



Association  
of European  
Businesses

## AEB North-Western Regional Committee

# E-TRADE IN RUSSIA: CURRENT SITUATION, CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

*16<sup>th</sup> April, 2015*

St. Petersburg

**Sponsors:**



**Vostok Consulting Oy**  
Business Consulting in Russia





Association  
of European  
Businesses

# **Timo Mikkonen**

**AEB North-Western Regional  
Committee Chair**

**Welcome address**



Association  
of European  
Businesses

# Elena Kuzmina

## Vlerick Business School

### Welcome address



Association  
of European  
Businesses

# Vlad Shirobokov

## East-West Digital News



**Российский рынок интернет-торговли в 2014 г., рост продаж зарубежных онлайн ритейлеров.**

Санкт-Петербург, 16 апреля 2015 г.



# Кратко об East-West Digital News

---

Санкт-Петербург, 16 апреля 2015 г.



Association  
of European  
Businesses

# Кратко об East-West Digital News



EWDN – международное информационное агентство, специализирующееся на новостях и аналитике рынка интернет-торговли в России и Восточной Европе  
**EWDN.COM**



## AliExpress most visited e-commerce site in Russia

By [East-West Digital News](#)  
09 Sep 2014 / [0 Comments](#)

As Chinese players are making their move into Russia's booming cross-border e-commerce scene, AliExpress, the B2C platform of Chinese e-commerce [...]



## International e-marketing expert Bas Godska: "Digital marketing in Russia is hotter than ever before, and young professionals are craving for knowledge"

By [East-West Digital News](#)  
16 Sep 2014 / [0 Comments](#)

Dutch online marketing expert Bas Godska came to Russia in 2008, when the Russian e-marketing and e-commerce markets were still [...]



## Russia wants its own Booking.com

By [East-West Digital News](#) / Sep 30, 2014

Russia could create a national online hotel booking platform, [RIA Novosti](#) and [CNews.ru](#) reported last week, citing Culture Minister Vladimir Medinsky. "There are plans to create [such a] system. Now we are looking very actively for business partners who can create a Russian analog to Tripadvisor or Booking.com," Medinsky said at a Public Chamber session in Moscow.

# Исследования East-West Digital News



## Авторитетные исследования EWDN:

Более **15.000** скачиваний за год!

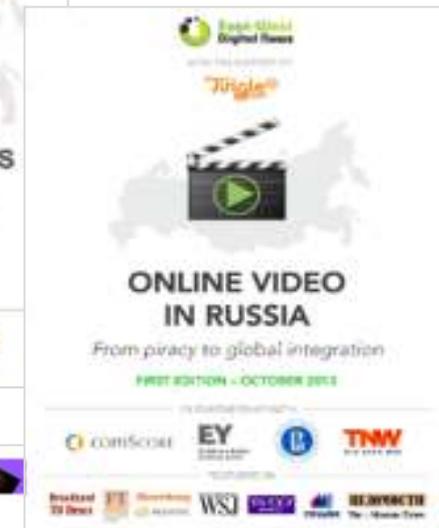
- Интернет-торговля в России
- Cross-Border Sales to Russia
- Online Video in Russia
- Russia Venture Reports
- Russian E-Commerce Opportunities for Chinese Players

Интервью и данные от **120 экспертов, игроков рынка, сервисных компаний**

Языки публикаций: **русский, английский, китайский**

Подробнее о наших публикациях:

<http://www.ewdn.com/publications.html>



# Мероприятия East-West Digital News



Подробнее о конференции:

[http://ewdn.com/files/edays\\_book.pdf](http://ewdn.com/files/edays_book.pdf)

## Международная конференция e-Days E-Commerce

- Более 250 участников
- Спикеры – лидеры российского рынка интернет торговли
- При поддержке отраслевых ассоциаций, торгово-промышленных палат



Подробнее о бизнес завтраках:

<http://business-breakfast.ewdn.com>

## Бизнес завтраки e-Days

- Регулярные мероприятия по актуальным вопросам рынка интернет торговли
- Дискуссионный клуб ведущих экспертов отрасли
- Бизнес-кейсы, новые технологические решения





# Российский рынок интернет-торговли

---

# Российский рынок интернет-торговли в 2014 г.



Около **31 млн**  
россиян покупали  
онлайн



Insales насчитал  
**50 тыс.**  
интернет-магазинов  
с количеством посетителей  
от 50 человек в месяц

**20 сайтов**  
с продажами  
>100MUSD



рост в рублях в  
2014 г. (5% в \$)

Объём  
рынка  
составил

**660**  
млрд руб.\*  
(\$17 bn)

**440**  
млрд руб.  
(\$11,5 bn)

по продажам  
**физических  
товаров**



От объёма  
российского  
ритейл рынка

В среднем за год каждый  
онлайн покупатель потратил  
приблизительно **20 тыс. руб.**  
или 15 тыс. руб., если учесть только  
покупки физических товаров

Кроме того,  
трансграничные  
продажи  
составили до **\$5**  
млрд

# Российский рынок интернет-торговли в 2014 г.



Прогноз объема российского рынка интернет-т  
в 2013-2025 гг. (в млрд. долл. США)



**ЭФФЕКТ ОБЕСЦЕН-  
НИВАНИЯ РУБЛЯ**  
на расчеты в долларовом  
выражении

Продажи физических и цифровых товаров, услуг, включая билеты, но без продаж гостиничных услуг, B2B продаж, скидочных купонов.  
Data Insight, EWDN

# Российский рынок интернет-торговли в 2014 г.



## Оценки роста рынка электронной коммерции в столицах и регионах (2012-2015 гг.)

	<b>2012</b> Объем рынка (в млрд. руб.)	<b>2013</b> Объем рынка (в млрд. руб.)	<b>2015</b> Объем рынка (в млрд. руб.)	<b>Рост</b> <b>2012-2015</b>
<b>Столицы</b>	214	260	365	<b>x 1.7</b>
<b>Регионы</b>	191	260	480	<b>x 2.5</b>
<b>Всего</b>	405	520	845	<b>x 2.1</b>

Источник: Data Insight

# Российский рынок интернет-торговли в 2014 г.



**Изменение посещаемости интернет-магазинов (медиана)**  
(Октябрь 2013 г. к октябрю 2014 г. – Данные по топ-200 интернет-магазинов России)



Источник: Data Insight

# Российский рынок интернет-торговли в 2014 г.



## Рост посещаемости в зависимости от размера интернет-магазинов (Октябрь 2013 г. к октябрю 2014 г.)



Источник: Data Insight



# Трансграничные продажи

---



## Размер рынка 2014 г.

Около  
\$5 млрд

Источник:  
E W D N



**+75%**

Рост числа  
посылок

Источник: NAMO

**+50%**

Рост объема  
продаж

AliExpress

ebay

Занимают лидирующие  
позиции на рынке

# Трансграничные продажи, Россия 2104 г.



Около **15 млн** россиян

покупают на зарубежных сайтах

заказывают **50 млн** посылок

Источник: Data Insights - EY/ON

Средняя величина заказа

**\$15 China**  
против  
**\$70 West**

Electronics

**\$180**

**\$160**

Rutaobao.ru

Clothing

**\$105**

Aliexpress

**\$40**

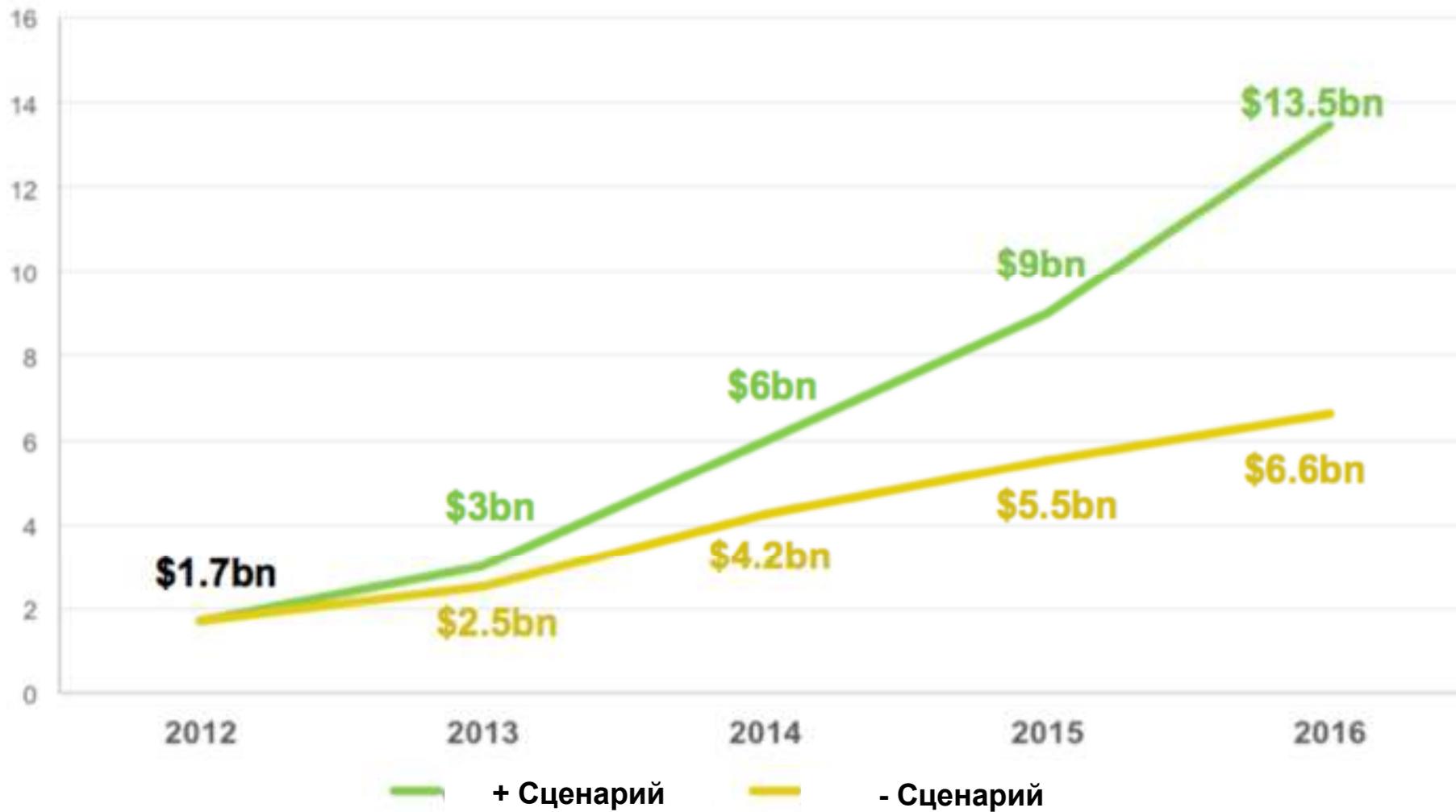
**\$24**

eBay

Источник: Dostami, ВШЭ, NAMO

NAMC

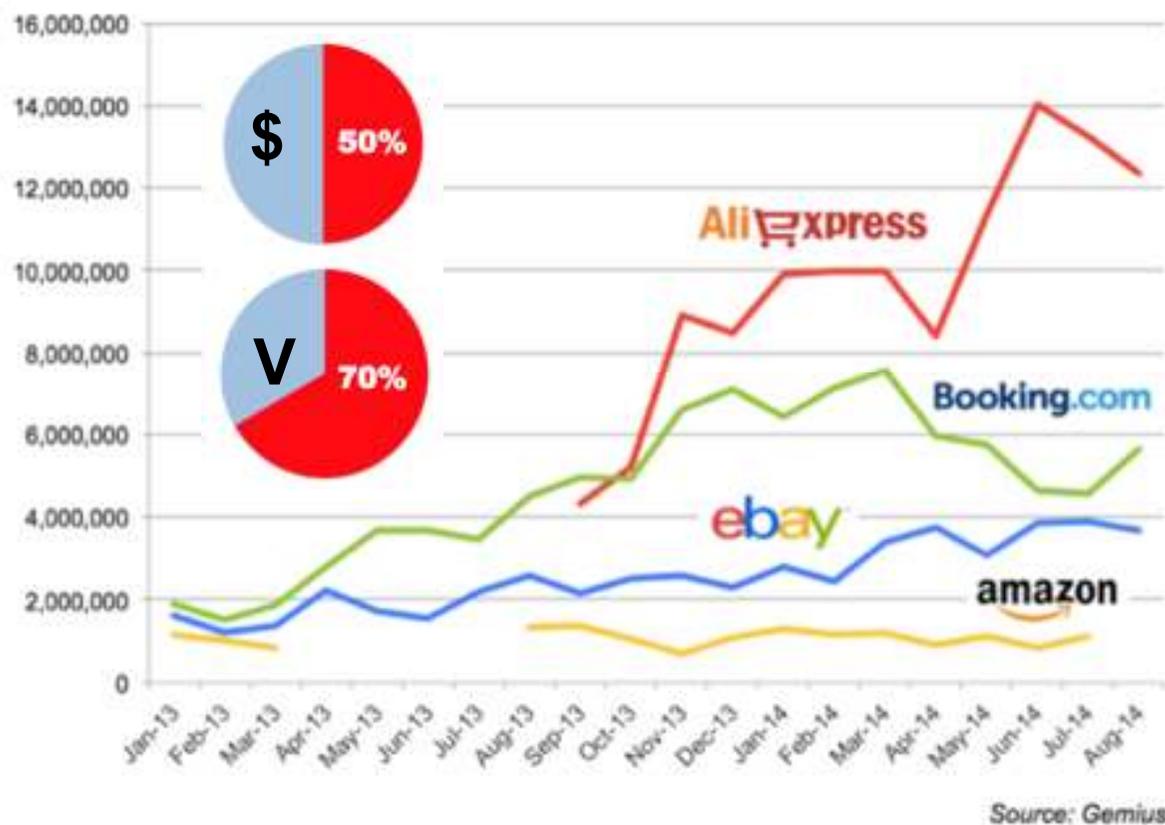
# Прогнозы роста cross-border рынка.



# Китайское вторжение



## Российская аудитория крупных зарубежных e-commerce сайтов в 2013-2014 гг.



## Доля посылок из Китая от общего количества трансграничных посылок сайтов онлайн торговли



Источник: EWDN

# Трансграничные продажи, Россия 2104 г.



## Наиболее популярные товары для покупок за рубежом (2014 г., Yandex-GfK)



# Китайское вторжение



## Популярность поискового запроса «алиэкспресс» По регионам России

По всему миру > Россия



Регионы | Города

Карачаево-Черкесская Респу...	100	
Чувашская Республика	82	
Республика Северная Осетия...	79	
Астраханская область	75	
Республика Дагестан	72	
Республика Калмыкия	71	
Белгородская область	70	



- 1** **Рынок продолжает быстро расти, но некоторые сегменты испытывают негативное влияние макроэкономических, политических факторов**
- 2** **Западные онлайн ритейлеры говорят о сокращении темпов роста продаж, или даже о снижении, объясняя это усилением конкуренции и девальвацией**
- 3** **Продажи китайских интернет-ритейлеров в России бьют новые рекорды**
- 4** **Ритейлеры разбились на два лагеря: тех, кто развивает свое присутствие на российских рынках и тех, кто отложил активную работу до лучших времен**



