.** проводится эксперимент по online-продаже энергетиков по биометрии. **В апреле 2026 г. Минцифры** планирует запустить эксперимент по продаже российского вина через маркетплейсы. Дистанционная продажа алкоголя и сигарет запланирована на IV кв. 2027 г. Против инициативы выступили Минздрав и союз "Цифровой мир".
- **В январе 2026 г. Совет ЕЭК сохранил** порог беспошлинного ввоза для трансграничных товаров на уровне 200 евро, но снизил с 15% до 5% (но не менее 1 евро за кг) пошлину, взимаемую при превышении этого порога. Для отдельных видов товаров, например автомобилей, определены особые ставки таможенных пошлин.
- **С 1 апреля 2026 г.**, согласно **№283-ФЗ** ([текст документа](#)), начнется поэтапное ограничение для BNPL-сервисов при покупках в рассрочку, срок рассрочки будет ограничен до 6 мес. **С 1 апреля 2028 г.** – до 4 мес. Запрещено дифференцировать цены на товар в рассрочку и за наличные, при просрочке операторы смогут взимать с пользователей не более 20% годовых от суммы задолженности. При покупках свыше 50 тыс. руб. оператор обязан передавать данные в БКИ. Верификация пользователя – через авторизацию в приложении банка или биометрию. По итогам 2025 г. объем рынка BNPL-сервисов вырос почти в 2,5 раза и достиг 940 млрд руб.
- **1 сентября 2026 г.** вступит в силу **№546-ФЗ** ([текст документа](#)), согласно которому продавцы маркетплейсов обязаны указывать ссылку на реестр сертификатов товара или статус, что он не подлежит обязательной сертификации.
- **До 30 июня 2028 г.**, согласно **№151-ФЗ** ([текст документа](#)), продлен эксперимент упрощенной электронной торговле между Калининградской обл. и материковой частью РФ, запущенный 30 июля 2023 г.

ЧАСТЬ III. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В полной версии исследования
"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"



Динамика рынка online-торговли
Структура внутреннего рынка электронной коммерции
Рейтинг крупнейших игроков
Динамика и структура крупнейших игроков



В полной версии – 5 слайдов, 10 диаграмм

ДИНАМИКА РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

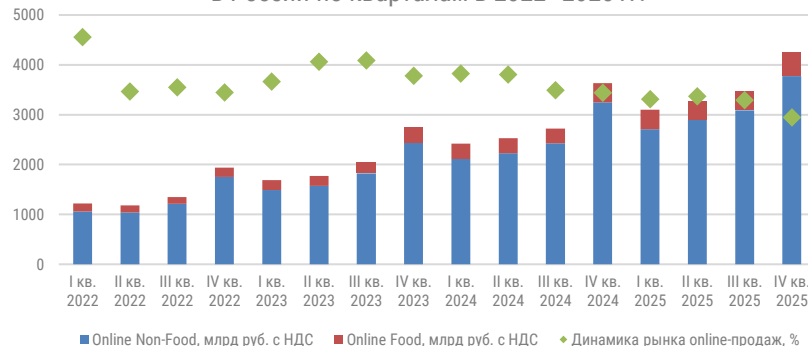
- В 2025 г. на фоне развития логистической инфраструктуры и финтех инструментов у крупнейших игроков на российском рынке, продолжился рост проникновения online-продаж во всех товарных категориях. За 2025 г. доля online-продаж (без учета автомобилей и моторного топлива) выросла на * п.п. до *%.
- На фоне роста расходов на "последнюю милю" в связи с дефицитом курьеров и сотрудников складов динамика роста online-продаж замедлилась. За 2025 г. online-продажи Food выросли на *% до * трлн руб., их доля на рынке online-торговли достигла *%. Online-продажи Non-Food в 2025 г. выросли на *% до * трлн руб.
- В 2025 г. рынок online-продаж развивался на фоне роста доходов населения при сохранении сберегательной модели потребления, сокращения маркетинговых инвестиций и фокуса крупнейших игроков на безубыточность.
- Уровень проникновения online в РТО за 2025 г. вырос на * п.п. до *%, в продажах Non-Food – на * п.п. до *%, а Food – на * п.п. до *%. Традиционно наиболее высокая доля online-продаж характерна для таких категорий, как бытовая техника, электроника и мобильные устройства, косметика, книги, детские товары, одежда и обувь.

Объем рынка online-продаж материальных товаров в России



Источник: оценка INFOLine с учетом B2B-продаж ритейлеров и маркетплейсов (нецелевые категории – автомобили и моторное топливо)

Объем рынка online-продаж материальных товаров в России по кварталам в 2022–2025 гг.



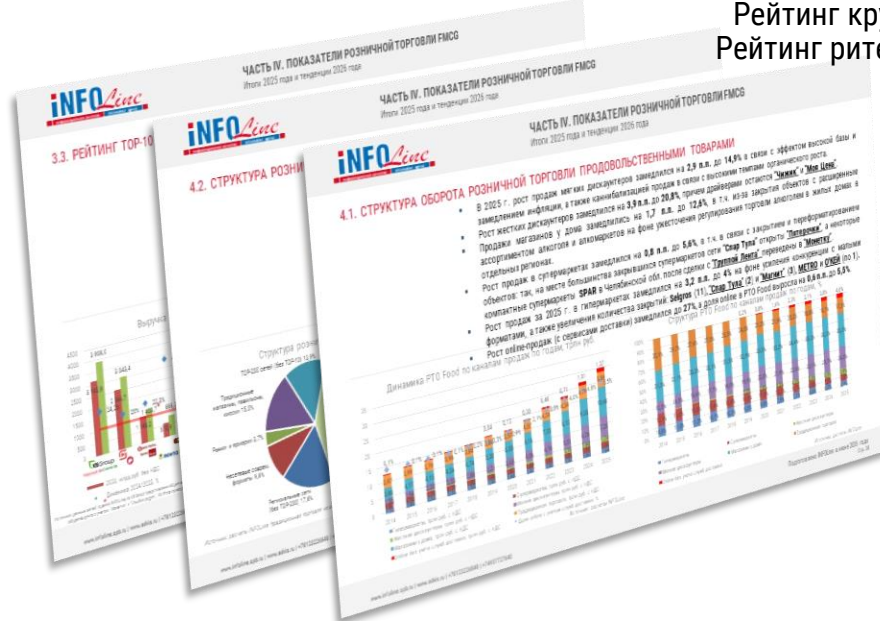
Источник: оценка INFOLine с учетом B2B-продаж ритейлеров и маркетплейсов (нецелевые категории – автомобили и моторное топливо)

ЧАСТЬ IV. ПОКАЗАТЕЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG

В полной версии исследования
"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026 года и прогноз до 2028 года"



Структура розничного рынка Food по каналам продаж
Структура розничного рынка Food по ритейлерам
Динамика доли top-10 ритейлеров FMCG на рынке Food
Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG
Рейтинг ритейлеров FMCG и маркетплейсов

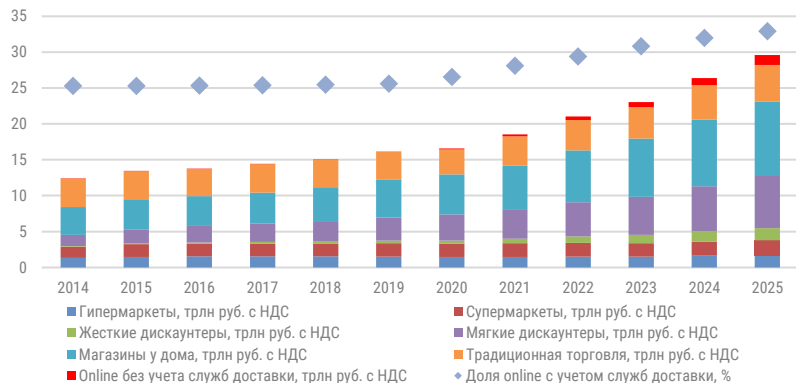


В полной версии – **7 слайдов, 14 диаграмм**

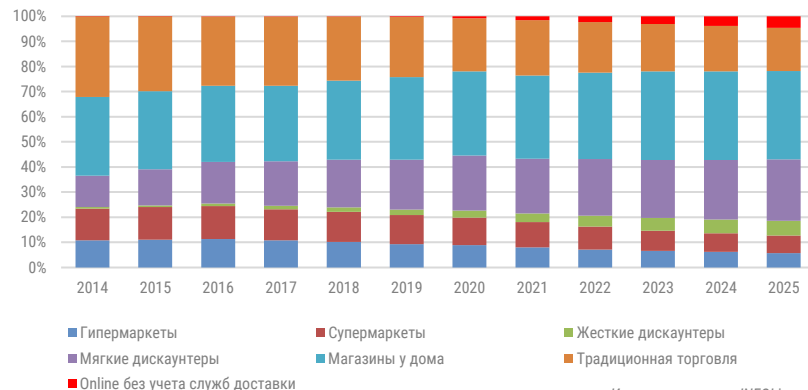
СТРУКТУРА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

