

Тенденции рынка одежды во II квартале 2010 года

Статья от 2.07.2010 с сайта <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1405608&NodesID=4>

В 2009 году впервые за шесть лет рынок одежного ритейла в России продемонстрировал падение объемов — на 8%, до $\hat{31,5}$ млрд, подсчитала Fashion Consulting Group (FCG). В 2010 году прирост может составить 3%, в последующие годы — до 12%, надеются ритейлеры.

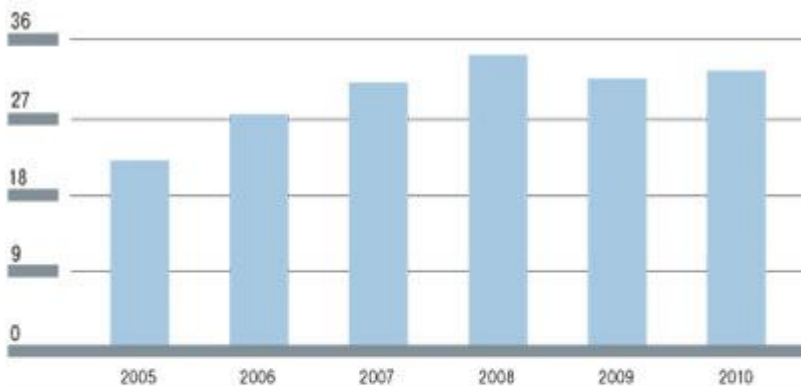
По итогам 2009 года в России оборот розничного рынка одежды в сравнении с 2008 годом сократился на 8% и составил около $\hat{31,5}$ млрд, подсчитала FCG. 58% продаж пришлось на женскую одежду — $\hat{18}$ млрд (в 2008 году — $\hat{19,5}$ млрд), 24% — на мужскую ($\hat{7,6}$ млрд против $\hat{8,2}$ млрд годом ранее), оставшиеся 18% — это детская одежда ($\hat{5,7}$ млрд и $\hat{6,2}$ млрд соответственно). С начала 2000-х годов снижение оборота рынка одежды произошло впервые, говорит гендиректор FCG Анна Лебсак-Клейманс. По ее словам, пик бурного роста пришелся на 2004-2006 годы, когда оборот рынка увеличивался ежегодно на 25%. В 2007 году из-за насыщения рынка темпы роста составили 15%, а в 2008-м — уже 10%, отмечает госпожа Лебсак-Клейманс.

По данным Росстата, в 2009 году меньше всего снизились обороты продуктового ритейла (включая продажи алкоголя и сигарет) — всего на 1,6%, до 7,103 трлн руб. (около $\hat{162}$ млрд по среднему курсу за 2009 год), а весь рынок розницы сократился на 4,9%, до 14,602 трлн руб. (около $\hat{333}$ млрд).

В отчете департамента консалтинга РБК рынок одежды ранжируется на три сегмента: на долю низкого ценового сегмента (\$45-50 за одно изделие) приходится 40%, на средний сегмент (\$50-150) — 45%, на премиальный (от \$150) — 15%. Больше всего пострадал премиальный сегмент, где обороты упали на 35-40%, что и привело к сокращению всего рынка, отмечают гендиректора сети Lo (35 магазинов) Татьяна Недзвецкая и "Модного континента" (сеть InCity) Александр Попов. "Обороты в премиум-сегменте упали не более чем на 20%", — настаивает коммерческий директор Crocus Group (Emanuel Ungaro, Nina Ricci и др.) Эмин Агаларов. Другие сегменты, напротив, росли в кризис. По данным господина Попова, продажи в низком ценовом сегменте выросли на 15%. В среднем сегменте объемы в Москве выросли на 20%, а в регионах наблюдалась рецессия, добавляет Татьяна Недзвецкая.

FCG прогнозирует, что по итогам 2010 года прирост всего рынка составит 3-3,5%. Эмин Агаларов считает, что премиум-сегмент вырастет на 15%. В масс-маркете изменения будут незначительными, считает госпожа Недзвецкая. В ближайшие три года рынок может расти максимум по 10% в год, отмечает Анна Лебсак-Клейманс. Татьяна Недзвецкая рассчитывает на рост в 12% в год.

ОБЪЕМ РЫНКА ОДЕЖДЫ В РОССИИ (€ МЛРД) ИСТОЧНИК: FASHION CONSULTING GROUP.



ГЛАВНЫЕ СТРАНЫ – ИМПОРТЕРЫ ТЕКСТИЛЯ И ТРИКОТАЖНОЙ ОДЕЖДЫ В РОССИЮ В 2009 ГОДУ (В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, %)

ИСТОЧНИК: FASHION CONSULTING GROUP.