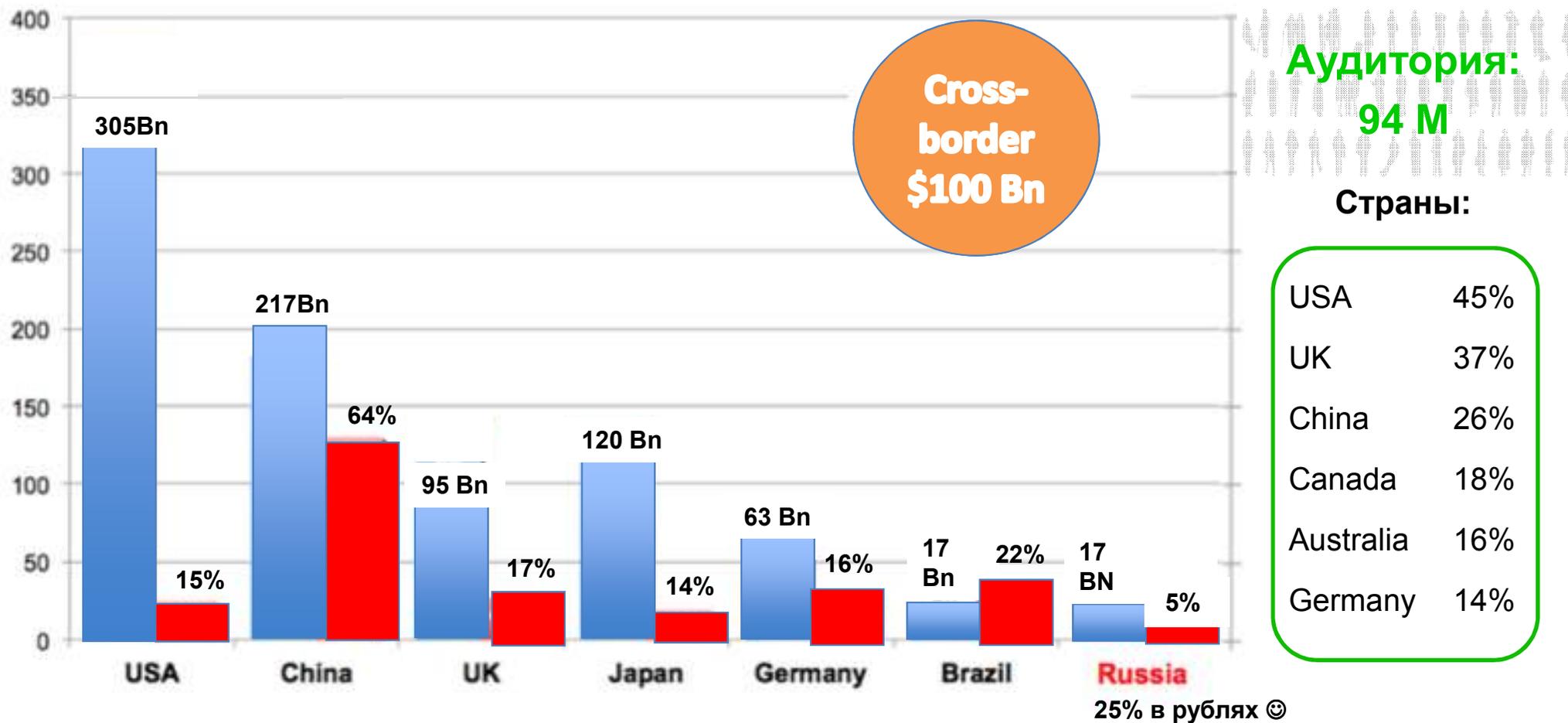
**Перспективы онлайн  
экспорта.**

---

# Перспективные рынки?



## Международные e-commerce рынки в 2014 г.



Источники: Data Insight, eMarketer, Ecommerce Europe

# Cross-border экспорт



1. Логистический продукт
2. Платежный инструмент
3. Таможенное регулирование
4. Знание зарубежных рынков
5. HR



# Аудитория ozonru.EU



Avg. Monthly Visits <b>20,000</b>	Avg. Visit Duration <b>00:06:36</b>	Pages / Visit <b>8.07</b>	Bounce Rate <b>44.55%</b>
--------------------------------------	--	------------------------------	------------------------------

www.ozonru.eu



Country ( of 43)	Traffic share	Change	Avg. Visit Duration
1 Latvia	28.61%	-7.65%	00:12:48
2 United Kingdom	18.34%	-32.53%	00:06:03
3 Estonia	10.41%	-18.61%	00:07:35
4 Czech Republic	10.00%	-23.72%	00:02:04
5 Russia	8.61%	8.64%	00:00:42
6 Lithuania	6.30%	-33.06%	00:05:35
7 Finland	5.89%	58.05%	00:01:47
8 Poland	2.73%	-25.59%	00:01:30
9 Ukraine	1.71%	-51.13%	00:00:11
10 Germany	1.10%	23.35%	00:02:41
11 United States	0.83%	602.07%	00:00:02
12 Sweden	0.78%	-100%	00:05:52



Visits from Mar, 2013 to Feb, 2015

On Desktop

Daily
  Weekly
  Monthly



Благодарю за ваше  
внимание!



Vlad Shirobokov  
Co-founder and Commercial director  
East-West Digital News

[vs@ewdn.com](mailto:vs@ewdn.com)  
+7 925 384 74 17



Association  
of European  
Businesses

# Igor Tarasenko

**Yandex**





Association  
of European  
Businesses

# Pasi Ketonen

**ITELLA**



# E-commerce to Russia

## Logistic scenarios to Russia by Posti Group

Pasi Ketonen, [pasi.Ketonen@posti.com](mailto:pasi.Ketonen@posti.com)

Linked: [fi.linkedin.com/pub/pasi-ketonen/0/40a/590/en](https://fi.linkedin.com/pub/pasi-ketonen/0/40a/590/en)

Twitter: [@KetonenPasi](https://twitter.com/KetonenPasi)



# Posti in a nutshell

Postal and logistics services, e-commerce services and financial management outsourcing services

Over **200,000** business customers

Operations in **11** countries

Number of personnel **23,000**

Net sales EUR **1,859** million

Two brands:  
In Finland, **posti**  
in other countries of operation

History of nearly **400** years



Sole owner: the state of Finland

# E-commerce growth in Europe is biggest in the east

## Facts and trends

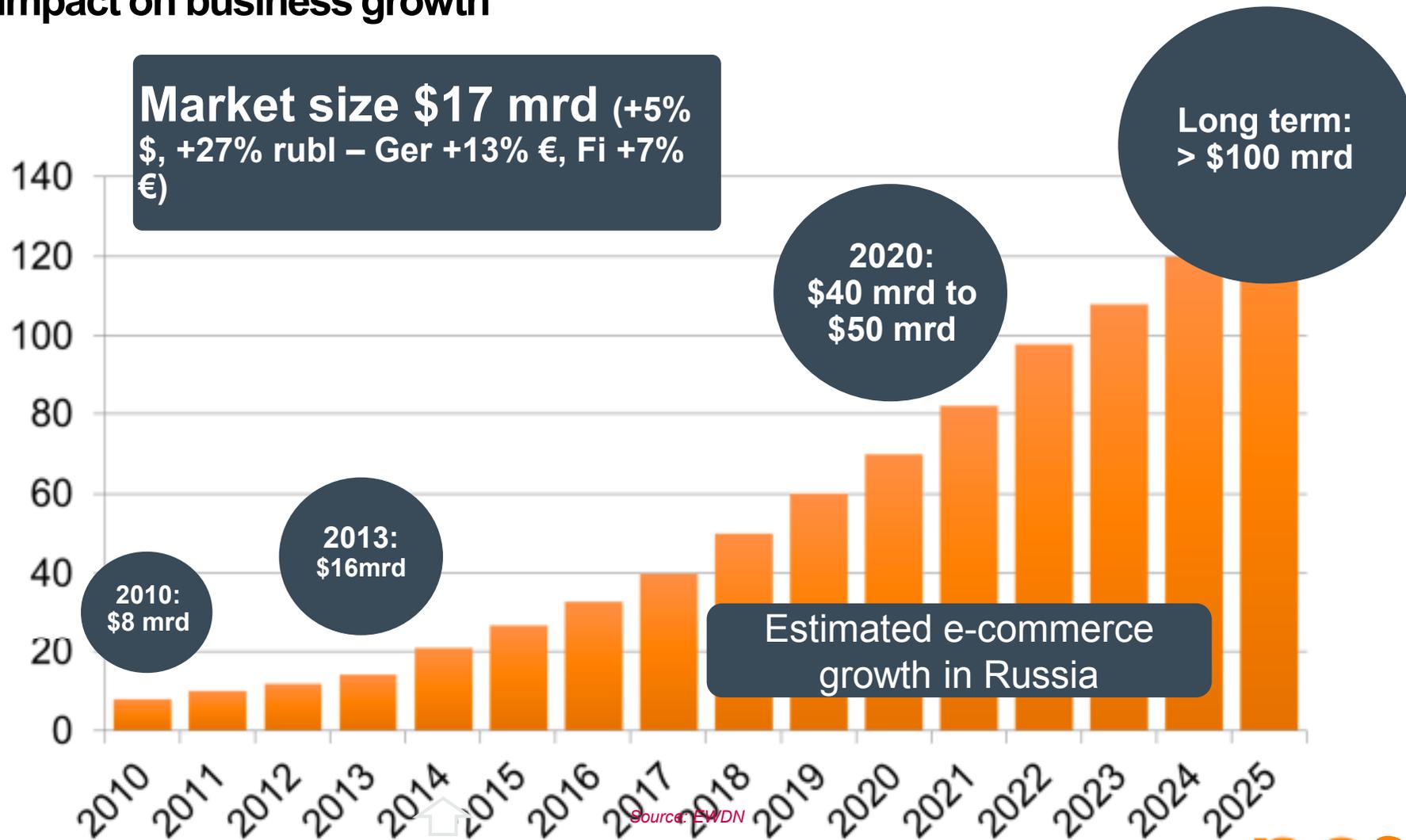
- 146 M citizens, 59.9 M Internet users
  - 8.-9. biggest consumer market in the world
  - Growth focus moving to million cities in the south
- 2014 cross-border e-commerce to Russia
  - 15 million purchases from foreign webshops
  - Cross-border e-commerce 5 B \$ (physical products), 50 million deliveries (+75%)
  - Chinese webshops have 50 % market share (\$) (and growing)



\*The e-commerce market includes e-sales of goods and services

# E-commerce in Russia 2014

Order value declining, but volume is growing – currently currency has a major impact on business growth



# Russians as buyers

- 31 million Russians made purchases in webshops

I want to have guarantee for quality of retailer, product and delivery.

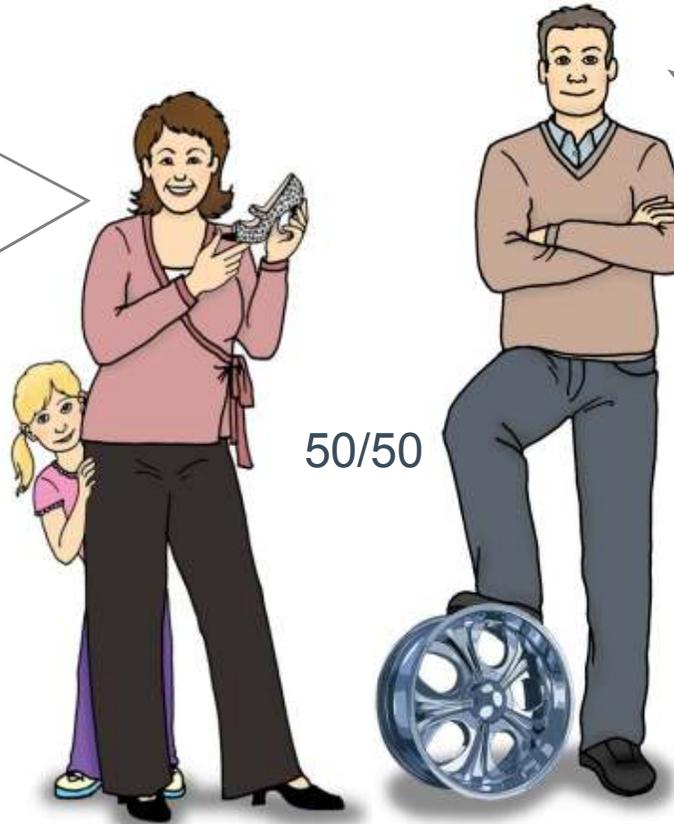
I love promotions: discounts and events.

I keep other clients evaluations in high value.

I am 25-44 years old.

Reason to buy **clothes** abroad:

- Products are not available in Russia
- Lower prices
- Wide assortment
- Quality



I prefer paying in cash at the time of delivery.

I don't speak English.

My average order value is 6 000 rubles (~80 €)

Reason to buy **consumer electronics** abroad:

- Products are not available in Russia
- Lower prices

Reason to buy from Russia

- Fast delivery
- Easy returns
- More reliable deliveries

Source: EWDN



# Three logistic scenarios to enter Russia

**1. Border sales**

**2. Cross-border deliveries**

**3. Onshore Russia**



# Border sales

The Finnish–Russian border is the longest EU-Russia border (1,340 km)

St. Petersburg is 368 km from Helsinki and 209 km from Lappeenranta (nearest city on Finnish side)

308 000 purchases by Russians during 2014

2,9M trips to Finland in 2013 of which 72% are day trips of which 40 % have made digital purchases

Purchases in 2013 908 M€

**Low risk  
Duty and tax free  
benefits**

# Delivery to pickup point in Finnish border



**Order pick & pack**  
**Palletizing & labeling**

**Parcel sorting**  
**Last mile delivery in Finland**

**Consumer picks parcels from Finnish side**

- Customs clearance when crossing the border

## Pros

- Tax and duty free
- Low risk

## Cons

- Returns are difficult
- Credit card payments
- Limited market potential



Posti pickup point in Lappeenranta build for Russian consumers

# Cross-border model



Low risk  
Duty benefits  
Delivery to Russia

# Cross-border to Russia via Finland



**Order pick & pack**  
**Palletizing & labeling**

**Inbound**  
**Parcel separation**  
**Security check**  
**Customs preparation**

- Creating and handling of the E-Customs clearance documents & manifests for fast border processing

**Completion (cyr. labels)**  
**Line hauls from Posti terminal in Finland to Russia**

- Air Helsinki-Moscow
- Road Helsinki-St. Petersburg

**Distribution in Russia incl. customs clearance**

- Express Mail Service (EMS) with home delivery: 3-8 workdays
- Priority service with delivery pick-up point: 6-14 workdays

## Pros

- Duty free
- Delivery to home or pickup point nearby

## Cons

- Slow deliveries
- Returns are difficult
- Credit card payments
- Limited market potential

# Case Aliexpress

## Cross-border deliveries to Russia via Finland

The screenshot shows the AliExpress website interface. At the top, there is a search bar with the text "I'm shopping for..." and a search icon. Below the search bar, there is a breadcrumb trail: "Home > All Categories > Apparel & Accessories > Men > Tops & Tees > T-Shirts". The main product image shows a man wearing a white T-shirt with a 3D hand print design. To the right of the image, the product title is "Clearance Sale Promotion, 3D big Hand Printed T-SHIRT F casual tops camisetas masculinas". Below the title, there is a star rating of 4.8 and the text "92.3% of buyers enjoyed this product! (101 votes)" and "852 orders". The price is listed as "US \$4.00 - 5.00 / piece". The shipping information is circled in red and reads "US \$3.99 to Russian Federation via ITELLA" with a dropdown arrow and "Estimated Delivery Time: 8-25 days (ships out within 5 business days)". Below the shipping information, there are options for color (white and black), size (S, M, L, XL), and quantity (1 piece, 3420 pieces available). The total price is "Depends on the product properties you select". There are two orange buttons: "Buy Now" and "Add to Cart". At the bottom, there is a heart icon and the text "Add to Wish List (1117 Adds)".

- Cross-border postal deliveries
- Delivery preparation by Posti terminal in Finland
- Customs documents

# Onshore model



Total A-class warehouse area in Russia:  
560,000 m<sup>2</sup> in all regions

Best potential  
Fast deliveries  
All payments  
Returns

# Onshore Russia



**B2B picking**  
**Customs preparation**  
**Truck loading**  
**Freight**

**Unloading**  
**Reception**  
**Shelving**  
**Order pick & pack**  
**Shipment**  
• Parcel labels  
**Returns processing**

**Last mile delivery by local carriers**  
• Order tracking in Russia  
**Cash on delivery**  
**Returns**

## Pros

- Whole market potential
- Fast deliveries
- Cash on delivery
- Reverse logistics

## Cons

- More preparation e.g. Russian subsidiary and customs
- Duty and VAT included

# Overview of the service & process scope in the warehouse

## Legal requirements

### Client and/or warehouse needs to:

- Have a legal entity, a bank account & its own accounting system in Russia
- Obtain a customs declaration number for the imported goods
- Handle excessive legal documentation

## Inbound of deliveries

### Service scope of the warehouse in Russia:

- Handling of purchase orders
- Quality & quantity control
- Value added services like repackaging, labeling according to individual requirements
- Handling of diverse stock and article categories

## Pick & pack

- Order processing incl. generation of documents (invoices)
- Picking & sorting & packing

## Handover to a carrier

- Load shipments on a truck at agreed cut-off times
- Carrier documentation creation
- Handover to the carrier

## Delivery to end customer

### Service scope of the transportation partners:

- Shipment to all major delivery providers
- Optional cash-on-delivery payment



## Summary

- 1. Fast Entry: Border Sales to citizens from St. Petersburg**
- 2. Cross Border Entry Model: reduce risk and investment**
- 3. Onshore Model: Second Phase for Fast Growth**