- За 2025 г. рост продаж мягких дискаунтеров замедлился на * п.п. до *% в связи с эффектом высокой базы и замедлением инфляции, а также конкуренции с жесткими дискаунтерами и магазинами у дома ("**Красное&Белое**").
- Рост жестких дискаунтеров замедлился на * п.п. до *%, драйверами остаются "**Чижик**" и "**Моя Цена**".
- Продажи магазинов у дома замедлились на * п.п. до *%, в т.ч. из-за замедления роста и закрытия в ряде регионов алкомаркетов на фоне ужесточения регулирования торговли алкоголем на первых этажах жилых домов.
- Рост продаж в супермаркетах замедлился на * п.п. до *% на фоне закрытия и реформирования объектов: так, на месте большинства закрывшихся объектов "**Спар Тулы**" открыты "**Пятерочки**", объекты ГК "**Слата**" и ГК "**Красный Яр**" переданы "**Пятерочке**", **SPAR** в Челябинской обл. после сделки с "**Группой Лента**" частично переведены в "**Монетку**".
- Рост продаж за 2025 г. в гипермаркетах замедлился на * п.п. до *% на фоне усиления конкуренции с малыми форматами и ряда закрытий: **Selgros** (*), "**Спар Тула**" (*) и "**Магнит**" (*), **METRO** (*), **O'KEY** (*).
- Рост online-продаж (с сервисами доставки) замедлился до *%, а доля в РТО Food выросла на * п.п. до *%.

Динамика РТО Food по каналам продаж по годам, трлн руб.



Структура РТО Food по каналам продаж по годам, %



Источник: расчеты INFOLine, с III кв. 2025 г. объекты ГК "Красный Яр" и ГК "Слата" отнесены к мягким дискаунтерам "Пятерочка"

Источник: расчеты INFOLine

ЧАСТЬ V. МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК E-GROCERY

В полной версии исследования
"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"

Тенденции рынка E-grocery в зарубежных странах
Структура и консолидация рынка E-grocery в
зарубежных странах

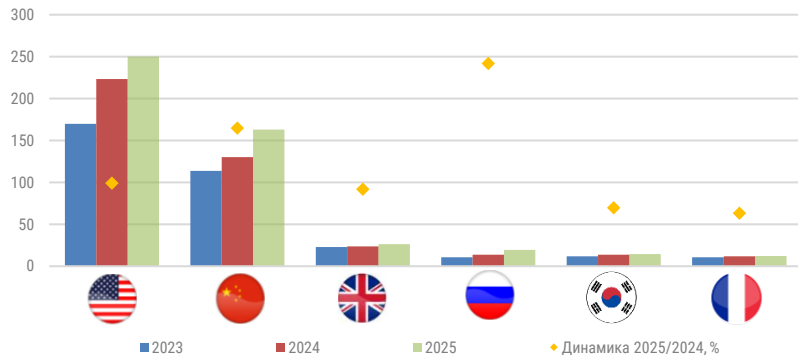


В полной версии – 2 слайда, 4 диаграммы

ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА E-GROCERY В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

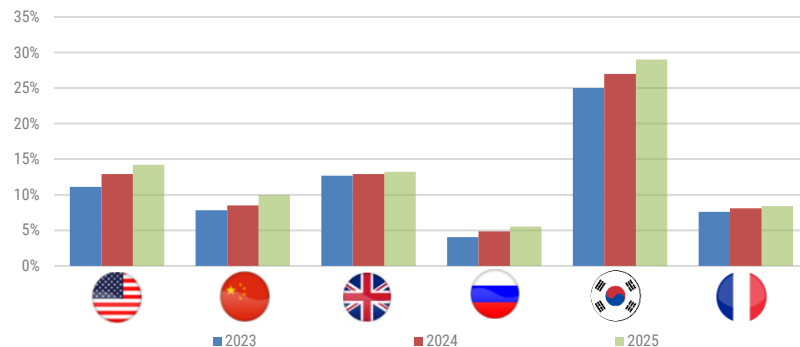
- В 2025 г. мировой рынок E-grocery продолжил рост, преодолев пост-пандемийную коррекцию и демонстрируя устойчивое развитие. США сохранили лидерство среди зарубежных рынков, драйвером стала интенсивная конкуренция: крупнейшие ритейлеры (**Walmart**, **Kroger**, **Target**) усиливали свои омниканальные стратегии, в то время как маркетплейс **Amazon** и агрегатор **Instacart** продолжали наращивать охват.
- Отличительной особенностью США и ведущих европейских стран является высокая доля самовывоза (Click&Collect), который позволяет ритейлерам снижать операционные издержки, а потребителям экономить на доставке. В России доля самовывоза в 2025 г. составила менее 1% (около 1% с учетом сетей алкомаркетов) и продолжает снижаться.
- В Южной Корее драйвером проникновения online-продаж является высокая плотность населения и уровень доходов, а также модель плановой доставки, создающая условия для рентабельной и эффективной логистики.
- В регионах России развитие логистической инфраструктуры осложняется низкой плотностью населения и уровнем доходов населения, поэтому драйвером являются ПВЗ маркетплейсов или доставка из мягких дискаунтеров.

Динамика рынка online-продаж Food по странам, млрд долл.



Источник: оценки INFOline

Проникновение online-продаж в PTO Food по странам, %



Источник: оценки INFOline

ЧАСТЬ VI. ДИНАМИКА И СТРУКТУРА РЫНКА E-GROCERY

В полной версии исследования
**"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"**



Динамика рынка E-grocery и online-продаж Food
Структура рынка online-продаж Food
Развитие сервисов доставки

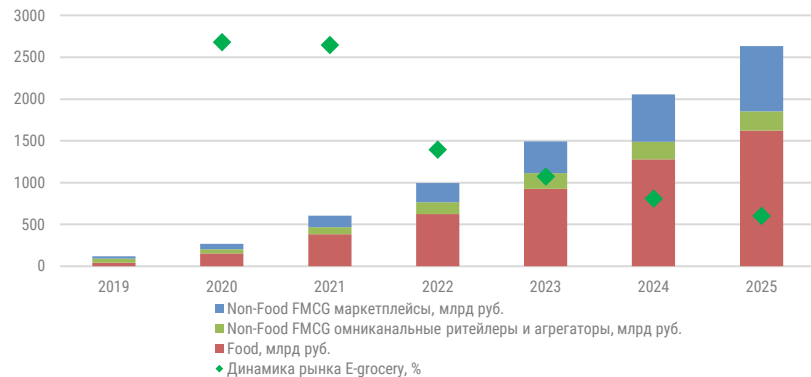
Развитие мультикатегорийных маркетплейсов
Развитие online-бизнеса крупнейшими сетями FMCG
В полной версии – **10 слайдов, 20 диаграмм**

ДИНАМИКА РЫНКА E-GROCERY

- В 2024–2025 гг. рынок E-grocery, как и розничная торговля в целом, сталкивается с беспрецедентным дефицитом кадров, в первую очередь курьеров и сборщиков, что обуславливает необходимость повышения заработных плат и ведет к росту издержек. Перечисленные факторы обусловили замедление роста рынка E-grocery в 2025 г.
- Высокие темпы инфляции в online, повышение лояльности потребителей за счет ускорения доставки и роста эффективности операций ключевых игроков способствовали динамике рынка E-grocery. По оценкам INFOLine, в 2025 г. рынок E-grocery вырос на **11%** (замедлился по сравнению с 2024 г. на **1 п.п.**) до **1,1 трлн руб.**
- Позитивное влияние на развитие E-grocery оказывает расширение ассортимента и дополнение его в том числе категориями Non-Food. По итогам 2025 г. темпы роста online-продаж в категории food замедлились на **1 п.п.** до **11%**. При этом замедление темпов роста товаров Non-Food FMCG составило **1 п.п.** до **11%**. В 2026 г. тренд на замедление рынка E-grocery сохранился. В I кв. 2026 г. рынок E-grocery вырос на **11%** до **1,1 трлн руб.** (**11%** к темпам I кв. 2025 г.). При этом впервые доля рынка E-grocery на рынке online-торговли превысила **11%**.

