

**ОСОБЕННОСТИ  
РАБОТЫ МЯСНОЙ  
КАТЕГОРИИ  
В УТКОНОС ОНЛАЙН**



# СПРАВКА О КОМПАНИИ

Утконос ОНЛАЙН – один из крупнейших игроков на российском рынке e-grocery.

Утконос ОНЛАЙН является лидером рынка e-grocery Московского региона (доля в обороте онлайн-продаж продуктов питания Москвы и Московской области составила 18%) по итогу 2020 года.<sup>1</sup>

Компания, основанная в 2000 году, входит в инвестиционную группу «Севергрупп».

# СПРАВКА О КОМПАНИИ

**FRESH** (молочная продукция, мясо, рыба, фрукты и овощи) – самый широкий ассортимент в России среди онлайн и офлайн магазинов **>10 000 товаров**

**Ассортимент:** 57 000 SKU

До конца года: 150 000 SKU

**NPS** в 2020 г. **76,6%**, в 4 квартале 2020 г. **81%**.

**Нескомплект:** 0,2%

**Доставка вовремя:** за 2020 год 96,6%,  
H2 2020 98,1%

**5200 сотрудников**





**ВСЁ СВЕЖЕСТЬ**  
НА КАЖДЫЙ И КАЧЕСТВО  
ДЕНЬ

**ВЫГОДА**

**WOW-удобно**

**ДОВЕРИЕ**



[utkonos.ru](http://utkonos.ru)

**УТКОНОС**

# ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ УТКОНОС ОНЛАЙН

Выручка 2020 - 16,4 млрд. руб.

**66%**

Выручка Q1 - 4,7 млрд. руб.

**+39%**

Средний чек 2021 - 6 147 руб.