Association  
of European  
Businesses

# **Olga Skachkova**

## **Nokian Tyres**



**NOKIAN  
TYRES**

**Электронная торговля  
без демпинга.  
Опыт Nokian Tyres**

**Ольга Скачкова  
Руководитель  
направления рекламы**

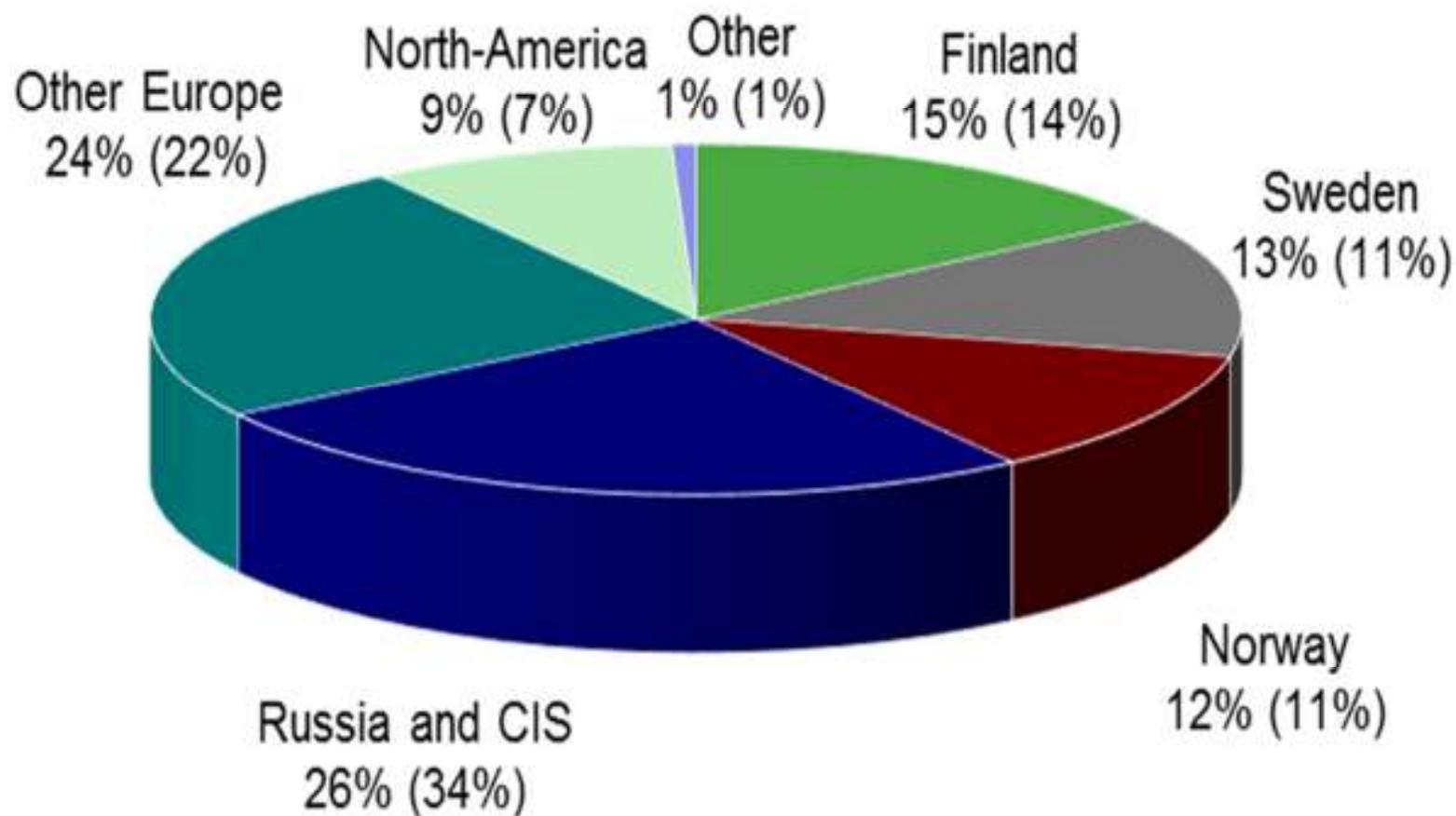


## Nokian Tyres в России

- Самый современный и самый большой шинный завод в России
- Крупнейший экспортер готовой продукции в России с 2009 года
- Экологически чистое производство
- Nakkapeliitta Village
- 17-е место в рейтинге работодателей РФ (HH.ru 2014)



## Продажи шин Nokian на ключевых рынках 2014 год



Данные продаж в евро

## Шины Nokian побеждают в сравнительных тестах

- Более 60 побед в 2014 году
- Победы летних новинок Nokian Hakka Blue SUV и Nokian Hakka Black SUV в 2015 году



## Запуска Интернет-магазина nokiantyres.ru. Анализ рынка

2011

- Интернет-торговля **25%**
- Автозапчасти **10%**

2015

- Интернет-торговля **31%**
- Автозапчасти **19%**

## Интернет-магазин Nokian Tyres

- Первый Интернет-магазин шинного производителя
- Широкий ассортимент и наличие редких типоразмеров
- Высокое качество сервиса
- Бесплатная доставка
- Гео: Москва, Санкт-Петербург



## Барьеры для развития



- Цены выше среднерыночных
- Высокая конкуренция в сегменте
- Продажа только высокомаржинальных шин (А-сегмент)
- Имиджевый сайт

Рынок в Интернете – это рынок цены.  
Когда у тебя премиальный продукт, требуется особый подход.

A photograph of two skydivers in formation against a blue sky with scattered white clouds. The skydiver in the foreground is wearing an orange jumpsuit and has a grey beard and glasses. The skydiver behind him is wearing a blue and green jumpsuit and has a shaved head and glasses. Both are wearing goggles and have their arms extended outwards. The background shows a vast landscape of green fields and brown patches from above.

**nokian<sup>®</sup>  
TYRES**

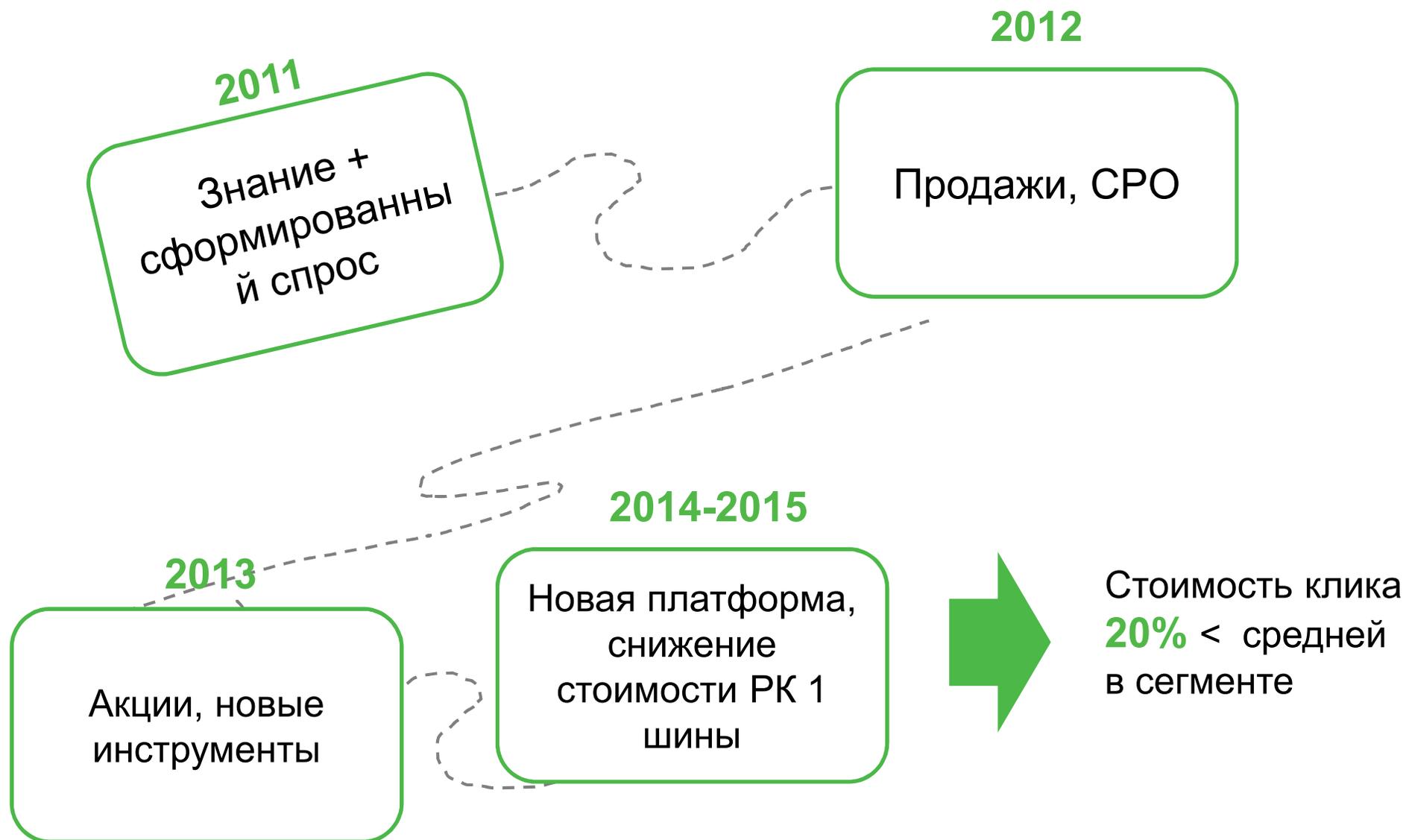
**Бизнес-показатели**

**План продаж**

**Стоимость рекламы**

**trafficoobar**

## Основные этапы продвижения Интернет-магазина



# Инструменты продвижения Интернет-магазина



**NOKIAN  
TYRES**

# Инструменты продвижения Интернет-магазина

## Трафик на сайт

RTB  
Товарные агрегаторы  
Контекст

Контекст  
Yandex Market

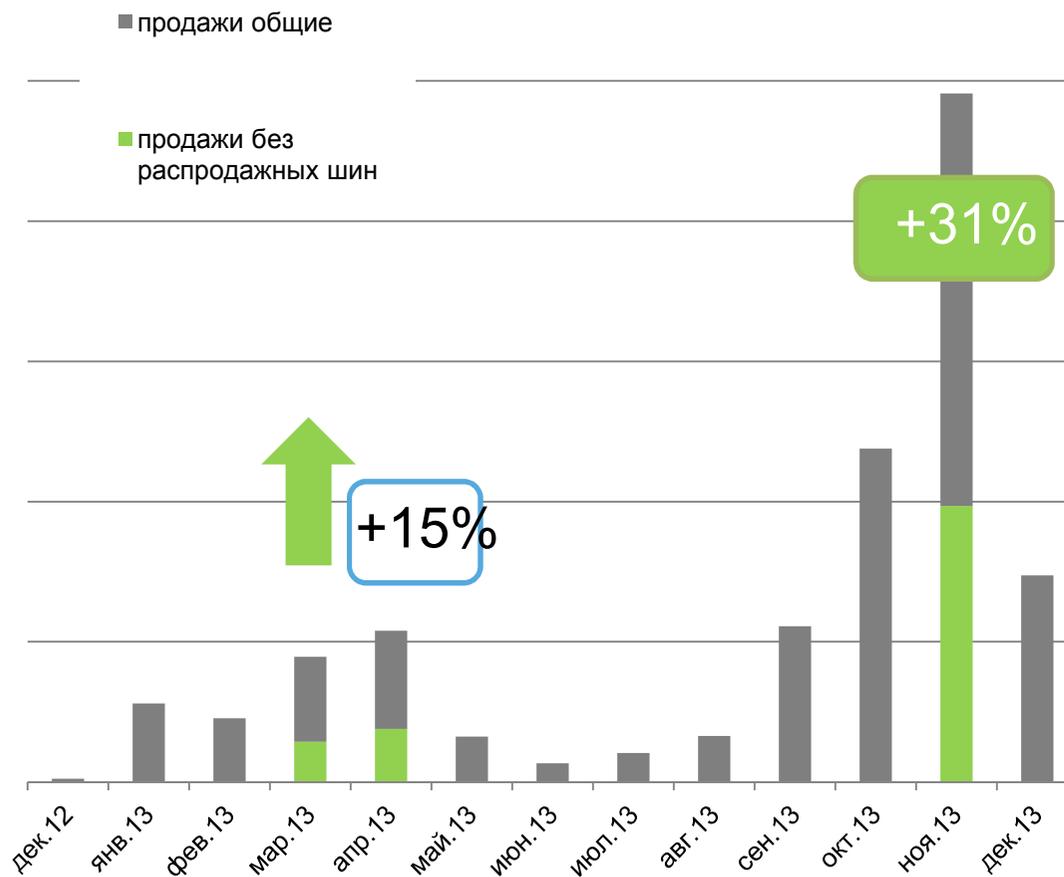
2013

2014

- RTB – таргетинги;
- агрегаторы – дополнительный трафик
- переход на автоматизированную систему управления КР в контексте;
- стратегия в Яндекс Маркете

- самые конверсионные инструменты ;
- тестирование новых;

# Влияние распродаж 2013 год



**NOKIAN  
TYRES**

## Посадочные страницы для имиджевой рекламы

Посещения  
с имиджевой рекламы

**+81%**

Доход по посетителям  
с имиджевой рекламы

**в 2 раза**



**nokian  
TYRES**

## Секреты эффективного продвижения Nokiantyres.ru



- Грамотная стратегия с ориентацией на финансовые показатели
- Комплексный подход к продажам – юзабилити сайта, расчет плановой конверсии, фильтр инструментов
- Постоянная оценка показателей качества и эффективности источников
- Анализ и тестирование новых инструментов с целью повышения конверсии и снижения стоимости заказа

**NOKIAN  
TYRES**

**За время работы удалось достичь**



## Результаты по основным KPI's продвижения

- Рост конверсии с 2012 года на **24%**
- Затраты на рекламу одной шины  
< в **3 раза**
- Рост дохода по эл. торговле  
в **2,5 раза**
- Рост среднего чека на **8%**
- Рост продаж в **3 раза**



## Дальнейшие шаги по развитию Nokiantyres.ru



- E-commerce платформа
- Расширенный функционал сайта
- Больше сервисов
- Продажа премиальных моделей, отказ от распродаж
- Колл-центр