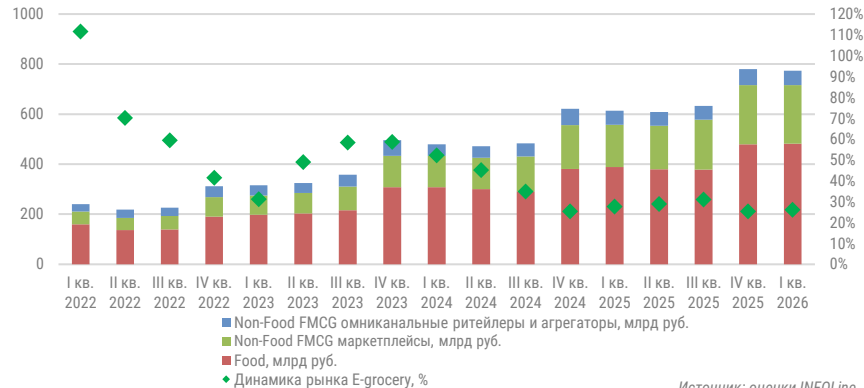
Рынок E-grocery включает в себя online-продажи продовольственных товаров и непродовольственных товаров повседневного спроса (бытовая химия, товары для дома и т. п.)

Динамика рынка E-grocery, по годам



Источник: оценки INFOLine

Динамика рынка E-grocery, по кварталам

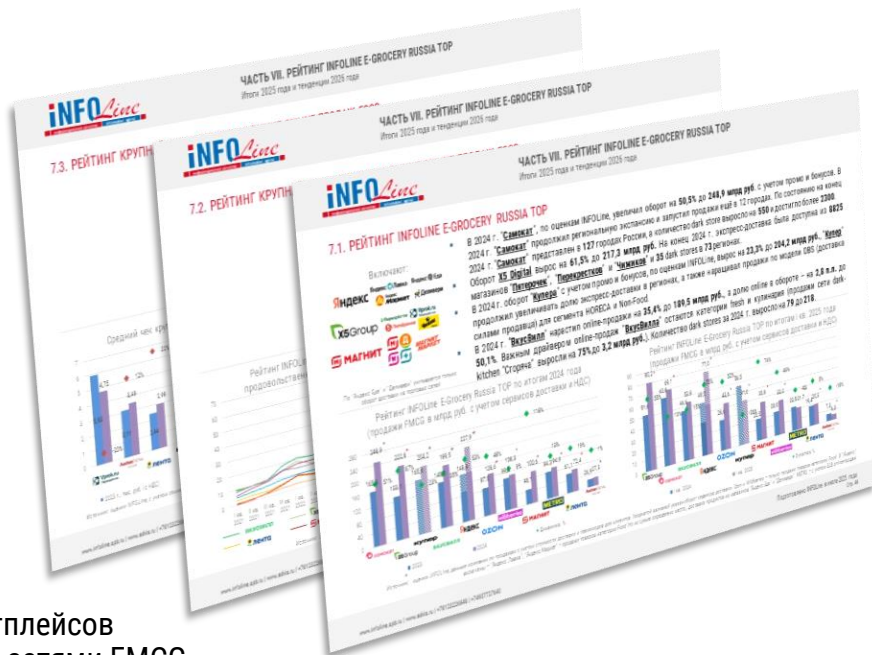


Источник: оценки INFOLine

ЧАСТЬ VII. РЕЙТИНГ INFOLINE E-GROCERY RUSSIA TOP

В полной версии исследования
**"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"**

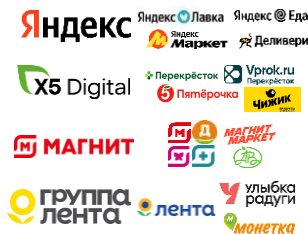
Динамика рынка E-grocery и online-продаж Food
Структура рынка online-продаж Food
Развитие сервисов доставки



Развитие мультикатегорийных маркетплейсов
Развитие online-бизнеса крупнейшими сетями FMCG
В полной версии – **7 слайдов, 14 диаграмм**

РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ E-GROCERY

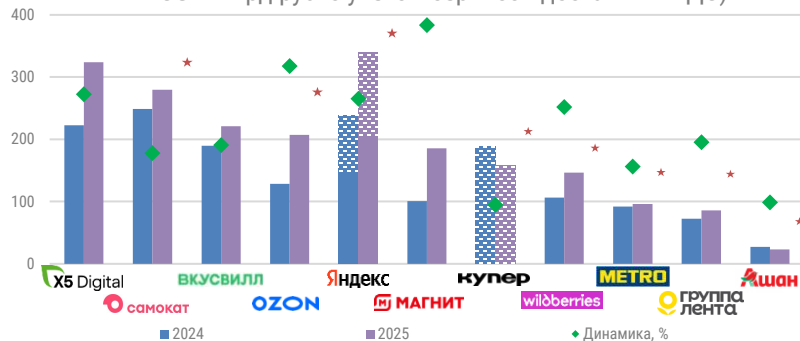
Включают:



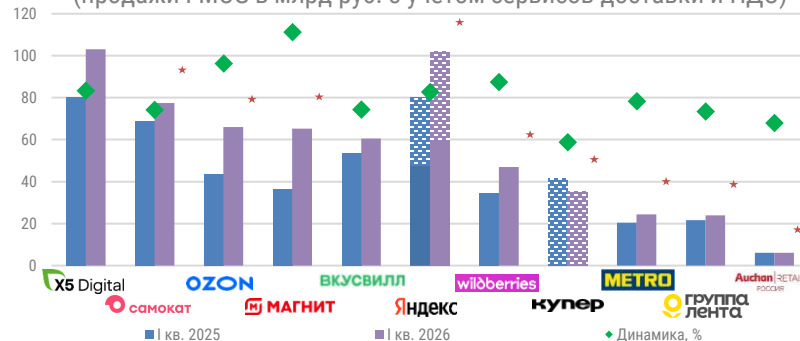
По "Яндекс Еде" и "Деливери" учитывается только оборот доставки из торговых сетей

- По итогам 2025 г. оборот **X5 Digital** вырос на *% до * млрд руб. По состоянию на 31 декабря 2025 г. экспресс-доставка была доступна из * **"Пятерочек"**, **"Перекрестков"** и **"Чижиков"**, а также из * dark stores.
- В 2025 г. **"Самокат"**, по оценкам INFOline, увеличил количество dark stores до более * тыс. и оборот на *% до * млрд руб. и в партнёрстве с **"Мегамаркетом"** расширил ассортимент более чем до * тыс. SKU.
- В 2025 г. **"ВкусВилл"** нарастил online-продажи на *% до * млрд руб., а их долю в обороте компании – на * п.п. до *%. Количество dark stores за 2025 г. выросло на * до *, а количество dark kitchen "Сгоряча" на * до *.
- В 2025 г. оборот ритейл-активов **"Яндекса"**, по оценкам INFOline, вырос на *% до * млрд руб., в том числе **"Яндекс Лавки"** – на *% до * млрд руб. За 2025 г. количество dark stores **"Яндекс Лавки"** выросло на * до *. Оборот ритейл-активов **"Яндекса"** с учетом сервисов доставки из торговых сетей вырос на *% до * млрд руб.
- В 2025 г. online-продажи **"Магнита"** выросли на *% до * млрд руб. Компания сфокусировалась на развитии доставки из dark store и grey store. В 2025 г. **"Магнит Доставка"** открыла * dark store и * grey store.