Среднее количество товаров в заказе - 48

# РОСТ КАТЕГОРИЙ Q1 YOY



Мясо 2021 Q1 vs 2020 Q1 +54%

Мясо **+ 53%**

Птица **+ 54%**

Полуфабрикаты **+ 59%**

Субпродукты **+ 49%**

Мясная гастрономия 2021 Q1 vs 2020 Q1 +78%

Колбасы и ветчины **+ 77%**

Колбасные деликатесы **+ 86%**

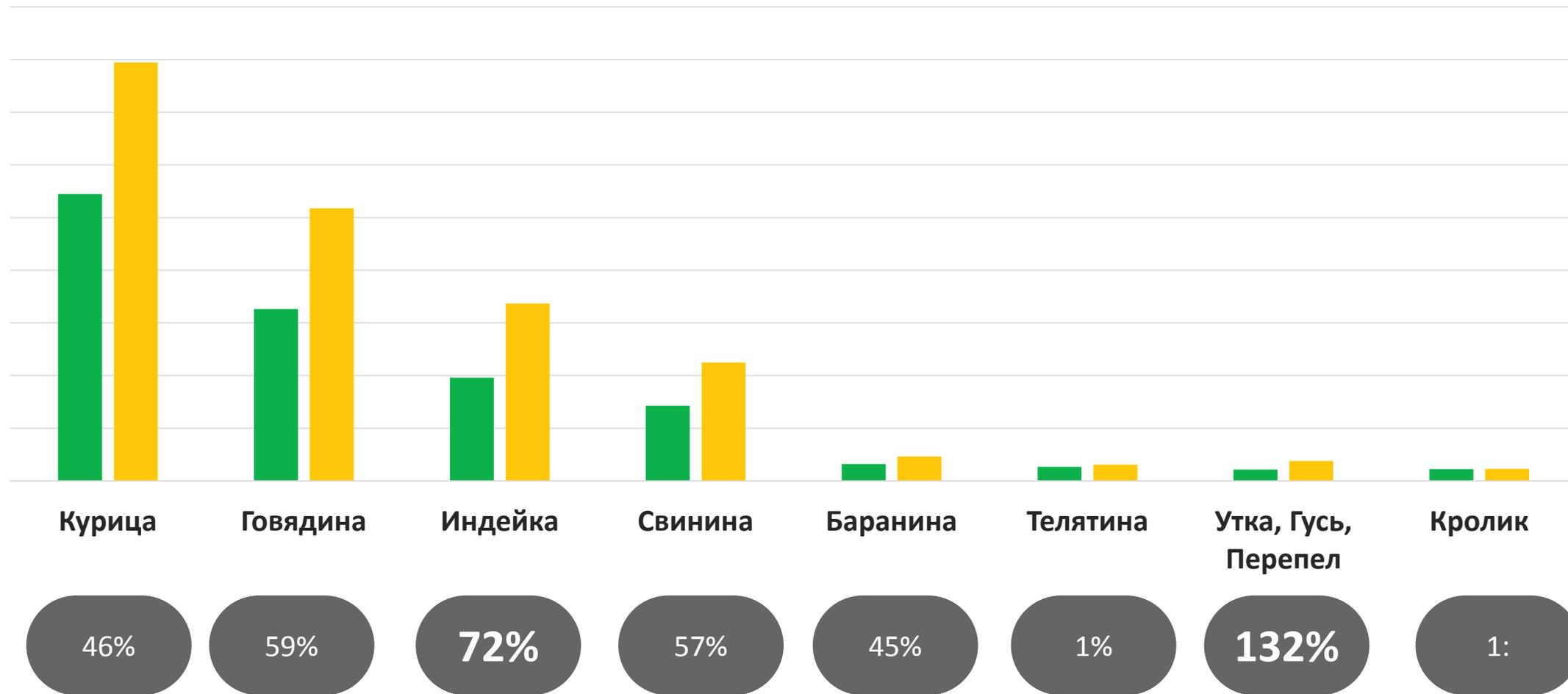
Сосиски / сардельки **+ 66%**

Субпродукты (готовые продукты) **+ 75%**

# СТРУКТУРА КАТЕГОРИИ

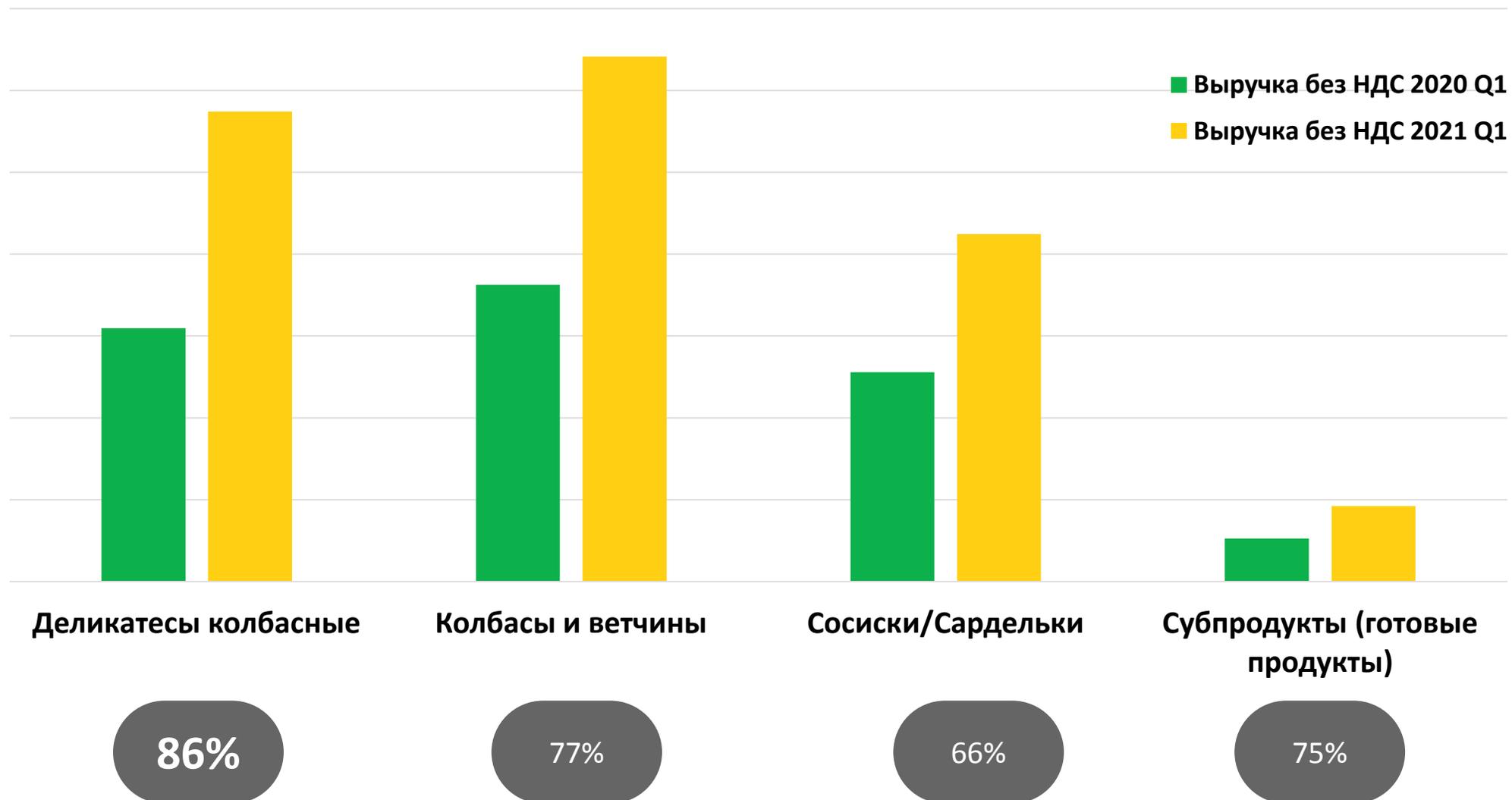
## МЯСО 2021 Q1 VS 2020 Q1

■ 2020 1 квартал  
■ 2021 1 квартал



# СТРУКТУРА КАТЕГОРИИ

## МЯСНАЯ ГАСТРОНОМИЯ 2021 Q1 VS 2020 Q1



# ТРЕНДЫ

Рост шашлыка + **90%**  
(вне сезона)



Рост потребления  
сегмента деликатесов  
+**86%**



Формат нарезки +**40%**



Рост потребления индейки +**72%**



Рост потребления альтернативного  
вида мяса – гусь, утка, цесарка,  
перепел +**132%**



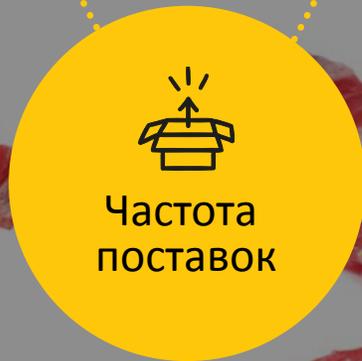