**NOKIAN  
TYRES**

Продавать дорогие шины в Интернете можно недорого



**ЦЕПЛЯЕТ  
КАК НИКОГДА  
РАНЬШЕ**

НА 50% БОЛЬШЕ ШИПОВ  
**NOKIAN**  
HAKKAPELITTA® 8





Association  
of European  
Businesses

# **Olga Petrova**

## **Traffic Isobar**



# isobar

**Подход агентства к продвижению e-commerce**

# Traffic Isobar

Год основания  
2002

Офисы в  
Санкт-  
Петербурге и  
Москве  
2 города

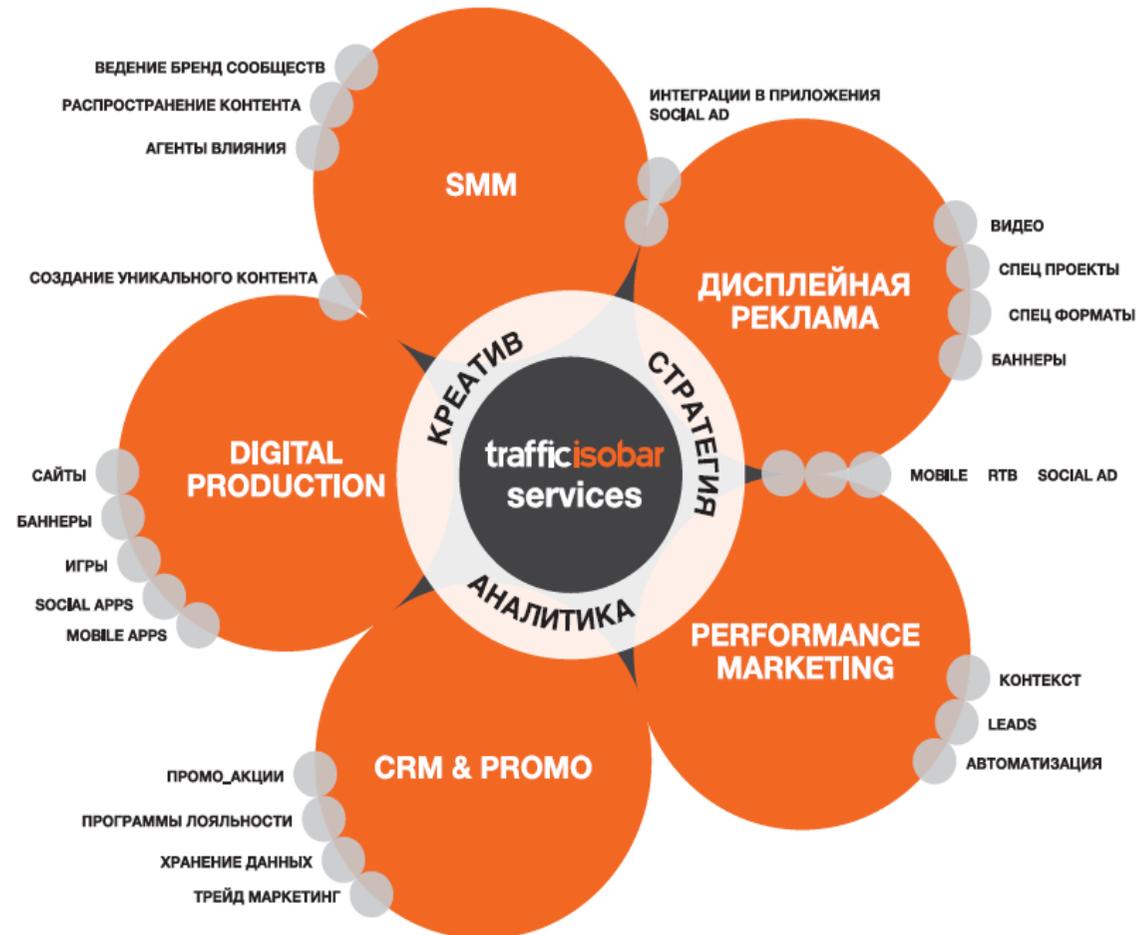
Количество  
сотрудников  
220

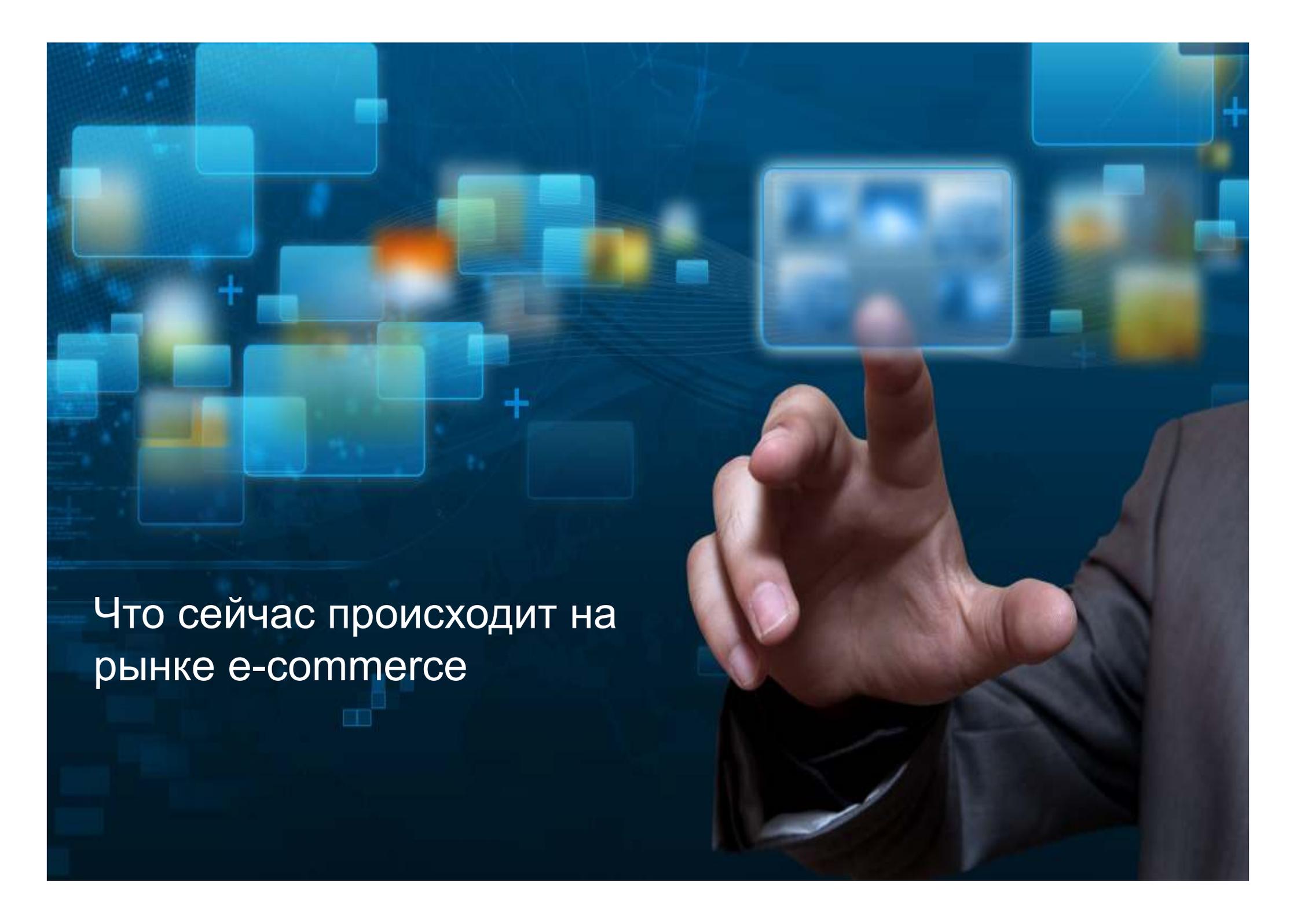


С 2013 года :

**dentsu AEGIS network**

# Traffic Isobar агентство полного цикла Digital услуг



A hand in a dark suit jacket points towards a digital interface. The background is a dark blue field filled with various floating elements: semi-transparent blue and yellow rectangular windows, some containing blurred icons or text, and small white plus signs. Thin white lines connect some of the elements, suggesting a network or data flow. The overall aesthetic is futuristic and technological.

Что сейчас происходит на  
рынке e-commerce

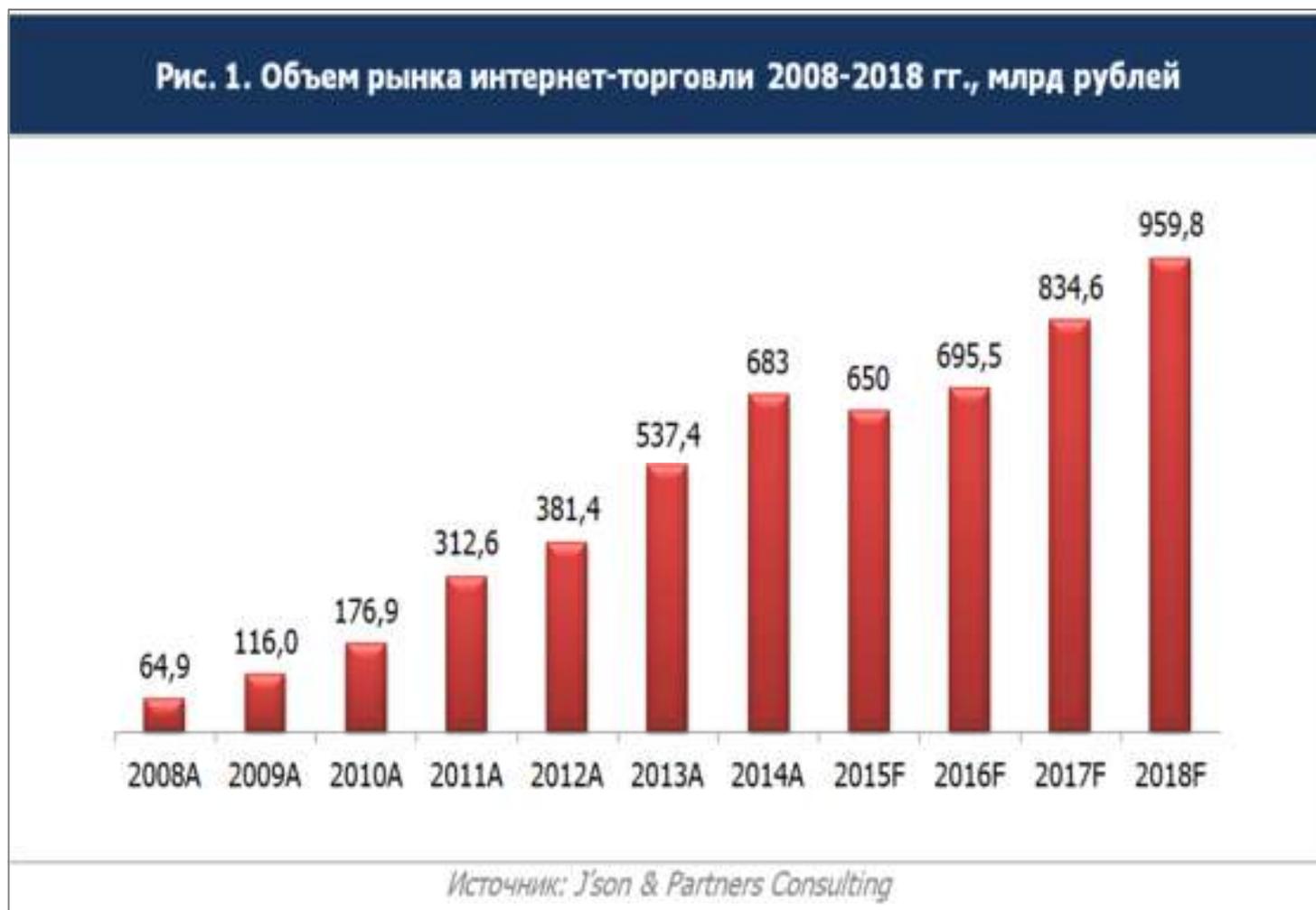
# Количество онлайн-покупателей

- **В России 31 млн. онлайн-покупателей**, в т.ч. 26 млн. совершили хотя бы по одной покупке за последние 12 месяцев (в этой оценке учтены только покупатели физических товаров, без билетов и цифрового контента)
- **Ядро потребительской аудитории: ~ 8 млн. человек**, которые покупают в интернет- магазинах в среднем не реже 1 раза в месяц



На сегодняшний день:  
-27% пользователей покупают  
в Интернет-магазинах;  
- 19% планируют покупать в  
будущем

## Прогноз объема российского рынка интернет торговли



# Возможные проблемы и варианты решения в кризис



# Будь мобильным



- Люди ожидают, что ваш сайт будет мобильным. Поэтому важно, чтобы сайт корректно отображался на всех устройствах

Адаптированная  
верстка

- Мобильная версия сайта должна быть такой же удобной, как и полная версия – навигация простая и понятная

Удобство



Скорость  
загрузки страниц

- Важно учитывать, что на скорости загрузки страниц не должно оказывать влияние качество интернета пользователя. Поэтому не стоит использовать тяжеловесный дизайн

Безопасность

- Для того, чтобы пользователи не боялись за сохранность своей информации, не поленитесь лишний раз напомнить, что все операции происходят через защищенное соединение

# Что еще....



# Подход Агентства\*



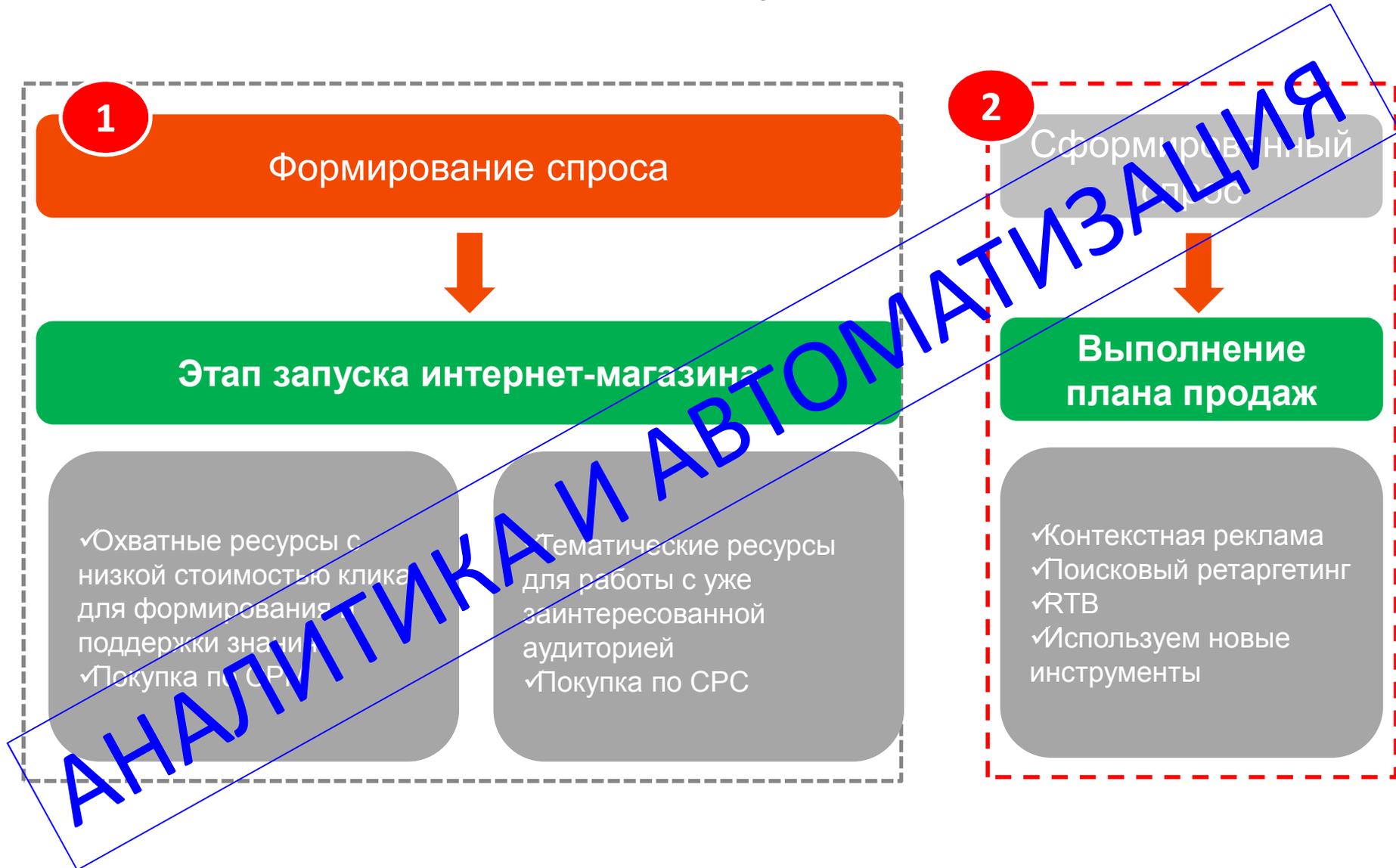
\* Магазины брендов

ISOBAR

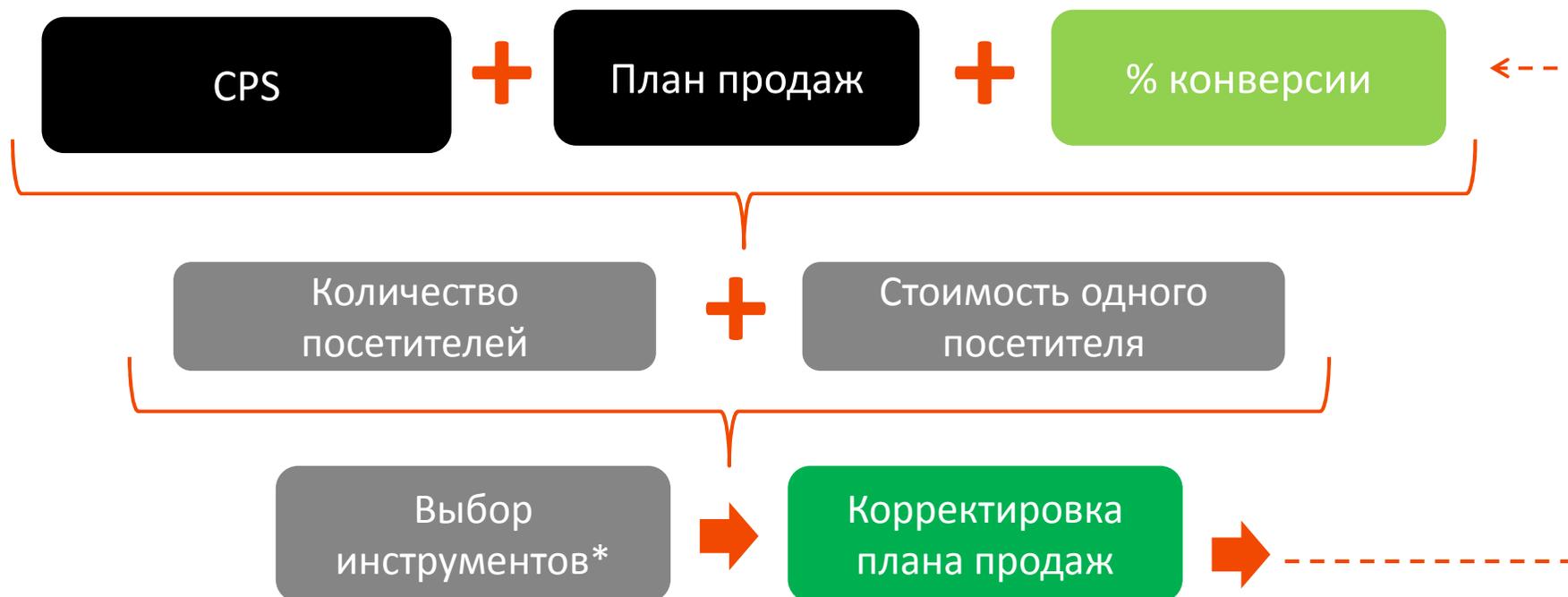


trafficisobar

# Стратегия и выбор инструментов



# Подход



**Клиент**

**АГЕНТСТВ**

**Опыт**

**\*ВАЖНО!**

Конверсия зависит от многих факторов:

✓ Вид продукта/услуги

✓ Период продажи – сезон/не сезон

✓ Инструмент продвижения – конверсия выше с контекстной рекламой, но ниже с медийной



**trafficisobar**

Санкт-Петербург,  
ул. Комсомола 41  
+7 (812) 740-20-67  
[www.t-agency.ru](http://www.t-agency.ru)  
[info@t-agency.ru](mailto:info@t-agency.ru)



Association  
of European  
Businesses

# Viktor Dostov

## Russian E-Money Association

# Электронные платежи в России: текущая ситуация и возможности для электронной коммерции

---

ВИКТОР ДОСТОВ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА АССОЦИАЦИИ «ЭЛЕКТРОННЫЕ  
ДЕНЬГИ»