Рейтинг INFOline E-Grocery Russia TOP по итогам 2025 г. (продажи FMCG в млрд руб. с учетом сервисов доставки и НДС)



Рейтинг INFOline E-Grocery Russia TOP по итогам I кв. 2026 г. (продажи FMCG в млрд руб. с учетом сервисов доставки и НДС)



Источник: оценки INFOline, данные компании по продажам с учетом стоимости доставки и промокодов для клиентов. Узорящая заливка - оборот сервисов доставки. Ozon и Wildberries – только продажи товаров категории Food. В "Яндекс" включены – "Яндекс Лавка", "Яндекс Маркет" – продажи товаров категории Food (по их сумме указано место), доставка продуктов из магазинов "Яндекс Еда" и "Деливери". METRO – с учетом B2B online-продаж. "Магнит" – без учета "Азбуки Вкуса"

ЧАСТЬ VIII. КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ РЫНКА E-GROCERY

В полной версии исследования
"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"



Отставки и назначения в E-grocery
Крупнейшие сделки M&A в E-grocery



В полной версии – 8 слайдов

ОТСТАВКИ И НАЗНАЧЕНИЯ: E-GROCERY

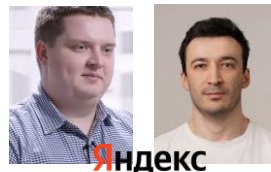


- В январе 2025 г. **Мольдер Рысалиева** покинула пост генерального директора **Ozon Казахстан**. Компанию возглавил **Алексей Сапон**, операционный директор **Ozon** в странах СНГ.

OZON



- В июле 2025 г. **Алла Кулижникова** назначена директором по логистике **Ozon**. На этой должности она сменила **Руслана Эминова**, который покинул компанию.



- В феврале 2026 г. **Ольга Окмянская** назначена генеральным директором **ООО "Интернет-решения"** и **ООО "Озон фулфилмент сервисис"** (юрлица маркетплейса **Ozon**), сменив на этом посту **Наталию Лабуничеву**.
- В феврале 2025 г. генеральным директором **"Яндекс Доставка"** и **"Яндекс Доставка Холдинг"** назначен **Олег Хаустов** (слева). На новой должности он сменил **Тембота Керетова** (справа), который сфокусируется на новом направлении **"Яндекс Электро"**.



- В феврале 2026 г. **Игорь Зимин** (фото слева) назначен директором по взаимодействию с органами государственной власти. На этой должности он сменил **Дмитрия Кима** (фото справа), который покинул компанию.



- В ноябре 2025 г. **Денис Марфутин** принял решение покинуть должность директора по развитию e-sop в **"Яндекс Рекламе"**.

ЧАСТЬ IX. ONLINE-ПРОДАЖИ NON-FOOD FMCG

В полной версии исследования
**"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"**

Динамика online-продаж Non-Food FMCG
Рейтинг крупнейших игроков

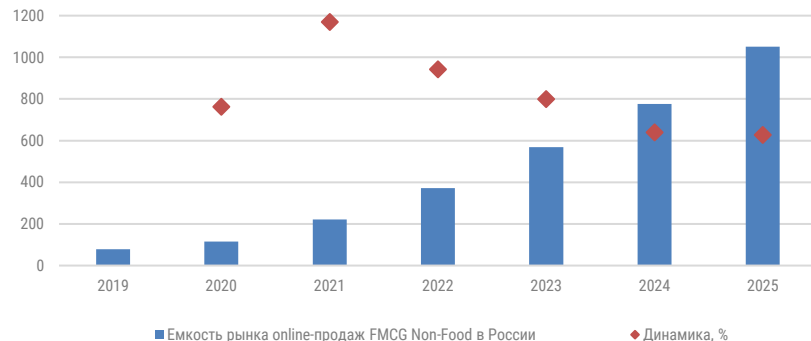


Бизнес-справка "М.Косметик"
Бизнес-справка по компании Fix Price
Бизнес-справка по "Улыбка радуги"
Бизнес-справка по ГК "Детский мир"
В полной версии – **19 слайдов, 22 диаграммы**

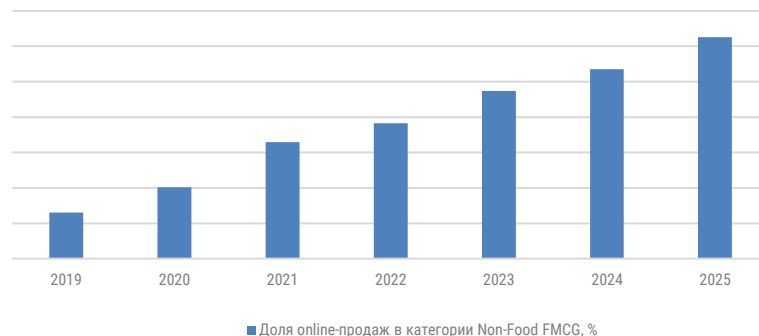
ДИНАМИКА ONLINE-ПРОДАЖ NON-FOOD FMCG

- По оценкам INFOLine, объём online-продаж непродовольственных товаров повседневного спроса сетями FMCG и мультикатегорийными маркетплейсами в России в 2025 г. увеличился на *% до * млрд руб.
- Доля Non-Food FMCG в общем объёме online-продаж FMCG снизилась до минимального показателя в *% в 2021 г., впоследствии несколько увеличившись, достигнув показателя *% в 2025 г. Это вызвано бумом online-продаж в категории Food после пандемии в 2020-2021 гг., которая сменилась стабилизацией спроса в процессе формирования у потребителей привычки покупать непродовольственный ассортимент FMCG в online-канале.
- Для категории Non-Food FMCG характерна высокая частота покупок, что вкупе с продолжающейся региональной экспансией крупнейших мультикатегорийных игроков меняет потребительские привычки в сторону регулярного заказа бытовой химии и товаров личной гигиены на маркетплейсах. В условиях преобладания сберегательной модели потребления покупатели стремятся получать наиболее привлекательное предложение, и часто маркетплейсы предлагают более выгодные условия, одновременно доставляя объёмные заказы в ПВЗ у дома.

Online-продажи в категории Non-Food FMCG, млрд руб. с НДС



Проникновение online-продаж в категории Non-Food FMCG



Источник: оценка INFOLine

Источник: оценка INFOLine

МАГНИТ, ПАО / ТОРГОВАЯ СЕТЬ "М.КОСМЕТИК"

М*КОСМЕТИК

Сайт cosmetic.magnit.ru

Соц. сети  

- В декабре 2010 г. "**Магнит**" открыл первый торговый объект в формате "дрогери". Средняя торговая площадь "**М.Косметик**" составляет около * кв. м, ассортимент – около * тыс. SKU. Стратегия "**М.Косметик**" предполагает фокус на положительном покупательском опыте, более высоком качестве сервиса, а также более "премиальный" дизайн, ассортимент и оборудование в Москве и Санкт-Петербурге.
- В ноябре 2025 г. компания объявила о начале трансформации бизнеса. В рамках неё меняется название бренда с "**Магнит Косметик**" на "**М.Косметик**". Также в рамках трансформации формата магазины разделяются на 3 кластера: "бьюти" с фокусом на уход, косметику и парфюмерию; "household" с увеличенной долей товаров для дома и "дрогери". Под брендом "**М.Косметик**" будут открываться магазины "household" и "дрогери", а для бьюти-сторов запущен новый бренд – "**М.Кос**". Планируется, что на долю бьюти-сторов придется *% от общего количества магазинов сети, доля "household" составит около *%, большинство магазинов (около *%) придется на кластер "дрогери".
- В январе 2026 г. "**Магнит**" открыл первые объекты "**М.Косметик**" в Бурятии по модели обратного франчайзинга.