1	КИТАЙ	41
2	ИТАЛИЯ	24
3	ТУРЦИЯ	4
4	ЛАТВИЯ	3
5	ПОЛЬША	3
6	ФРАНЦИЯ	2
7	УКРАИНА	2
8	ДРУГИЕ СТРАНЫ	21

латья. от 20.05.2010 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/18975/>

"Мэлон Фэшн Груп" планирует в 2010 году открыть в РФ и на Украине порядка 100 магазинов, сообщил журналистам генеральный директор компании Михаил Уржумцев.

В 2010 году компания уже открыла 18 магазинов. На 1 мая 2010 года под управлением компании находится 103 магазина Zarina, 123 магазина Befree и 60 магазинов Love Republic.

Компания "Мэлон Фэшн Груп" недавно приобрела права (мастерфраншизу) на представление и развитие в России торговых марок Springfield, Women Secret и Color&Beauty. В рамках сделки, которая была завершена 1 мая 2010 года, ритейлер приобрел 68 мест продаж в различных регионах России, находящихся на арендуемых площадях в торговых комплексах. Из них 22 магазина Springfield (15 собственные, 7 - по системе субфранчайзинга), 21 Women Secret (13 собственные, 8 - по системе субфранчайзинга), 25 Color&Beauty (12 собственные, 13 - по системе субфранчайзинга).

Благодаря покупке мастерфраншизы компания выходит на рынок Украины. Сумма сделки не разглашается, но, как отметил Уржумцев, "цена сделки адекватна ее потенциалу". По оценке "Мэлон Фэшн Груп", рынки одежного ритейла России и Украины смогут "впитать" до 200 магазинов под новыми брендами.

К концу 2010 года "Мэлон Фэшн Груп" планирует открыть порядка 25 магазинов Springfield и Women Secret (20 в России, 5 в Украине), 20 магазинов Color&Beauty (15 в России, 5 в Украине), 50 магазинов Zarina, Befree и Love Republic. Стоимость открытия одного объекта (кроме Color&Beauty) составляет порядка 100 тысяч

долларов.

Марки Springfield (мужская одежда), Women Secret (женское белье) принадлежат испанской компании Grupo Cortefie, Color&Beauty (аксессуары) - одноименной итальянской компании. В России магазины под этими марками ранее уже развивались по франчайзингу российскими торговыми компаниями. В частности, до "Мэлон Фэшн Груп" магазины Springfield и Women Secret развивала компания ООО "Чажма".

ОАО "Мэлон Фэшн Груп" (реорганизованное ЗАО "Первомайская Заря") создано 27 декабря 2005 года, и сегодня является одной из крупнейших компаний в индустрии моды России. Оборот компании в 2009 году составил 3,06 миллиарда рублей, показатель EBITDA - 7,1%, показатель чистой прибыли - 3,6%.

Статья от 19.05.2010 с сайта <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1371273&NodesID=4>

Американский одежный ритейлер Guess? Inc. сам займется развитием марки в России: до января 2011 года компания выкупит 26 партнерских магазинов в Москве и других городах у группы «ДжамильКо», которая была эксклюзивным дистрибутором и лицензиатом марки с 2005 года. Ставку на самостоятельное развитие в России делает уже второй партнер «ДжамильКо»: в феврале прошлого года LeviStrauss & Co выкупила контроль над российскими магазинами Levi's.

Вчера ритейлер Guess? Inc. объявил, что «консолидирует структуру российского бизнеса и с января 2011 года переведет все операции на себя». При этом компания «завершит соглашение с ООО ЛВБ («дочка» группы «ДжамильКо»), которое с 2005 года являлось эксклюзивным дистрибутором марок (Guess Jeans, Guess Accessories и Guess by Marciano) и владельцем российских магазинов Guess. Сейчас под управлением ЛВБ находится 26 магазинов в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре и других городах (с учетом субфранчайзинговых — 39 магазинов). «Мы благодарим «ДжамильКо» за ту крепкую основу, которую они создали для бренда Guess за последние пять лет. У нас есть стимул дальше развивать бизнес в России»,— приводятся в сообщении слова гендиректора Guess Пола Марчиано. Других подробностей Guess не раскрывает.

Гендиректор ЛВБ Винит Арора уточнил, что в конце 2010 года истекает контракт его компании с Guess?. Изначально перед ЛВБ стояла задача вывести бренд на российский рынок, объясняет он, отмечая, что данный этап сотрудничества между ритейлерами завершен. Источник, близкий к ЛВБ, уточнил, что до 2011 года ЛВБ должна «передать» все магазины Guess?. Вероятнее всего, речь идет о полной продаже розничного бизнеса партнеру, говорит собеседник "Ъ", при этом стороны могут продолжить сотрудничество уже «в новом формате». «Относительно планов коммерческого сотрудничества Guess? и ЛВБ после 2011 года, мы сообщим дополнительно»,— отметил господин Арора.