# Ассоциация «Электронные деньги»

---



Ассоциация «Электронные деньги» -  
отраслевая ассоциация, объединяющая 15  
крупнейших компаний на рынке электронных  
платежей и денежных переводов

# Российский рынок розничных платежей

---



Электронные  
деньги

(более 40 млн.  
пользователей)

Платежные  
терминалы

283 000 штук  
(2 000 на  
1 млн. человек)

Платежны  
е карты

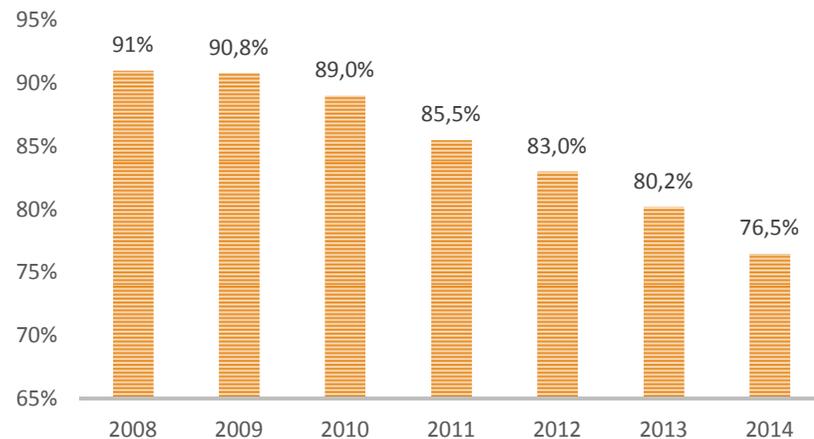
(1.5 карты на  
душу  
населения)

Предоплаченны  
е мобильные  
счета

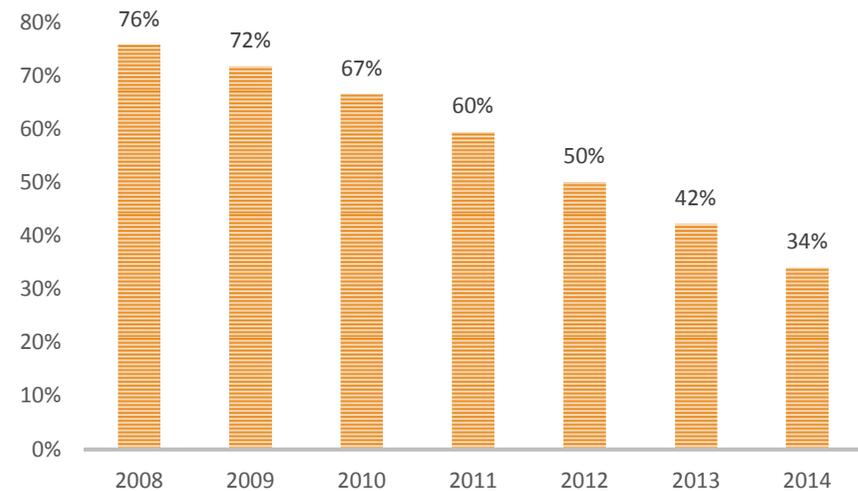
Около 20 млн  
клиентов

# Рынок платежных карт

ДОЛЯ СНЯТИЯ НАЛИЧНЫХ  
(В ОБЪЕМНОМ  
ОТНОШЕНИИ)



ДОЛЯ СНЯТИЯ НАЛИЧНЫХ  
(ПО ЧИСЛУ ОПЕРАЦИЙ)



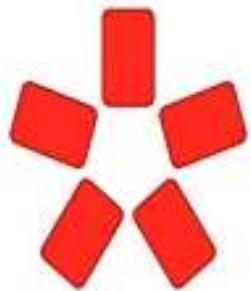
**Общий объем эмиссии карт: 227 млн. штук**

Снижение доли снятия наличных во многом обусловлено увеличением числа небольших платежей

# Рынок платежных карт

---

## Запуск НСПК:

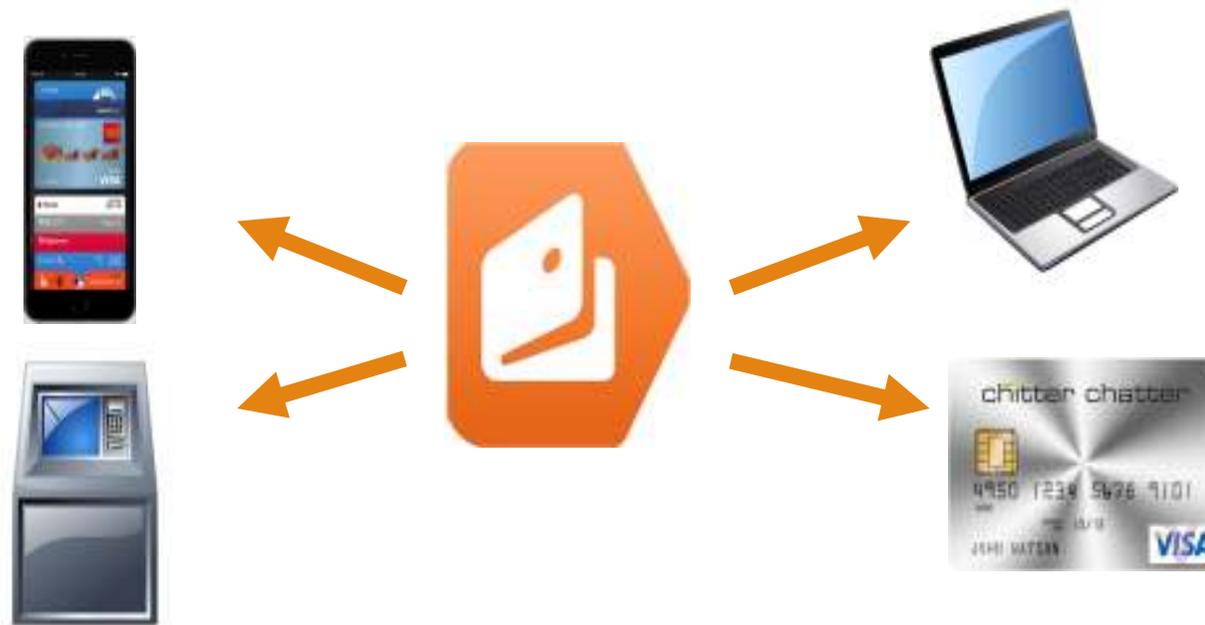


**НСПК**  
НАЦИОНАЛЬНАЯ  
СИСТЕМА  
ПЛАТЕЖНЫХ  
КАРТ

- Карты появятся почти у всех бюджетников и получателей государственных выплат
- Эквайринг карт во всех торговых точках, за исключением микропредприятий
- Вероятно, основной акцент будет сделан на ко-бейджинговых картах и картах с минимальной функциональностью

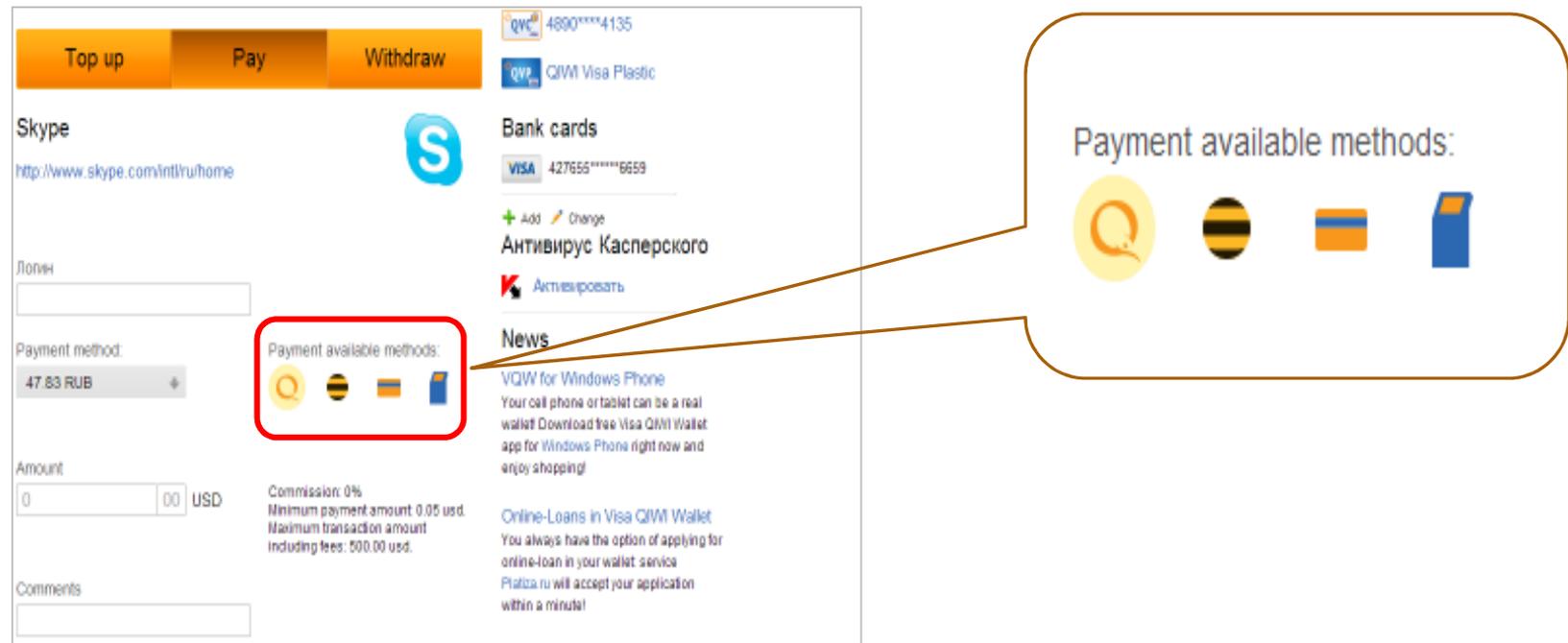
# Новые тенденции

---



Все платежные инструменты фактически  
распадаются на интерфейсы и источники  
фондирования

# Один интерфейс для разных источников фондирования



Через электронный кошелек можно заплатить с банковского счета, платежной карты, предоплаченного мобильного счета или наличными. Либо совершить прямой платеж.

# Один источник фондирования для разных интерфейсов

---



Доступ к электронному кошельку можно получить с ноутбука, телефона или с помощью предоплаченной карты

# Клиенты становятся индифферентны к платежному инструменту

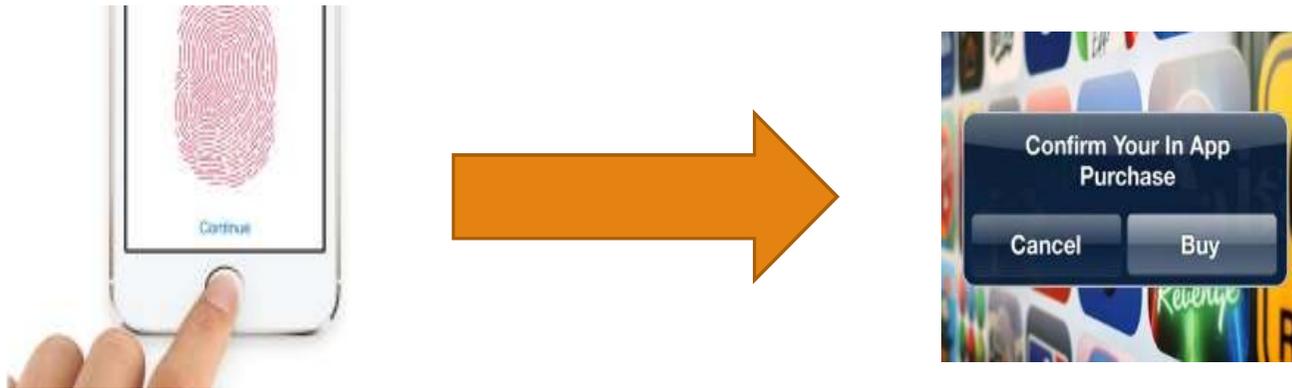
---

- Потребители платят «картой», а не «Визой» или 'MasterCard World'
- Скоро потребители будут «платить телефоном», а не картой
- Магазинам придется учитывать, что за экраном телефона может быть что угодно – банковский счет, карта, кошелек и т.д.



# Платежи внутри приложений

---



Максимально невидимый платеж со стандартной или биометрической аутентификацией

Смартфон = карта + POS-терминал + магазин

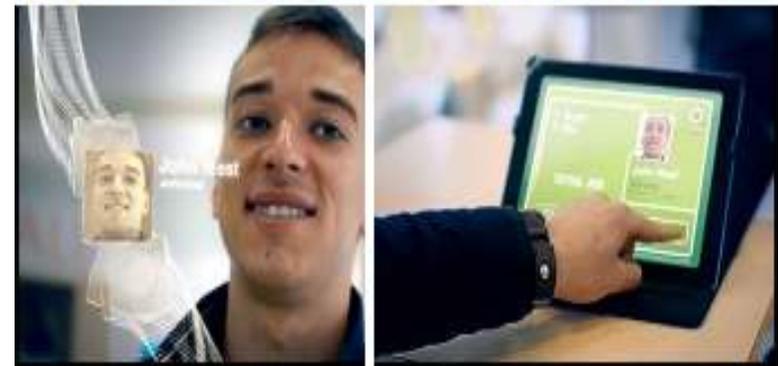
# Переориентация на торговые ТОЧКИ

Платежи постепенно будут становиться  
удобнее не только для потребителей,  
но и для магазинов

Например, технологии распознавания  
лица для авторизации платежа

Как упростить прием карт?  
(например, отказ от обязательной  
СВЯЗИ

POS-терминала и кассового аппарата)



©

Uniqul

# Последствия для магазинов

---

Клиенты любят делать покупки,  
но не любят совершать платежи

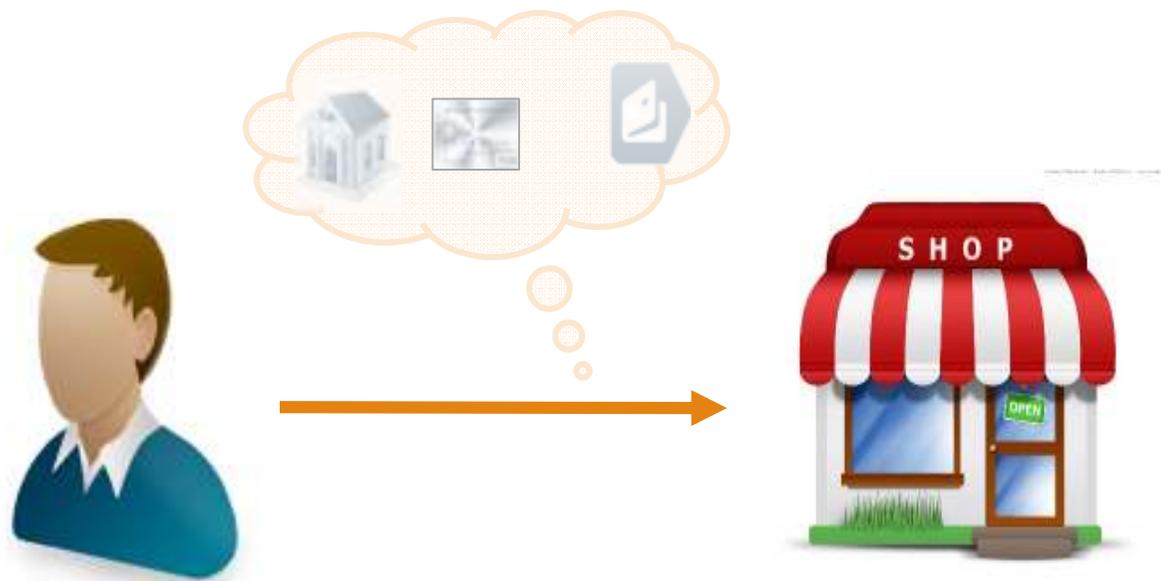


Механика платежа должна уходить на второй план – чем проще для потребителя, тем лучше

# Последствия для магазинов

---

Постепенно, платеж как отдельная процедура будет все менее заметен, а в перспективе – исчезнет вовсе



# Последствия для магазинов

---

Для магазинов долгое время первичным  
был платежный инструмент

*Вскоре этот подход будет неактуален: важно  
кто платит, а не чем платит*





Достов Виктор Леонидович  
Председатель Ассоциации «Электронные  
деньги»

8 (921) 963-8515  
Dostov@npaed.ru

---

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ В РОССИИ: ТЕКУЩАЯ  
СИТУАЦИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ  
КОММЕРЦИИ