Регионы присутствия "М.Косметик"

Федеральные округа присутствия:
ПФО, СЗФО, УФО, ЦФО, ЮФО, СКФО, СФО

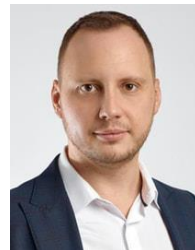


Присутствие в других странах:
Узбекистан

Форматы в РФ



Топ-менеджмент компании



Бодров Андрей Юрьевич,
директор формата
"М.Косметик"

ЧАСТЬ X. РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА ONLINE-ПРОДАЖ FOOD

В полной версии исследования
"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"

Рынок online-продаж Food по регионам
Рынок online-продаж Food и рейтинг игроков в Москве и МО
Рынок online-продаж Food и рейтинг игроков в Санкт-Петербурге и ЛО



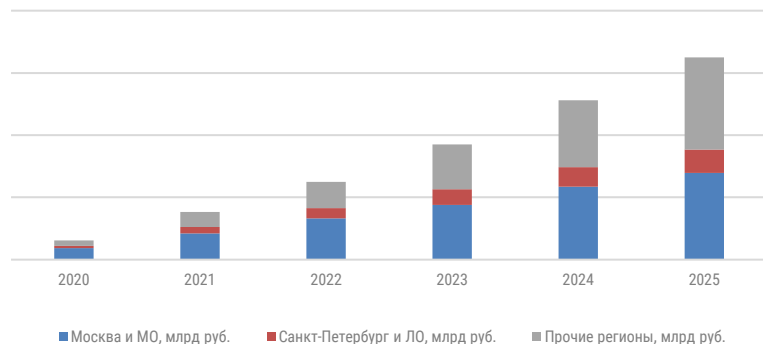
Рынок online-продаж Food и рейтинг игроков в прочих
регионах

В полной версии – 4 слайда, 8 диаграмм

РЫНОК ONLINE-ПРОДАЖ FOOD ПО РЕГИОНАМ

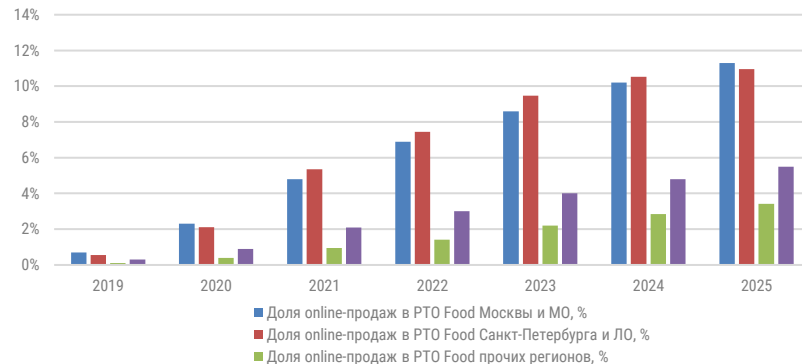
- В 2025 г. сохранился, но стал менее акцентированным тренд опережающего развития online-продаж в регионах, хотя крупнейшие игроки активизировали экспансию в новые города и населенные пункты. Доля прочих регионов (за пределами Москвы и МО и Санкт-Петербурга и ЛО) в online-продажах Food выросла в 2025 г. на * п.п. до *% и впервые опередила Московский регион (*п.п. до *%).
- По итогам 2025 г. проникновение online-продаж на рынке Food в Москве и МО выросло на * п.п. до *%, что выше, чем в Санкт-Петербурге и ЛО, где доля online-продаж на рынке Food выросла на * п.п. до *%. За пределами регионов Москвы и МО, СПб и ЛО проникновение выросло на * п.п. до *%.
- В отличие от Московского региона и городов-миллионников, где драйверами роста являются fresh и кулинария, в регионах, где уровень проникновения online ниже, более высокий рост демонстрируют бакалея и непродовольственные FMCG (бытовая химия, косметика, товары для дома), причем омниканальные ритейлеры забирают долю рынка у мультикатегорийных маркетплейсов.

Рынок online-продаж Food по регионам



Источник: оценка INFOLine.

Доля online-продаж в PTO Food по регионам



Источник: оценка INFOLine.

ЧАСТЬ XI. CLICK&COLLECT ПРОДАЖИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

В полной версии исследования
"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026 года и прогноз до 2028 года"



Динамика дистанционных продаж алкоголя в России
Бизнес-справка по АО "Винлаб"
Бизнес-справка по Меркурий Ритейл Холдинг



Бизнес-справка по ГК "КуулКлевер" ("Отдохни")
Бизнес-справка по ГК "Ароматный Мир"

В полной версии – **15 слайдов, 21 диаграмма**

БИЗНЕС-СПРАВКА ПО АО "ВИНЛАБ"

Место Динамика

TOP-100 (2024) 45 ↓ 1

FMCG (I пол. 2025) 23 ↓ 1



Сайт wineiad.ru

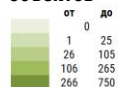
Соц. сети VK Telegram

- Бизнес-модель **NOVABEV GROUP** (ранее **BELUGA GROUP**) объединяет развитие алкогольных брендов, включая продуктовые инновации, масштабную дистрибуцию и собственную сеть специализированных магазинов **"ВинЛаб"**.
- "ВинЛаб"** — сеть алкомаркетов, принадлежащая **NOVABEV GROUP**, основанная в 2010 г. в Находке.
- В сентябре 2025 г. общее собрание акционеров "ВинЛаб" приняло решение приобрести статус публичного акционерного общества (ПАО) и увеличить уставный капитал путем допэмиссии. В ноябре 2025 г. ЦБ зарегистрировал допэмиссию **"ВинЛаба"** через открытую подписку. В декабре 2025 г. АО **"ВинЛаб"** изменило организационную форму на ПАО в рамках подготовки к IPO.
- 27 апреля 2026 г. совет директоров **NOVABEV GROUP** рекомендовал выплатить дивиденды в размере * руб. на акцию
- В декабре 2025 г. **"ВинЛаб"** утвердил новую дивидендную политику: выплата дивидендов не менее * раз в год и не менее *% чистой прибыли. **"ВинЛаб"** планирует направить не менее * млрд руб. на выплаты дивидендов в 2026 г.
- На конец 2025 г. **"ВинЛаб"** управляет * РЦ в Москве, Хабаровске и Владивостоке площадью * тыс. кв. м.

Регионы присутствия сети "ВинЛаб"

Федеральные округа присутствия:
ЦФО, СЗФО, ДФО, ПФО

Кол-во
объектов



Форматы



Топ-менеджмент компании



Прохоров Константин
Анатольевич,
председатель правления
NOVABEV GROUP



Виноградов Сергей
Александрович,
генеральный директор
"ВинЛаб"

ЧАСТЬ XII. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА E-GROCERY

В полной версии исследования
**"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"**



Прогноз структуры рынка E-grocery по каналам
Прогнозный рейтинг крупнейших игроков рынка E-grocery
Прогноз регионального развития рынка E-grocery