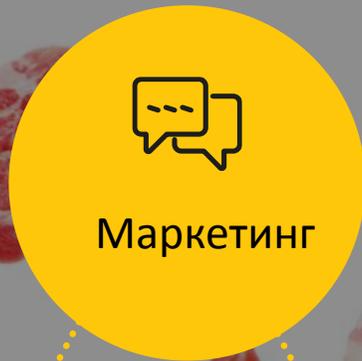
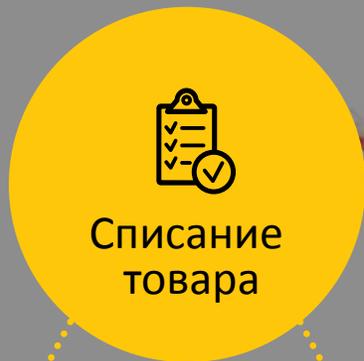
Веганство (ранее не развитая подкатегория),  
2021 Q1 10 брендов

# ЧЕГО НАМ НЕ ХВАТАЕТ В ПРЕДЛОЖЕНИЯХ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ?

- Предложений по перепелу
- Дополнительных предложений по индейке
- Более дешевые предложения по говяжьим стейкам для большей популяризации товара
- Неценовых промо
- Sous-vide продукции



# СПЕЦИФИКА КАТЕГОРИИ МЯСО/МЯСНАЯ ГАСТРОНОМИЯ В ONLINE



Маркетинг



Назовите самую далекую по расстоянию страну от Москвы, продукцию, произведенную в которой мы продаем в категории мясо



Расстояние Москва → Новая Зеландия по прямой равняется **16552 километров**



**УТКОНОС:**  
И. И. ОНЛАЙН



**И широкий ассортимент  
И конкурентные цены**

**Контакты:**  
[popkov\\_a@utkonos.ru](mailto:popkov_a@utkonos.ru)

Промокод на **20%**  
скидку на первый заказ

**NEW**