Association  
of European  
Businesses

# Henning Stenhammar

**Avito**

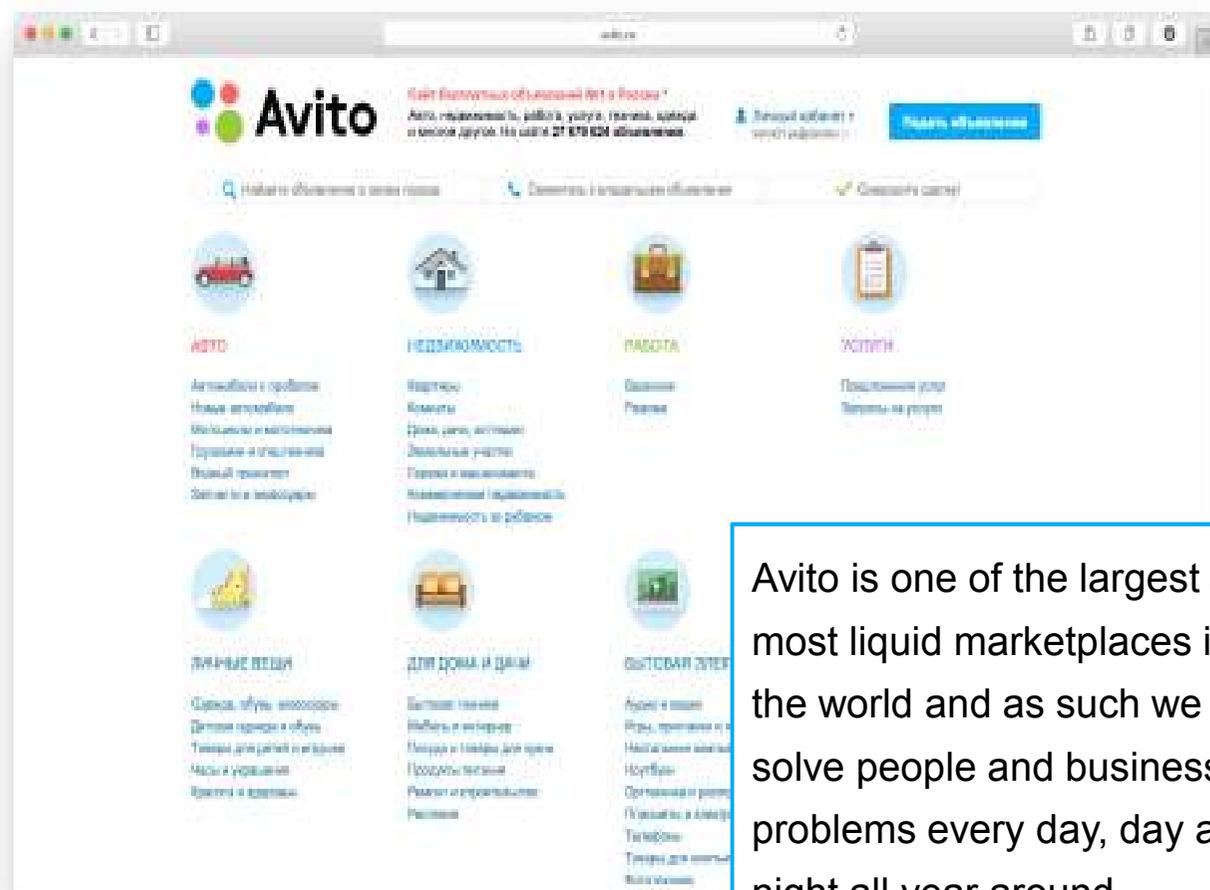




# e-com and Avito

## Henning Stenhammar

## The basics – what is Avito, why is it so popular?



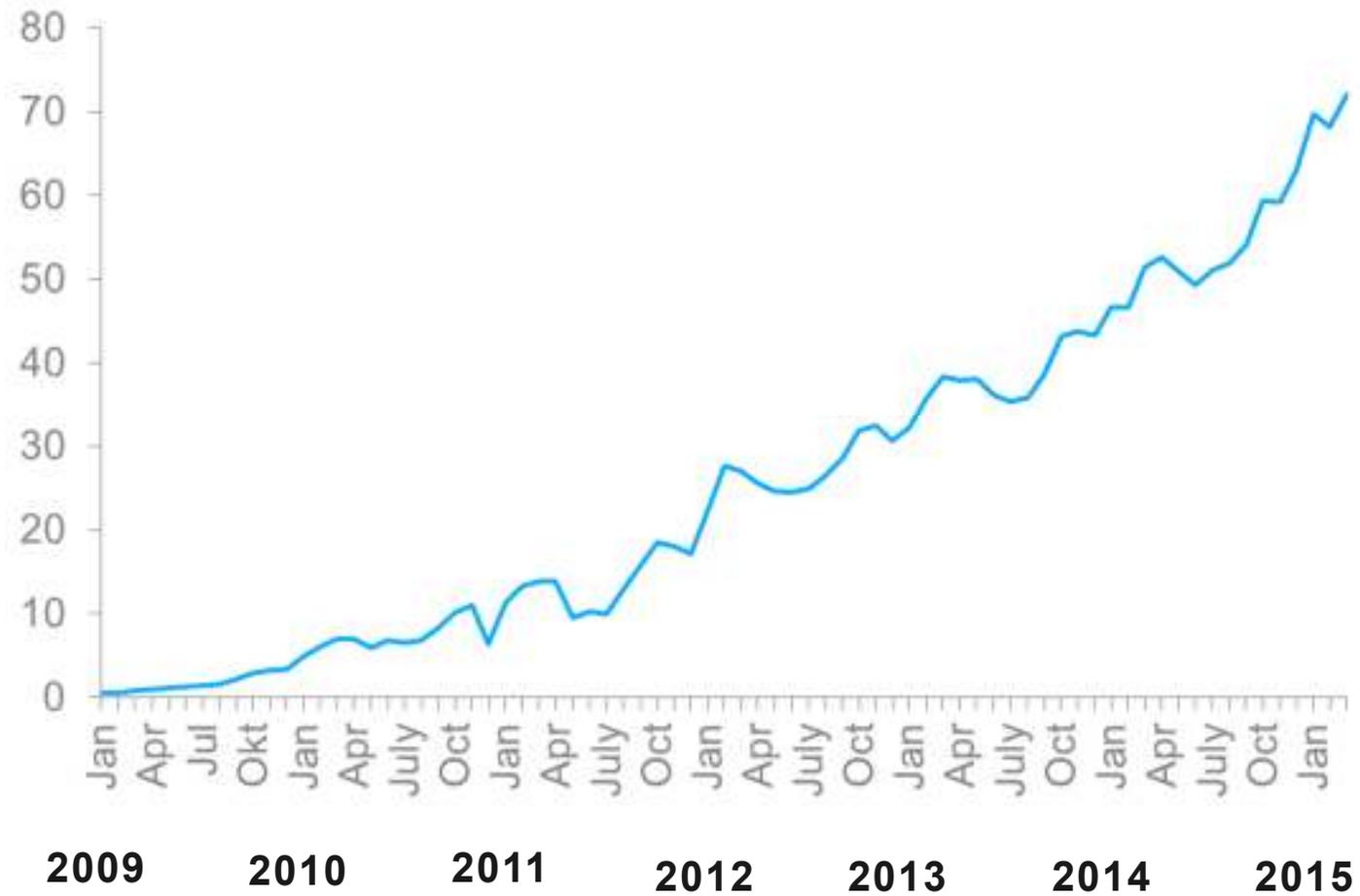
Avito is one of the largest and most liquid marketplaces in the world and as such we solve people and businesses problems every day, day and night all year around.

## 27 Million users per month

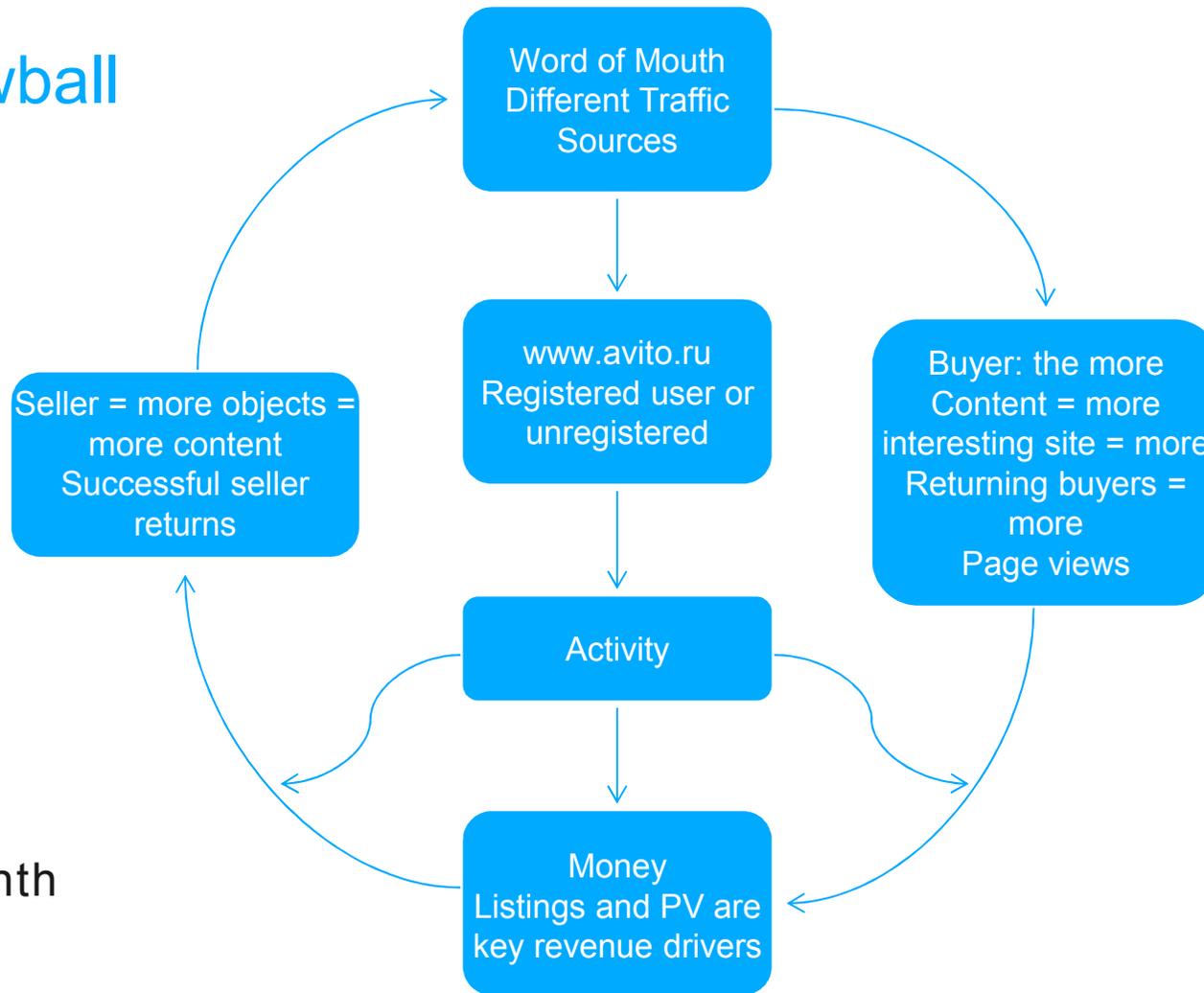
- 500 000 – 600 000 daily new adds are placed by approx. 300 000 sellers
- Buyers look at over 270M pages per day. Avito is among TOP-10 largest site in Russia based on page views
- Adds on the website range from baby clothes and old winter tires to the worlds most exclusive cars, houses and yachts.
- We are changing how average people make buying decisions in Russia
- We have more than 11M downloaded apps
- 45% of all our traffic comes from mobile

# Evolution of Avito

Monthly visitors / Million\*



# Avito snowball



Number of sessions:

500M per month

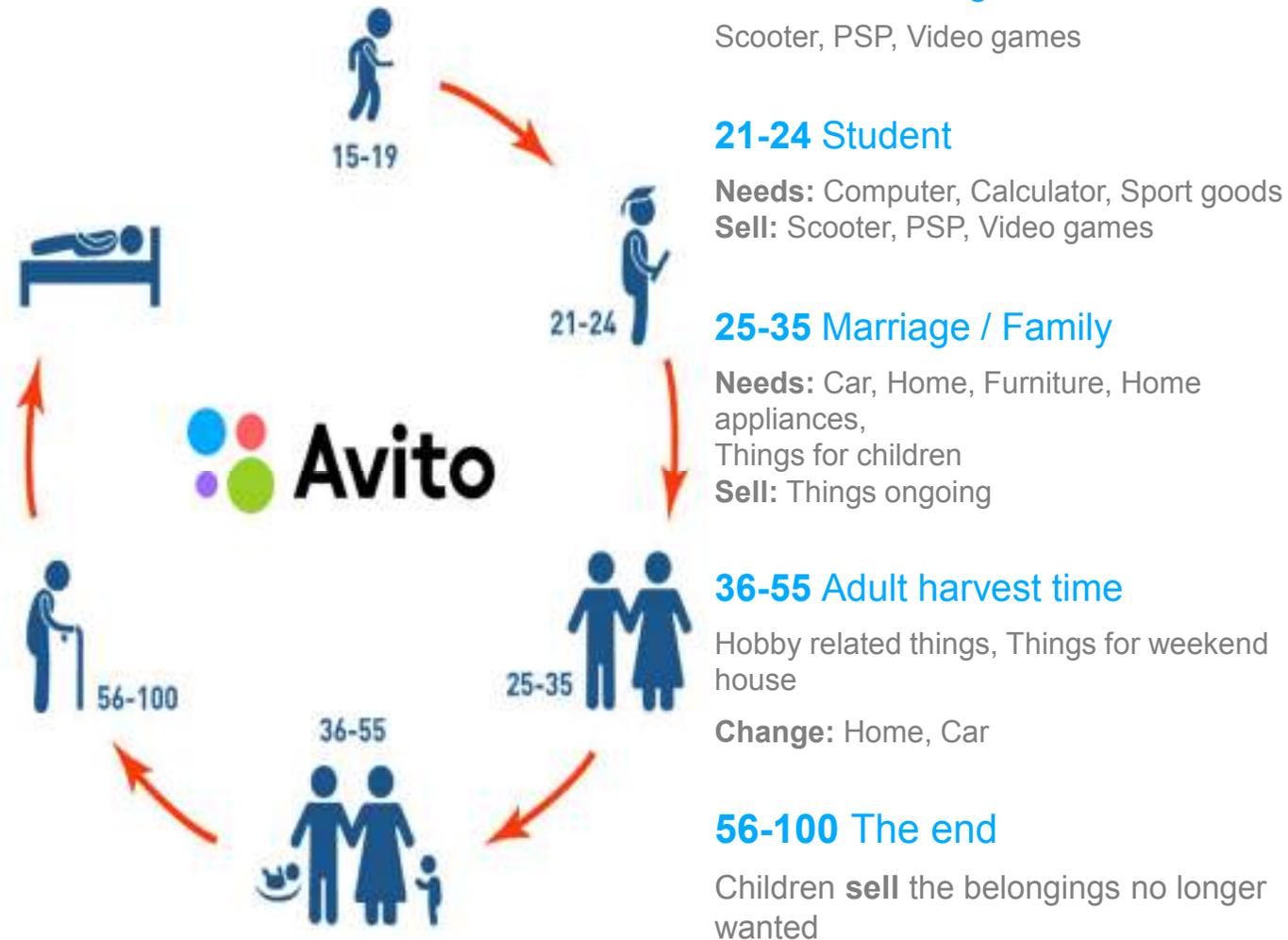
8,5B pages\*

# Our Mission



UNITE SELLERS AND  
BUYERS

# Avito is part of life



# The Jargon

**CPM**

Cost per Mille (1000) impressions

**CPC**

Cost per Click

**CPA**

Cost per Action

**CPO/CPS**

Cost per Order/Sale

# The Jargon

## RTB

Real Time Bidding is a part of programmatic. It enables buyers of impressions to bid in real time. RTB enables greater flexibility should a campaign prove to be ineffective, but does not enable them to guarantee placement for their clients.