В полной версии – **10 слайдов, 19 диаграмм**



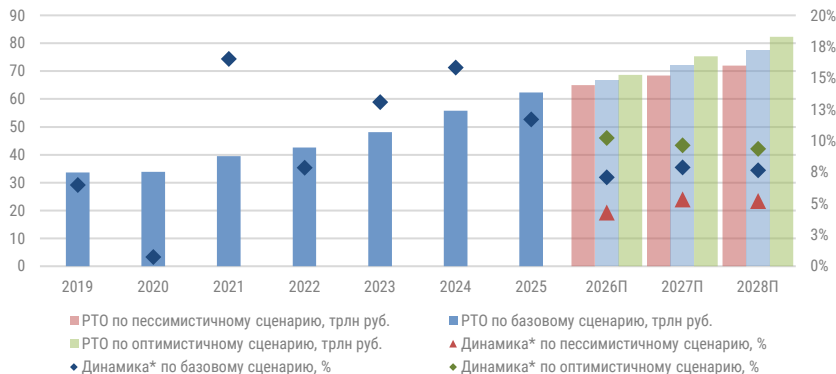
Динамика и прогноз ключевых экономических
показателей России
Прогноз оборота розничной торговли
Развитие российского рынка
электронной коммерции
Прогноз емкости
рынка E-grocery

ПРОГНОЗ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

- По прогнозу INFOLine, в 2026 г. РТО в товарной массе в базовом сценарии вырастет на **15% (-1 п.п. по сравнению с 2025 г.)**, а в денежном выражении – на **15% до 18 трлн руб.** Рост РТО обеспечен в основном инфляционным фактором (ИПЦ в среднем за 2026 г. составит **15%**, и по товарам – **15%**) при снижении физических объемов потребления в большинстве категорий Non-Food на фоне сокращения объемов кредитования, а также в некоторых категориях Food (например, алкогольная продукция) с наиболее высокими темпами роста цен.
 - На фоне роста цен и увеличения налоговой нагрузки сохраняется тренд на рациональное потребление. Потребители всё чаще выбирают дискаунтеры и сравнивают цены online. Дополнительное налоговое давление и рост издержек ускорят консолидацию розничного рынка: за счёт ухода слабых игроков, усиления лидеров через M&A и вытеснения менее эффективных конкурентов.
- Среднегодовой темп роста РТО в денежном выражении в 2025–2028 гг. составит **15%** при замедлении физической динамики потребительского спроса на фоне негативных тенденций на рынке труда и кризиса в ряде отраслей.

* Дефлятор рассчитывается INFOLine как отношение динамики РТО в денежном выражении к динамике РТО в физическом выражении

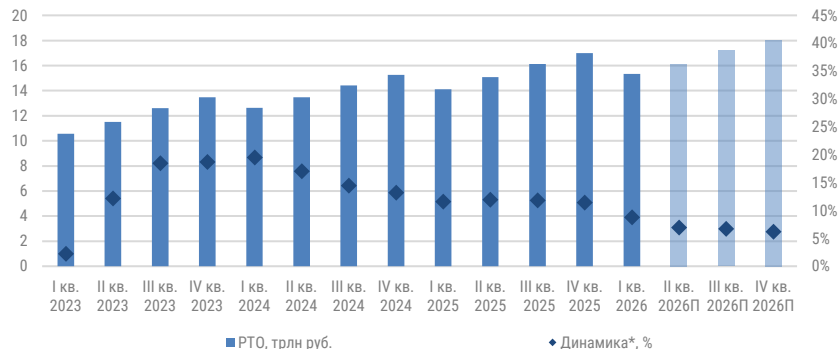
Динамика и прогноз оборота розничной торговли по годам



*Динамика в денежном выражении

Источник: ФСГС, прогноз INFOLine

Динамика и прогноз оборота розничной торговли по кварталам

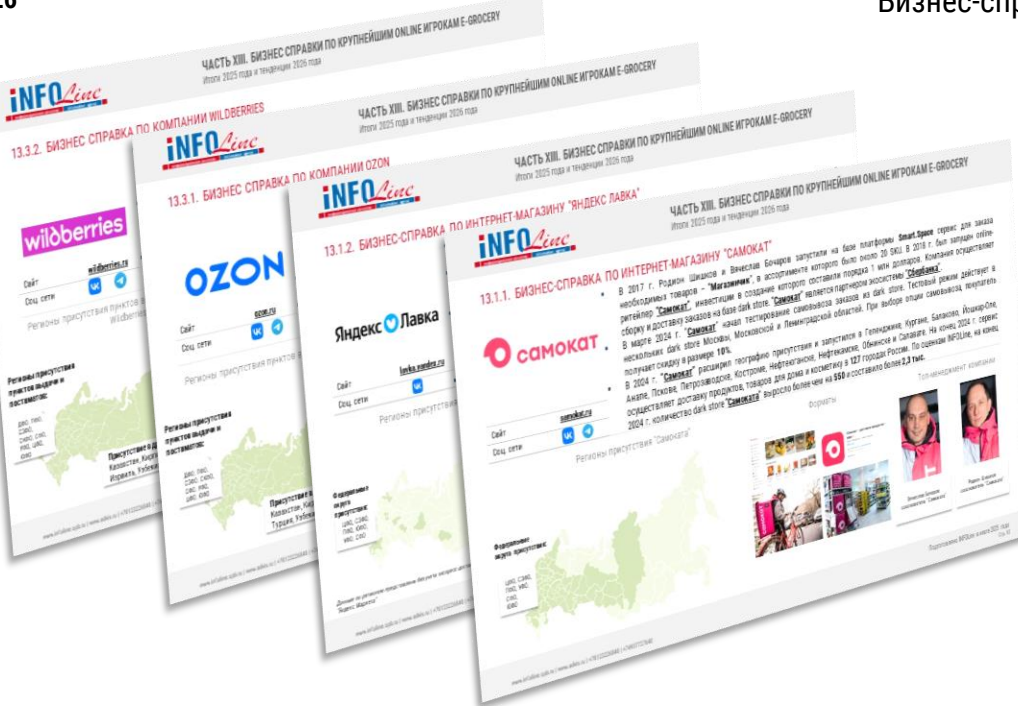


*Динамика в денежном выражении

Источник: ФСГС, прогноз INFOLine

ЧАСТЬ XIII. БИЗНЕС-СПРАВКИ ПО КРУПНЕЙШИМ ONLINE ИГРОКАМ E-GROCERY

В полной версии исследования
"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"



Бизнес-справка по Ozon
Бизнес-справка по Wildberries
Бизнес-справка по "Яндекс Маркет"
Бизнес-справка по "Мегамаркет"

В полной версии – **37 слайдов, 30 диаграмм**

Бизнес-справка по "Самокат"
Бизнес-справка по "Яндекс Лавка"
Бизнес-справка по "Купер"
Бизнес-справка по "Яндекс Еда"

УМНЫЙ РИТЕЙЛ, ООО / ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН "САМОКАТ"

	Место	Динамика
TOP-100 (2024)	14	↑ 5
FMCB (I пол.2025) 🛒	9	↑ 2
		
Сайт	samokat.ru	
Соц. сети	 	

- В 2017 г. Родион Шишков и Вячеслав Бочаров запустили на базе платформы **Smart.Space** сервис для заказа необходимых товаров – **"Магазинчик"**, в ассортименте которого было около * SKU. В 2018 г. был запущен online-ритейлер **"Самокат"**.
- Компания осуществляет сборку и доставку заказов на базе dark store. **"Самокат"** является партнером экосистемы **"Сбера"**. С марта 2024 г. клиентам **"Самоката"** доступна опция самовывоза из dark store.
- В марте 2025 г. **"Самокат"** расширил партнёрство с **"Мегамаркетом"**: на витрине **"Самоката"** доступен расширенный ассортимент товаров с доставкой от 15 мин. или на следующий день. Товары из расширенного ассортимента доставляются в dark store **"Самоката"** со складов экспресс-доставки **"Мегамаркета"**, расположенных в ТЦ "МЕГА".
- На конец 2025 г. **"Самокат"** осуществляет доставку продуктов, товаров для дома и косметики в * городах России. По оценкам INFOLine, на конец 2025 г. количество dark stores **"Самоката"** составило более * тыс.
- В июле 2025 г. генеральным директором **"Самоката"** назначен Сергей Попов, который ранее занимал должность директора региональной сети премиальных супермаркетов **"Табрис"** в Краснодарском крае.