Выручку 26 магазинов Guess топ-менеджер одной из одежных сетей оценивает минимум в \$50 млн. Без учета долга бизнес сети может стоить около \$40 млн, считает он.

Guess? Inc. была основана в 1981 году. Штаб-квартира находится в Лос-Анджелесе. Насчитывает 1,2 тыс. магазинов по всему миру. В 2010 финансовом году, который закончился 30 января, выручка — \$2,13 млрд, чистая прибыль —

ГК «ДжамильКо» основана в 1988 году. Финансовые показатели не раскрываются. Эксклюзивный дистрибутор одежды люксовых марок Burberry, Chaumet, Hermes и др., демократичных — Guess, Timberland, Naf Naf и Chevignon. Управляет собственными магазинами в Москве, Петербурге, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Новосибирске и Самаре. Принадлежит семье Джамиль. Согласно данным «СПАРК-Интерфакса», выручка ООО ЛВБ в 2008 году — 2,922 млрд руб.

Guess? — уже второй партнер «ДжамильКо», решивший заняться самостоятельным развитием в России. В феврале прошлого года американская LeviStrauss & Co создала в России компанию Global Denim, куда «ДжамильКо» внесла открытые ею с 1998 года 32 монобрендовых магазина Levi's. Контроль в Global Denim получили американцы. Создание СП стало возможным после того, как истек срок контракта с «ДжамильКо». Сейчас российская группа отвечает в СП за поиск подходящих торговых точек и экспансию марки, а LeviStrauss & Co — за выработку общей стратегии и маркетинговой политики. Маловероятно, что сотрудничество с Guess? будет оформлено похожим образом, говорит сотрудник ЛВБ.

Дистрибуторы показали потенциал российского рынка, но эффективное развитие местного бизнеса возможно только при непосредственном участии владельцев брендов, уверен топ-менеджер одной из западных одежных сетей, работающих в России. Уже представлены в России напрямую испанская Inditex (с 2006 года), шведская H&M (с 2009-го) и японская Uniqlo (вышла на рынок в этом году), отмечает гендиректор Fashion Consulting Group (FCG) Анна Лебсак-Клейманс. FCG оценивает годовой оборот российского одежного рынка в $\hat{}$ 35 млрд. Он вряд ли вернется к докризисным темпам ежегодного прироста в 15%, но все же будет расти быстрее, чем в США и Европе, — на 5–7% в год против 3% и 1–2% соответственно, считает эксперт.

Статья от 18.05.2010 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/18851/>

Французский fashion-ритейлер Kiabi откроет свой первый в Москве магазин одежды для всей семьи в торговом центре «Гагаринский» на ул. Вавилова. Его площадь составит 1 700 кв. м.

Открытие ТРЦ «Гагаринский» запланировано на третий квартал 2010 г. Якорными арендаторами центра являются двухуровневый гипермаркет «Ашан», который займет площадь 24 000 кв. м. Он станет самым большим магазином сети не только в России, но и в Европе. Также в ТЦ откроется крупнейший в Москве супермаркет спортивных товаров «СпортМастер». Он также будет расположен на двух уровнях и займет 5 300 кв. м. Под магазин бытовой техники и электроники выделена площадь в 3 000 кв. м, арендатор пока не найден.

Торговая галерея представлена такими брендами как «Манго», Camaieu, Pere Jeans, Etam, Accessorize, Otto Berg, в детской зоне - Du Pareil au Meme, Early Learning Center Lego и многими другими. В центре также разместятся кофейни, фудкорт и несколько ресторанов.

Девелоперами ТРЦ «Гагаринский» являются компания «Ашан» и завод имени С. Орджоникидзе. Эксклюзивным агентом по сдаче в аренду является Jones Lang

LaSalle. Общая площадь ТРЦ составляет 200 000 кв. м, арендуемая площадь – 70 000 кв. м.

Справка:

Сеть Kiabi была основана во Франции в 1978 г. и сегодня является частью корпорации Mulliez Groupe, объединяющей множество известных и успешных концепций, таких как Auchan, Decathlon, Leroy Merlin и др. Kiabi на данный момент насчитывает более 400 магазинов во Франции, Испании, Италии и Румынии.