## DSP

Demand Side Platform: Software tools that enable advertisers to automate media buying, optimization, and insights across several inventory sources in a controlled and transparent way

## Ad Exchange

Technology platform that aggregates inventory sources and helps facilitate automated auction buying

## SSP

Supply-side platform is a piece of software used to sell advertising in an automated fashion and helps publishers to sell unsold direct media ads

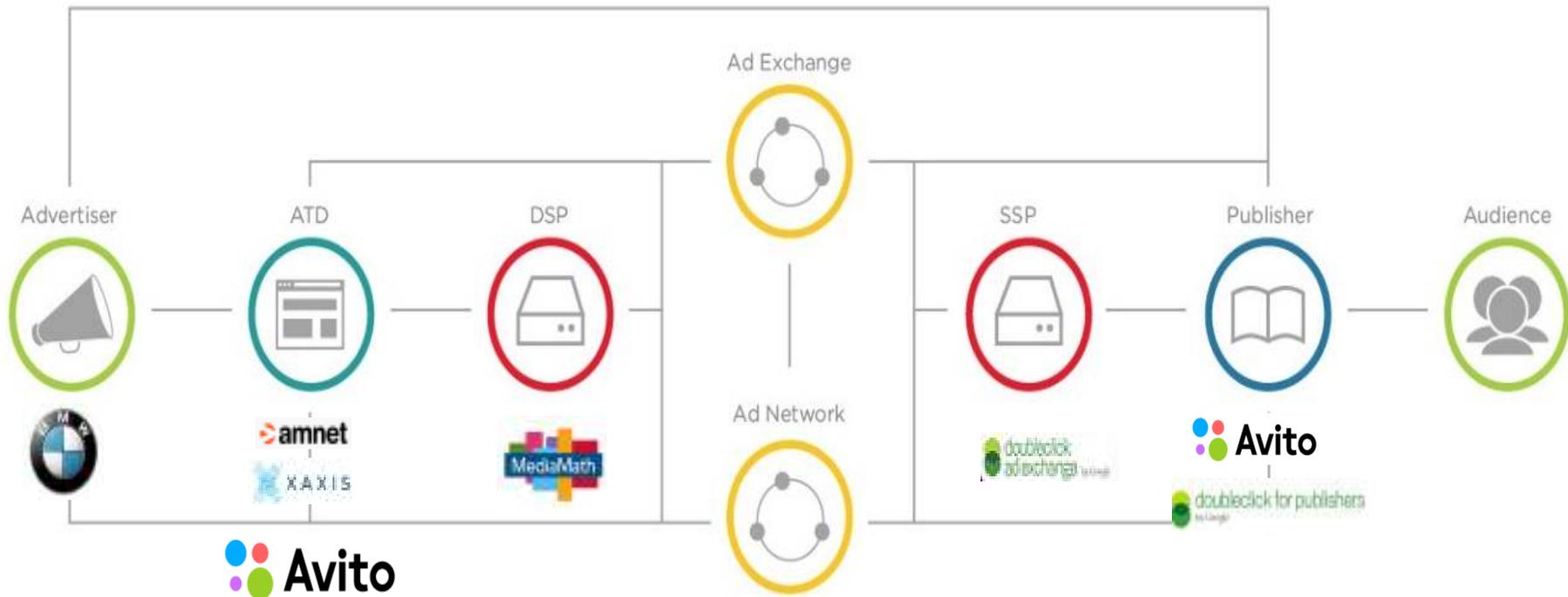
## ATD

Agency Trading Desk: How media agencies handle the acquisition of inventory from ad exchanges, often using one or more DSPs.

## DMP

Data Management Platform is a centralized system for collecting, integrating and managing large sets of structured and unstructured data from different sources

# Programmatic Ecosystem in Avito



Handles the acquisition of inventory from ad exchanges and on Avito, using DSP

Automates media buying, optimization and insights across several sources

Aggregates inventory sources and facilitates automated auction buying

Helps us to sell unsold direct media ads

# Revolutionary Movement

FROM BLIND  
INVENTORY  
BUYING

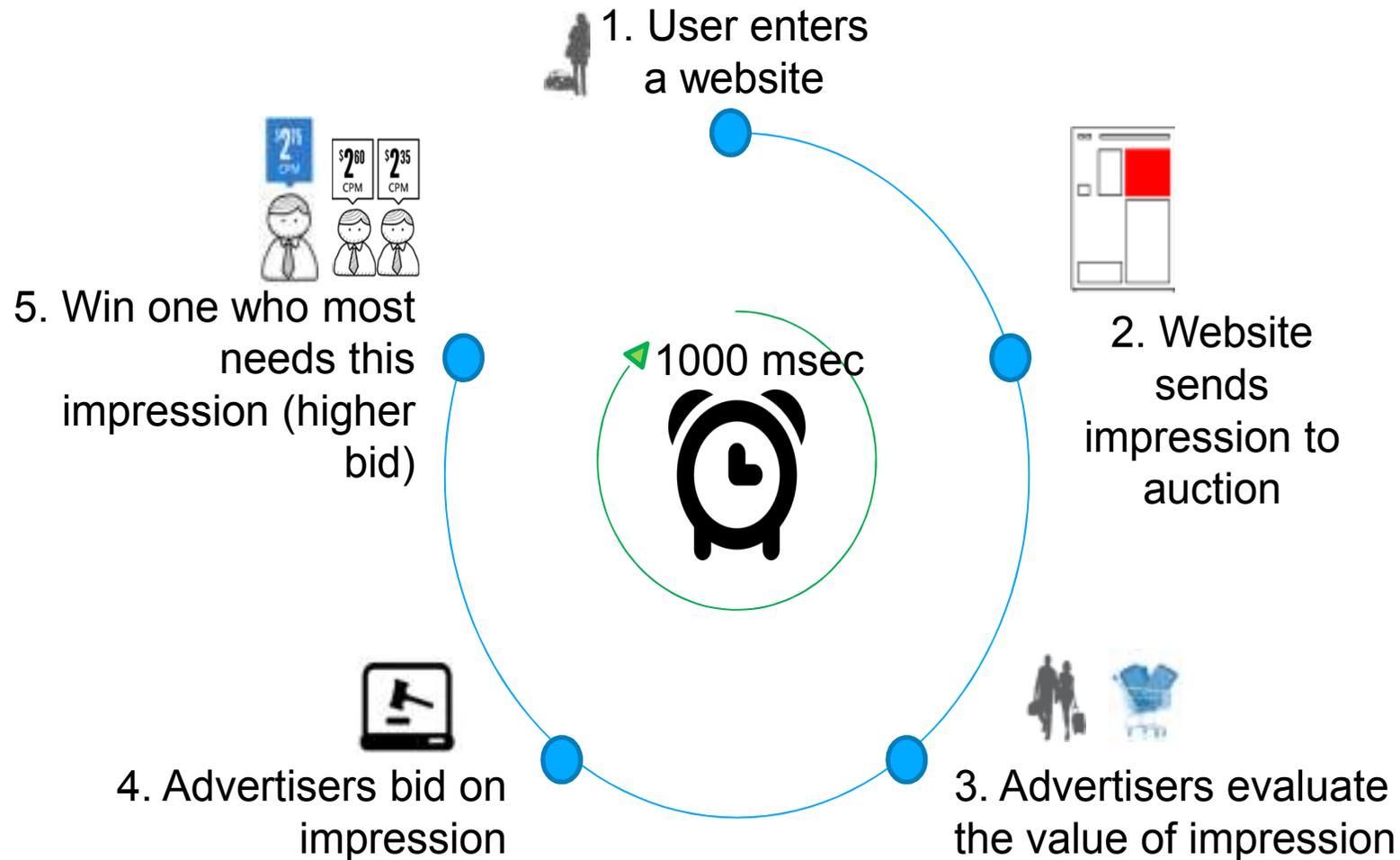
and media  
wastage...



TO  
GRANULAR  
AUDIENCE  
BUYING



# How Does RTB Work



# RTB: Three Components of Success



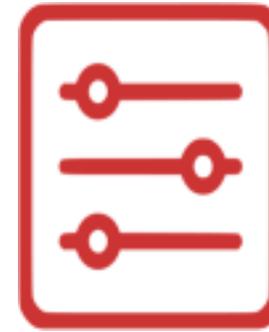
User insights  
(intentions and preferences)

Accuracy



Auction pricing  
(CPM)

Flexibility



Algorithm

Effectiveness

# Lots of Targeting Options Available



INTEREST



DEMOGRAPHIC



CATEGORIES



INTENTIONS



LOCATION  
(up to metro)



ISP,  
CONNECTION

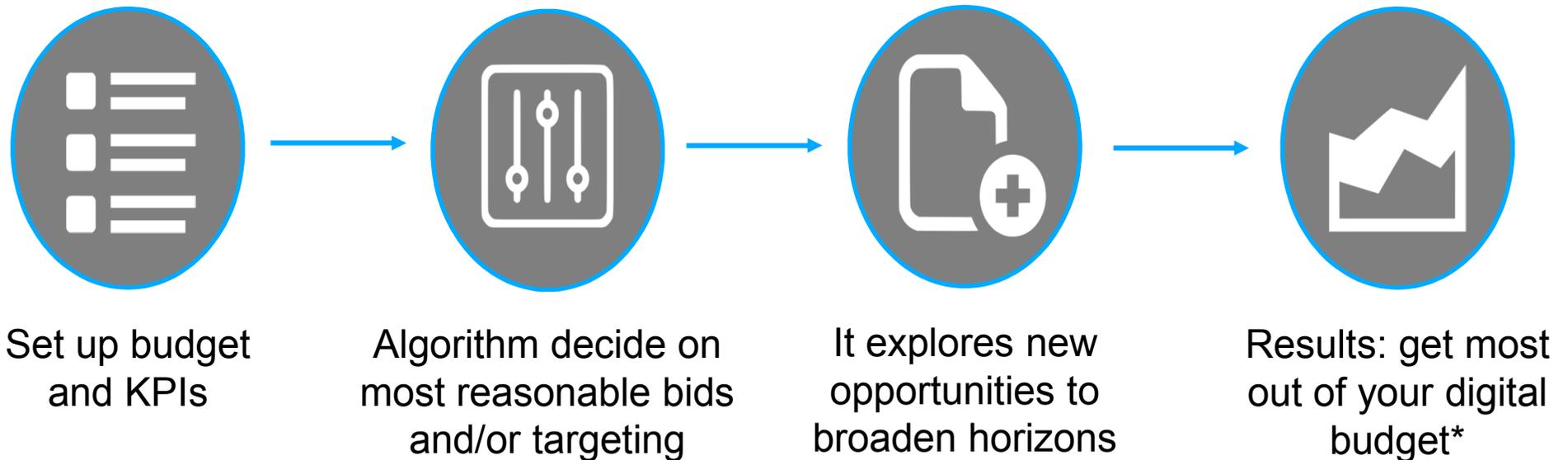


DEVICE,  
SCREEN



PREFERENCES

# Predictive Algorithm to Increase Effectiveness



\* Preliminary implemented tags are required

# Campaigns that hit right on targets

1. Analyze portrait of user and evaluate the value of impression



Woman 25-35

High income

Shop online

Apparel &

Accessories

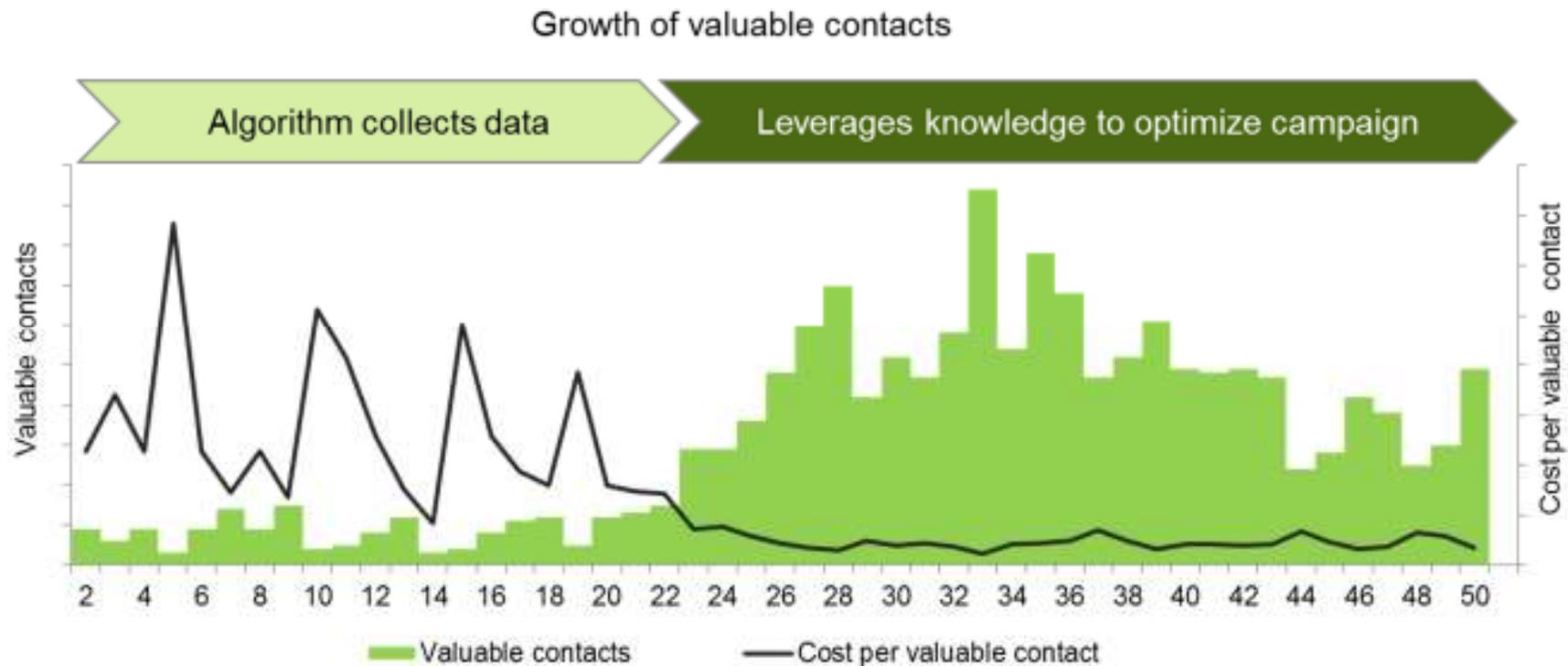
Periodically visits site



2. Decide on the reasonable CPM and best creative at the time of impression

# The longer period of campaign the higher results

It takes 2-3 weeks to collect sufficient data to further optimize campaign



\* Preliminary implemented tags are required

# How we improve performance of campaigns

Deep analysis of campaign performance

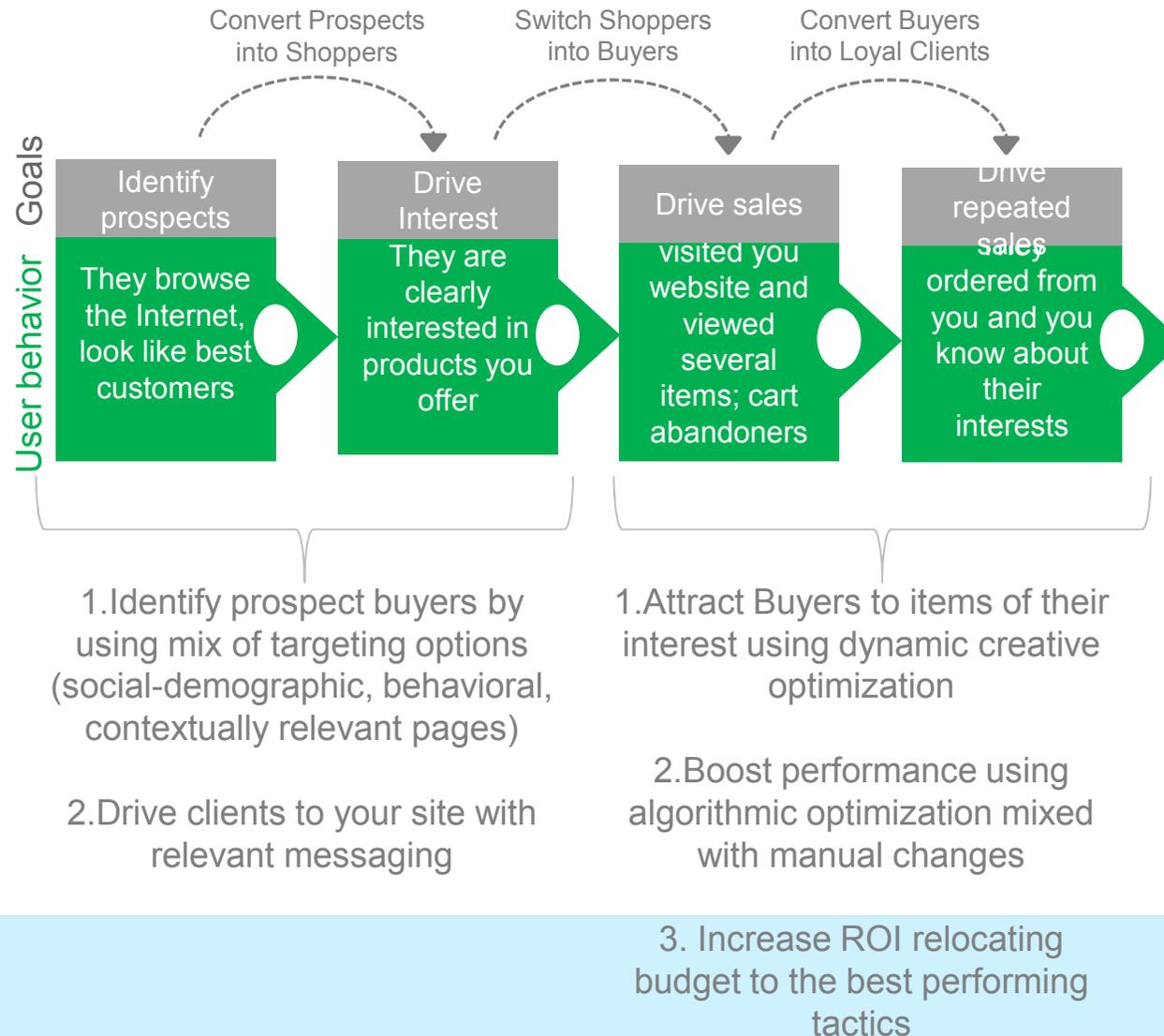


What we analyze:  
Sites (categories)  
Strategies  
Time, day  
Devices  
Banners

Using algorithmic and manual optimization

Relocating budgets to the best performing tactics and strategies

# Driving sales and revenues for E-commerce



# Offerings



## PREFERRED DEALS & PRIVATE AUCTIONS

Enables exclusive access to Avito inventory, enriched with our unique data on users intentions and preferences

Access via DSP of your preference

Client/Agency takes care of campaign

Reach Avito



## INDUSTRY SOLUTIONS (RTB)

Solutions designed to best meet clients goals with tailored mix of audience strategies on and off Avito

Developed and implemented by Avito

Full service on Avito side

**Reach Avito + Runet**

Thank you for  
your attention!