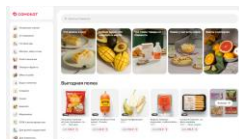
Регионы присутствия "Самоката"

Федеральные округа присутствия:

ЦФО, СЗФО,
ПФО, УФО,
СФО,
ЮФО

Форматы (dark store)

Топ-менеджмент компании



Сергей Попов
генеральный
директор "Самоката"

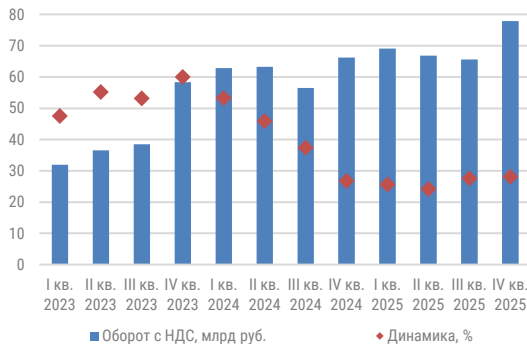
Формат: dark stores средней площадью около 300 кв. м

УМНЫЙ РИТЕЙЛ, ООО / ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН "САМОКАТ"



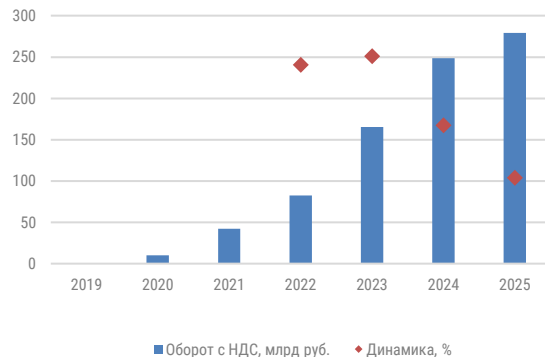
- По оценкам INFOLine, в 2025 г. оборот "**Самоката**" вырос на *% до * **млрд руб.** Среднее количество выполненных заказов в день выросло в 2025 г. на *% до * **тыс.**, при этом средний чек вырос на *% до * **руб.** В 2025 г. "**Самокат**" фокусировался на развитии ритейла впечатлений, где важны не только скорость и ассортимент, но и эмоции, сценарии использования и ощущение, которое остается у пользователя после каждого взаимодействия с сервисом.
- В 2025 г. "**Самокат**" начал устанавливать микромаркеты в офисах. В ассортименте микромаркета представлены СТМ готовой еды, а также снеки и др. К установке доступны конфигурации с **1-3** холодильниками и стеллажом для снеков.
- В сентябре 2025 г. "**Самокат**" добавил функцию "поделиться корзиной": списком товаров можно поделиться одной кнопкой — получатель сможет добавить все позиции себе, объединить со своей корзиной или удалить лишнее.
- С октября 2025 г. "**Самокат**" начал в некоторых регионах тестировать фиксированную плату * **руб.** за упаковку заказа.
- В ноябре 2025 г. "**Самокат**" представил ИИ-ассистента для поиска в приложении. Пользователи могут делать запросы в свободной форме и получить готовые подборки товаров. Ассистент развивается, обучаясь на запросах пользователей.

Динамика оборота "Самоката" по кварталам



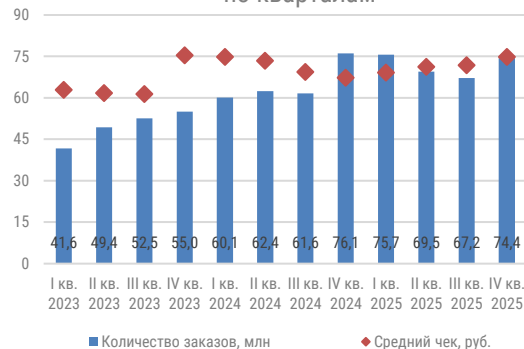
Источник: оценка INFOLine

Динамика оборота "Самоката" по годам



Источник: оценка INFOLine

Динамика количества заказов и среднего чека по кварталам



Источник: оценка INFOLine

ЧАСТЬ XIV. ONLINE БИЗНЕС КРУПНЕЙШИХ FMCG СЕТЕЙ

В полной версии исследования
**"РЫНОК E-GROCERY РОССИИ: Тенденции 2026
года и прогноз до 2028 года"**



Бизнес-справка по компании "Магнит":
Online бизнес "Магнит у дома",
"Моя цена", "Магнит Семейный",
"Магнит Экстра"
Online бизнес сети "Дикси"
Online бизнес сети "Азбука вкуса"
Бизнес-справка по компании "Лента":
Online бизнес сети "Гипер Лента"
Online бизнес сети "Супер Лента" и др.

В полной версии – **55 слайдов, 100 диаграмм**

Бизнес-справка по компании X5 и X5 Digital:
Online бизнес "Пятерочки"
Online бизнес "Перекресток"
Online бизнес "Чижик"
"Много Лосося"



X5 / ТОРГОВЫЕ СЕТИ "ПЯТЕРОЧКА", "ПЕРЕКРЕСТОК", X5 DIGITAL, "ЧИЖИК", "ОКОЛО"

Место Динамика

TOP-100 (2024) 1 → 0

FMCG (I пол. 2025) 1 → 0



Сайт x5.ru, x5.com

Соц. сети

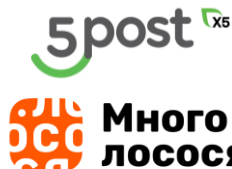
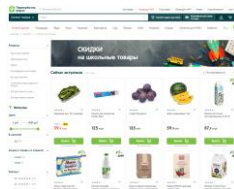
- **X5** — крупнейшая российская розничная компания. На конец I кв. 2026 г. **X5** развивается в * регионах России. На конец I кв. 2026 г. **X5** управляет * РЦ и * грузовыми автомобилями.
- В 2021 г. **X5** приобрела проект "**Много Лосося**", выйдя в сегмент HoReCa. На 31 марта 2026 г. под управлением "**Много Лосося**" находились * dark kitchens (в т. ч. * франчайзинговая).
- В 2023 г. **X5** приобрела * **ГК "Тамерлан"** и **ГК "Виктория"**. В 2024 г. все объекты **ГК "Тамерлан"** были закрыты или ребрендированы. Объекты **ГК "Виктория"** реконструируются в обновленный формат или "**Пятерочку**".
- В марте 2025 г. **X5** закрыла сделку по покупке *% долей **ГК "Красный Яр"** и **ГК "Слата"**, ранее в августе 2022 г. было приобретено *% долей. Часть объектов ребрендируется в "**Пятерочку**".
- В апреле 2024 г. приостановлены корпоративные права **X5 Retail Group N.V.** в отношении **ООО "Корпоративный центр Икс 5"**. Акции компании переданы российской "дочке" для распределения. 9 января 2025 г. возобновились торги акциями **X5** на ММВБ. В мае 2026 г. совет директоров **X5** рекомендовал дивиденды за 2025 г. — * **руб.** за акцию.