Association  
of European  
Businesses

# **Pavel Savitsky**

## **ATTORNEYS AT LAW BORENIUS RUSSIA**

**BORENIUS**

ATTORNEYS AT LAW

# Защита прав потребителей в электронной коммерции

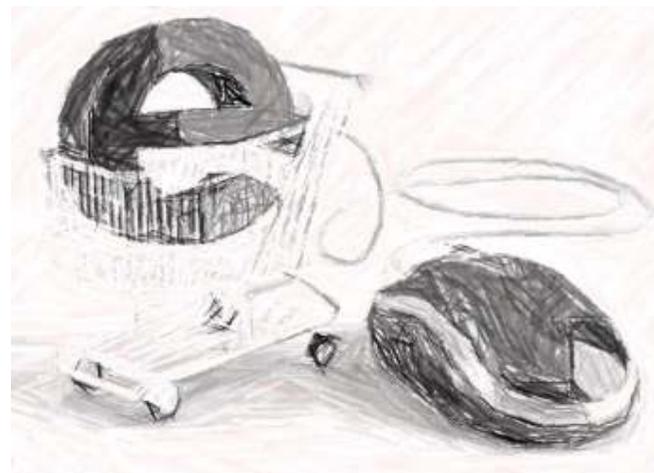
# ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РОССИИ

Гражданский кодекс

Закон «О защите прав потребителей»

Правила продажи товаров дистанционным способом

Закон «О персональных данных»



# ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. МОМЕНТ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА

- Право на информацию: до доставки товара и после доставки
- Право на отказ от товара надлежащего качества в течение 7 дней
- Если не было информации о сроках и условиях возврата, то возврат возможен в течение 3 месяцев
- Предложение товара к продаже на сайте с указанием цены товара является публичной офертой. Последствие: продавец обязан предоставить именно этот товар.
- Договор заключен с момента сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Последствие: продавец обязан выполнить все условия договора.



## ПРАВО НА ИНФОРМАЦИЮ

- Информация о праве потребителя на отказ от товара и порядке и сроках возврата товара после доставки, в том числе информация о порядке и сроках возврата покупателем уплаченной суммы
- Информация о сроке годности товара, месте его изготовления, сроке службы, гарантийном сроке
- Информация об основных потребительских свойствах товара
- Информация о других потребительских свойствах



# НАРУШЕНИЕ ПРАВА НА ИНФОРМАЦИЮ

1

Объем предоставляемой информации должен в точности соответствовать Правилам (п.8, п.9, п. 32 Правил)

2

Непредставление информации влечет ответственность даже если договор не заключен

3

Административная ответственность по ч. 1ст. 14.8 КоАП РФ

# УСЛОВИЯ ДОГОВОРА, УЩЕМЛЯЮЩИЕ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ

1

Не допускается включение в договор любых условий, ухудшающих права потребителей

2

Примеры из практики:

возврат только с оплатой 40% расходов продавца на исполнение договора  
неустойка за возврат товара надлежащего качества  
невозможность возврата товаров определенной стоимости  
ограничение ответственности продавца за качество товара.

3

Ответственность по ч. 2 ст. 14.8 КоАП РФ

# ПОДСУДНОСТЬ

1

МОГУ ПОЙТИ В СУД ТАМ ГДЕ Я ЖИВУ

2

НЕТ, ЭТО УСЛОВИЕ НЕ ИЗМЕНИТЬ

3

ДАЖЕ ЕСЛИ ИСК К ИНОСТРАННОМУ  
МАГАЗИНУ



## ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

- Продавец, запрашивающий данные покупателя при заключении договора, обязан принимать меры защиты
  - ФЗ «О персональных данных», п. 16 Правил
- В случае неисполнения обязанности
  - моральный вред, убытки потребителя
  - Административная ответственность

## КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



### **Павел Савицкий**

Советник

моб.тел.: +7 921 400 28 91

[Pavel.Savitsky@borenius.com](mailto:Pavel.Savitsky@borenius.com)

### **Юридическая фирма Борениус**

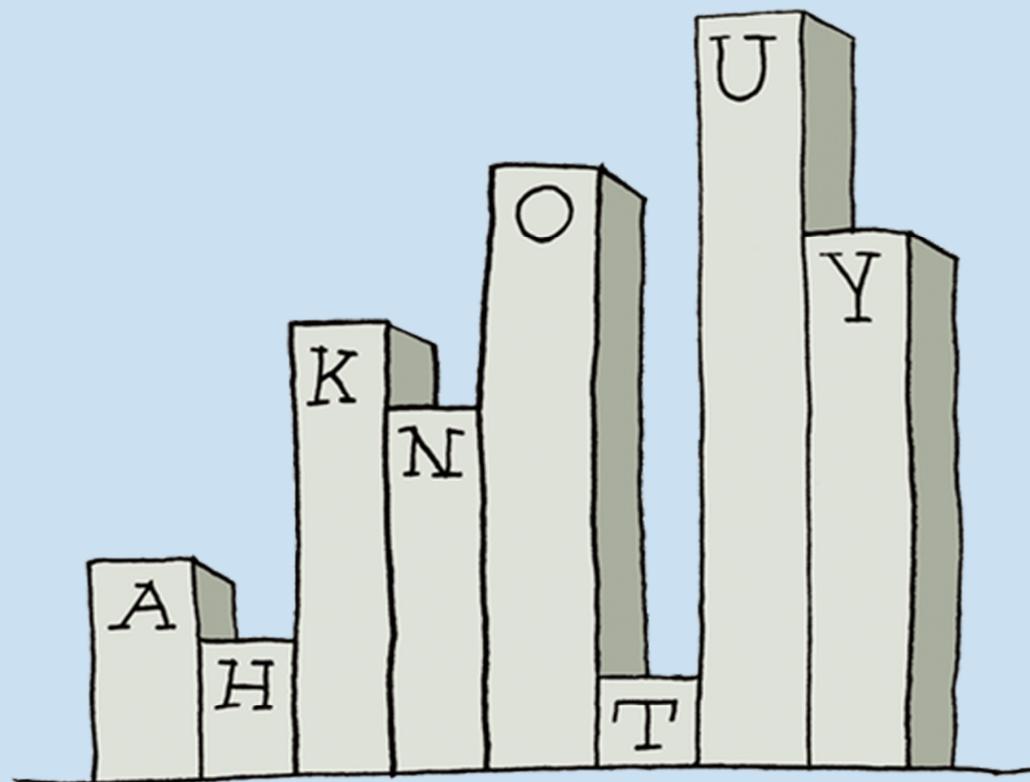
ул. Малая Конюшенная, 1/3 А, В33  
Санкт-Петербург, 191186, Россия

Офис +7 (812) 335 22 20

Факс +7 (812) 335 22 21

[inforussia@borenius.com](mailto:inforussia@borenius.com)

[www.borenius.com](http://www.borenius.com)



YET ANOTHER GOOD DAY TO DO SOMETHING IMPOSSIBLE



Association  
of European  
Businesses

# Taisiya Vorotilova

## Baker & McKenzie

# Порядок заключения договоров в Интернете

## Правовые аспекты

Таисия Воротилова, юрист  
«Бейкер и Макензи – Си-Ай-Эс, Лимитед»

Презентация для открытого мероприятия Северо-Западного  
Регионального Комитета АЕБ «Электронная торговля в России:  
текущая ситуация, вызовы и возможности»



Association  
of European  
Businesses

# Правила о порядке заключения договора и электронная коммерция

- Большинство договоров требуют письменной формы (b2c и b2b договоры)
- **При несоблюдении формы:**

Общее правило: факт заключения договора и его условия не могут подтверждаться свидетельскими показаниями; письменные и иные доказательства допустимы

В прямо предусмотренных законом случаях договор недействителен (кредитный договор, соглашение о неустойке)

- **Проблемы:**
  - сложности доказывания факта заключения договора и его условий
  - сложность идентификации контрагента в случае спора
  - неопределенность норм; отсутствие устоявшейся практики
  - консервативность судов общей юрисдикции

# Способы соблюдения письменной формы

- Подписание одного документа – не единственный способ

1.	составление одного документа, подписанного сторонами	может дополнять другие способы
2.	обмен документами (оферта и акцепт)	реализуем, риски неопределенности
3.	акцепт оферты конклюдентными действиями	наиболее прост в реализации, риски существуют

- Возможны различные схемы, в т.ч. комбинированные
- Выбор схемы должен основываться на бизнес-модели, характере и значимости рисков; требует взвешенных решений с учетом риск-менеджмента

# Схема 1: единый подписанный документ

- Единый документ может быть подписан клиентом в момент доставки
- Актуален для сферы «физической» продажи товара
- Наиболее веское доказательство заключения договора и его условий
- **Открытые вопросы и проблемы:**
  - соотношение с Правилами дистанционной продажи товаров
  - может породить неопределенность относительно момента возникновения обязательств (особенно в b2c секторе)
- Лучше использовать в смешанной модели:
  - договор заключается в момент получения письменного акцепта или в момент акцепта конклюдентными действиями
  - бумажные документы подписываются клиентом в момент доставки (подтверждение; договор; акт приема-передачи)

## Схема 2: обмен документами (1/2)

- Договор может быть заключен путем обмена электронными документами, если канал связи позволяет достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору
- Не исключает необходимости подписи для соблюдения формы сделки
- **Электронная подпись** может служить аналогом собственноручной подписи:

Усиленная электронная подпись, в т.ч.  
квалифицированная

Простая электронная  
подпись

- **Простая электронная подпись:**
  - коды, пароли, например, логин и пароль, одноразовые пароли
  - подтверждает факт формирования подписи определенным лицом
  - равнозначна собственноручной подписи при наличии соглашения участников электронного взаимодействия

**Форма соглашения подчиняется обычным правилам! На практике – бумажный документ с собственноручной подписью. Другие варианты?**

## Схема 2: обмен документами (2/2)

- Возможный вариант: **акцепт письменной оферты конклюдентными действиями:**



- Важно иметь доказательства заключения соглашения, иначе документы, подписанные электронной подписью недействительны

**Плюсы** • обеспечивает основу для долгосрочного взаимодействия с клиентом

**Минусы** • возможно консервативное толкование понятия “соглашение” (как бумажный документ, подписанный сторонами)  
• сложность доказывания существования соглашения

# Схема 3: акцепт оферты конклюдентными действиями

- Непосредственное заключение договора без соглашений об использовании электронной подписи

Шаг 1 **Размещение оферты в сети Интернет**

(конкретные условия + условия продажи)

Следует учитывать требования законодательства о защите прав потребителей о дистанционной продаже товаров

Шаг 2 **Доведение оферты до сведения клиента**

Важно постоянное существование процесса, обеспечивающего сохранение доказательств ознакомления с содержанием оферты

Шаг 3 **Сохранение доказательств акцепта**

(совершение действий, описанных в оферте и признаваемых акцептом, и сохранение доказательств их совершения)

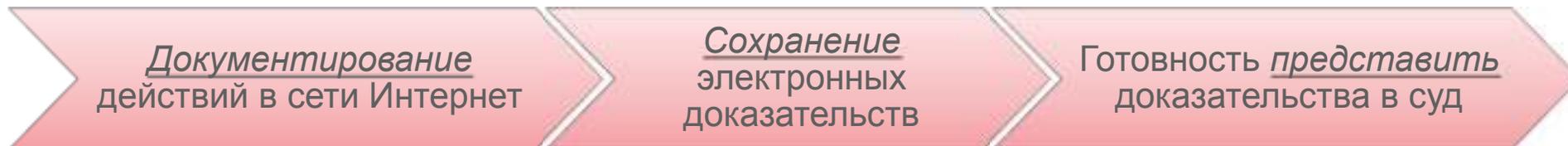
# Проблемы доказывания

- Документы, полученные по электронной связи, являются допустимыми письменными доказательствами, если:

**ГПК** • документ получен позволяющим установить достоверность документа способом

**АПК** • это предусмотрено законом, договором и т.д.; Закон об электронной подписи или ГК РФ?

- Суды до сих пор склонны подвергать сомнению электронные доказательства, но существует позитивный тренд
- Затруднение может вызвать сохранение доказательств и их представление в суд
- **Основные цели:**



# Доказательственная база

## – Письменные доказательства:

Доказательства  
оферты и ее  
содержания

- Если оферта размещена на сайте – обеспечение доказательств нотариусом (в т.ч. после предъявления иска – с 01.01.2015)
- Непосредственный осмотр содержания сайта судом
- Распечатка сайта, заверенная стороной (**риск недостоверности**)
- Интернет-архивы (?)

Доказательства  
акцепта

- электронные отчеты о каждом действии клиента
- доказательства отправки одноразовых паролей и их введения

Доказательства  
исполнения

- акты приема-передачи, подписанные в момент доставки
- информация об оплате

## – Иные доказательства:

- может потребоваться проведение экспертизы
- аудиозаписи (например, звонков в службу поддержки)
- объяснения сторон

# Процедура заключения договора онлайн и обработка персональных данных

# Сбор и обработка персональных данных клиента

Важно обеспечить правовое основание для обработки персональных данных:

Заключение и исполнение договора с клиентом или в интересах клиента	оператор ограничен целями договора
Достижение целей, предусмотренных законом (e.g. ПОД/ФТ)	требования закона должны толковаться буквально
Согласие клиента	максимальная свобода; оператор ограничен только фактическими целями обработки, заявленными в согласии
Иные основания	в большинстве случаев к бизнесу не применимы

# Согласие на обработку персональных данных (1/2)

- Согласие требуется, в частности, если оператор:
  - поручает обработку / передает ПДн третьим лицам (е.g. коллекторы, аутсорсеры, бизнес-партнеры, аффилированные лица)
  - публикует ПДн на сайте
  - обрабатывает биометрические ПДн (е.g. фото, видео, **если они используются для аутентификации клиента**)
  - передает ПДн в государства, не участвующие в Конвенции / не включенные в список Роскомнадзора
  - рассылает клиентам рекламу
  - принимает решения о заключении / изменении договора на основании исключительно автоматизированной обработки ПДн (е.g. автоматизированный скоринг)
- Рекомендуется всегда получать согласие клиента

# Согласие на обработку персональных данных (2/2)

**Общее правило:** получается в любой форме ("галочка", конклюдентные действия)

**Специальные случаи:** письменное согласие, т.е. повышенные требования к содержанию и использование ЭП (допустима простая ЭП)

**Важно:**

---

Согласие должно быть сознательным = клиент понимает, что он выражает согласие, совершая определенные действия на сайте

Бремя доказывания лежит на операторе

Согласие дается свободно, своей волей: включение согласия в текст оферты **vs.** предоставление клиенту возможности самостоятельно определить отдельные условия согласия

---

**Ответственность:**

- обработка без основания, нарушение формы или содержания согласия - **Роскомнадзор** (штраф по ст. 13.11 КоАП РФ)
- принуждение к предоставлению согласия - **Роспотребнадзор** (штраф по ч. 2 ст. 14.8 КоАП РФ)



# Спасибо!

Таисия Воротилова, юрист

«Бейкер и Макензи – Си-Ай-Эс, Лимитед»

Деловой комплекс VolloevCenter, 2-й этаж  
пер. Гривцова, д. 4А  
Санкт-Петербург, 190000, Россия

Тел: +7 812 303 9000

Тел: +7 812 325 8308

[Taisiya.Vorotilova@bakermckenzie.com](mailto:Taisiya.Vorotilova@bakermckenzie.com)

[www.bakermckenzie.com](http://www.bakermckenzie.com)

“Бейкер и Макензи - Си-Ай-Эс, Лимитед” входит в состав Baker & McKenzie International, организации, созданной в форме швейцарского объединения (Swiss Verein), состоящего из юридических фирм - участников объединения в разных странах мира. В соответствии с общепринятой терминологией, используемой компаниями в сфере профессиональных услуг, термин “партнер” означает лицо, имеющее статус партнера в такой юридической фирме или занимающее аналогичную должность. Термин “офис” или “представительство” означает, соответственно, офис такой юридической фирмы.

© 2015 Бейкер и Макензи – Си-Ай-Эс, Лимитед



Association  
of European  
Businesses

## AEB North-Western Regional Committee

**THANK YOU!**

**Address: Finlyandsky Prospekt 4a, 194044 St. Petersburg, Russian Federation**

**Tel.: +7 (812) 458 58 00, +7-911-012-6746**

**E-mail: [spb@aebrus.ru](mailto:spb@aebrus.ru)**

**[www.aebrus.ru](http://www.aebrus.ru)**