Регионы присутствия сетей X5*



*без учета "ОКОЛО"

Форматы



Топ-менеджмент компании

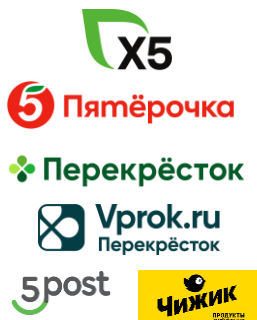


Лобачева Екатерина,
Президент X5



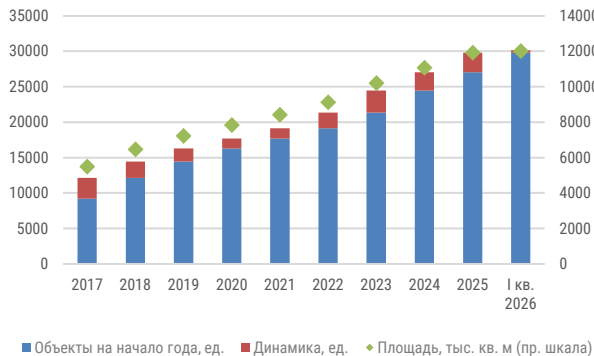
Шехтерман Игорь,
Главный
исполнительный
директор X5

X5 / ТОРГОВЫЕ СЕТИ "ПЯТЕРОЧКА", "ПЕРЕКРЕСТОК", X5 DIGITAL, "ЧИЖИК", "ОКОЛО"



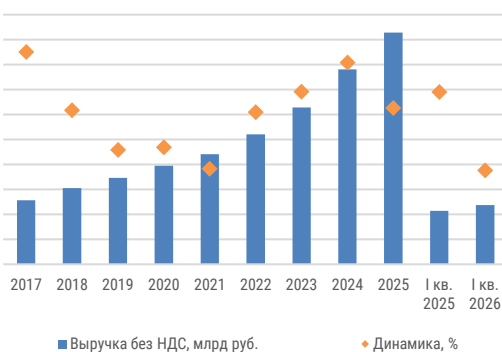
- За 2025 г. прирост торговой площади вырос на **% до * тыс. кв. м**, торговых объектов – на **% до ***.
- В 2025 г. общая выручка **X5** увеличилась на **% до * млрд руб.**, а чистая выручка в offline – на **% до * млрд руб.**. По итогам 2025 г. темп роста чистой розничной выручки **X5** замедлился на *** п.п. до % (* млрд руб.)**, рост LFL-продаж – на *** п.п. до %**.
- В 2025 г. валовая прибыль **X5** (IAS-17) увеличилась на **% до * млрд руб.** (рентабельность сократилась на *** б.п. до %**), скорр. EBITDA – на **% до * млрд руб.** (рентабельность сократилась на *** б.п. до %**), чистая прибыль сократилась на **% до * млрд руб.** (рентабельность – на *** б.п. до %**).
- Численность персонала **X5** по итогам 2025 г. сократилась на **% до * тыс. человек**.
- Доля СТМ в выручке **X5** превысила **%**, выручка от СТМ, по оценке INFOline, выросла на **% до * трлн руб.**
- В апреле 2026 г. **X5** и **Альфа-Банк** запустили платежный сервис "Апельсин Пэй": в приложении стал доступен единый QR-код, объединяющий карту "Апельсин" и **"X5 Клуб"**, что позволяет оплачивать покупки, начислять и списывать баллы.

Динамика количества торговых объектов X5



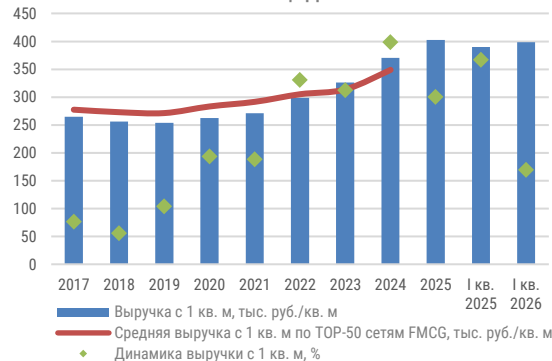
Количество торговых объектов с конца 2025 г. с учетом dark объектов на РЦ и без учета dark stores и dark kitchen
Источник: данные компании без учета "ОКОЛО"

Динамика общей выручки X5



Источник: данные компании

Динамика выручки с 1 кв. м торговой площади X5



Источник: расчеты INFOline; розничная выручка без учета 5post

ПЕРИМЕТР РЫНКА E-GROCERY (ONLINE-ПРОДАЖ FMCG)



УЧАСТНИКИ РЫНКА	МИССИЯ ДОСТАВКИ	ОПИСАНИЕ
FMCG-ритейлеры с преобладанием Food	Экспресс-доставка (до 2 часов), Доставка к заданному времени, самовывоз.	Интернет-магазины торговых сетей FMCG сборку и доставку заказов осуществляют сами сети. Сборка заказа осуществляется в торговом зале или в dark stores.
Маркетплейсы	Доставка к заданному времени, самовывоз.	Электронная торговая площадка, на которой размещаются товары различных поставщиков преимущественно в категории Non-Food. При этом активно расширяется ассортимент продовольственных товаров.
Online-ритейлеры	Суперэкспресс-доставка (до 30 мин.)	Компании, осуществляющие доставку преимущественно из собственных dark stores в срок до 30 мин. с момента оформления заказа.
Агрегаторы	Экспресс доставка (до 2 часов) Доставка к заданному времени, самовывоз.	Агрегатор online-витрин различных сетей осуществляет сборку и доставку продуктов от выбранного ритейлера, при этом сборка может выполняться самим ритейлером. 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.
Сервисы продуктовых наборов и рационов питания	Доставка к заданному времени.	Интернет-магазины, которые доставляют наборы продуктов с рецептами для самостоятельного приготовления. Или интернет-магазины, которые доставляют готовые рационы, включающие несколько блюд на день.
Non-Food игроки с развитыми продажами Food	Экспресс-доставка (до 2 часов) Доставка к заданному времени, самовывоз.	Интернет-магазины сетей с развитым ассортиментом продуктов питания, а также сети, входящие в контур FMCG-ритейлеров с преобладанием в ассортименте продуктов питания. Например: "М.Косметик" находится в составе "Магнита", "Улыбка радуги" находится в составе "Группы Лента".

ЧТО ИСКЛЮЧАЕМ

Игроки без Food или с минимальной долей в ассортименте (несколько SKU в прикассовой зоне); маркетплейсы, кроме FMCG; лекарственные средства, медицинская техника и изделия, ортопедия, оптика; парфюмерия и косметическая техника; крупногабаритные детские товары; товары для животных, кроме кормов и витаминов.

Non-Food FMCG в E-grocery — это непродовольственные товары повседневного спроса, учитываемые только в периметре food-ориентированных игроков или игроков с активными продажами продуктов питания.

ПЕРИМЕТР РЫНКА E-GROCERY (ONLINE-ПРОДАЖ FMCG)

FOOD



ГОТОВАЯ ЕДА

Готовая к употреблению еда: ready-to-eat – закуски, салаты, супы и основные блюда; ready-to-cook – продукция, требующая термической обработки, – охлажденные блюда, пицца и пр.; выпечка, горячие напитки собственного производства сетей.



БАКАЛЕЯ

Сухие, сыпучие и консервированные продукты длительного хранения, не требующие особого температурного режима: крупы, мука, макароны, чай, кофе, специи, масла, консервы, сухофрукты, орехи и т. д.



ТОВАРЫ КАТЕГОРИИ FRESH

Скорпортящиеся продукты: например, фрукты, овощи, зелень, свежее мясо, рыба и молочная продукция.



БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ / ВОДА

Бутилированная вода, безалкогольные напитки, соки, нектары.

NON-FOOD FMCG



HEALTH & BEAUTY

Товары для ухода за лицом, телом и волосами.



ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ

Подгузники, хобби, детский текстиль и кормление.



ПРОЧИЕ NON-FOOD FMCG

Бытовая химия, средства для стирки, гигиена рта, лезвия и бритвы, салфетки.



ЗООТОВАРЫ

Корма и витамины для животных.



ФАРМАЦЕВТИКА

БАДы, спортивное питание, презервативы и смазки

ОБ АВТОРЕ – ГРУППА КОМПАНИЙ INFOLINE

В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и экономических событий в мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела.

INFOLine — это **ваш информационный отдел**, который будет работать на пользу и развитие вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники вашей фирмы.

Группа компаний INFOLine является независимой компанией и работает на рынке исследований различных отраслей РФ с 2001 г. Проведенные исследования инвестиционных процессов в различных отраслях промышленности **специалистами агентства INFOLine являются лучшими на рынке**, что признано многочисленными клиентами и партнерами.

Россия | Казахстан | Сербия | ОАЭ

www.infoline.spb.ru | www.info2b.kz | mail@infoline.spb.ru | info@info2b.kz

+74957727640 |  [+77478230289](https://wa.me/77478230289) |  [+971524183664](https://wa.me/971524183664) |  [@INFOLine_auto_Bot](https://t.me/INFOLine_auto_Bot)

Спасибо за внимание!