Статья от 5.04.2010 с сайта http://www.dp.ru/a/2010/04/05/HM_zanimaet_centр_Peterb

Шведская компания Hennes & Mauritz (H&M), имеющая около 2 тыс. магазинов одежды в 37 странах мира, заявила о планах открыть флагманский магазин в центре Петербурга, не уточнив, на какой улице и когда он появится.

H&M уже арендовала одно помещение на Невском проспекте — в строящемся торговом комплексе "Стокманн", но там магазин откроется только в ноябре этого года. Скорее всего, H&M постарается запустить свой флагманский магазин на Невском пр. до этого, считают в ASTERA St.Petersburg.

Пока в Петербурге работает один магазин H&M (его площадь — более 2,3 тыс. м²), открытый в комплексе "МЕГА Дыбенко".

Самый удачный формат для флагмана H&M — двух- или трехэтажный универмаг площадью от 1 тыс. до 4 тыс. м² на Невском пр., говорят в ASTERA. В компании подтверждают, что H&M ищет именно такое помещение.

Независимый эксперт по недвижимости Дмитрий Заер отмечает, что найти подобное помещение на Невском пр. H&M будет крайне сложно: "Они ищут то, чего нет. Большие помещения на Невском освобождаются редко". Так, помещения на Невском пр., 62, где раньше работал городской Дом книги, успел занять магазин испанской марки Zara — основной конкурент H&M.

Однако осенью этого года может освободиться помещение на Невском пр., 25, которое сейчас занимает "Стокманн". После запуска торгового центра финского концерна магазин "Стокманн" там больше работать не будет, рассказали в компании.

Продажи одежды в России в 2009 году упали всего на 3–5%. При этом средний ценовой сегмент просел меньше всего. Это дает уверенность H&M в том, что их товары будут пользоваться спросом.

Генеральный директор Ассоциации предприятий индустрии моды Мария Сморчкова отмечает, что марка H&M в Петербурге популярнее, чем в Москве: многие петербуржцы раньше ездили за одеждой H&M в Финляндию.

"В Петербурге H&M не нужно открывать много магазинов — туда все равно придут", — отмечает Мария Сморчкова.

Возможно, удачно выйти на российский рынок компании помогло ослабление конкуренции: многие мелкие точки и даже **сети** магазинов одежды в 2009 году закрылись. К примеру, летом перестала работать сеть британской одежды Yax!

По данным агентства "МаркетМастерс", объем рынка одежды в Петербурге в 2009 году составил \$4,5 млрд.

Статья от 27.12.2010 сайта <http://www.retailer.ru/item/id/28051/>

Компания Savage, год назад объявившая о начале ребрендинга, за 2010г. запустила восемь магазинов в новой концепции. Полностью завершить ребрендинг ритейлер рассчитывает не ранее 2013г.

16 декабря 2010 г. в ТРК «Атриум» открылся новый магазин Savage. Это восьмой объект в новой концепции и третий среди собственных объектов.

Ритейлер начал ребрендинг в конце 2009г. Изменения коснулись прежде всего, внутреннего пространства магазинов. В новом цветовом оформлении использованы медный и черный цвета, а также фотографии и инсталляции. В торговом зале создан так называемый центральный «зигзаг», разделяющая мужскую и женскую зону. «Зигзагообразный путь с расставленными определенным образом лайт-боксами призывает покупателя к исследованию пространства. Благодаря визуальному объединению входа и кассы (за счет медных элементов) торговое пространство воспринимается как единое целое, ведущее покупателя от входа к примерочной и кассе», - пояснила Татьяна Савина, директор по стратегическому маркетингу Savage.

В рамках ребрендинга из логотипа Savage была удалена снежинка — символ одежды для зимы. «Изменение логотипа связано с трансляцией аудитории принципа total look, то есть того, что мы расширили ассортимент производством легкой одежды», - отметила Татьяна Савина.

Всего в 2010г. ритейлер запустил в России 17 объектов, а также два в Казахстане (Астана, Костанай), один магазин в Украине (Харьков) и 1 в Белоруссии (Гомель). Среди них как собственные, так и франчайзинговые объекты. Количество закрытых объектов компания не разглашает.

В 2011г. Savage намерен запустить около 20 новых магазинов в городах России, Украины и Казахстана. Большая часть из них будет работать по франчайзингу. «Для всех открывающихся магазинов как собственных, так и франчайзинговых обязательным является новый формат», - подчеркнула Татьяна Савина. Инвестиции в ребрендинг компания не разглашает.

В компании считают возможным продолжение сотрудничества с Ксенией Собчак в 2011г., которая сейчас является в Savage экспертом по стилю, но также не исключает появление нового медийного лица марки.

Статья от 23.12.2010 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/27937/>

Немецкий ритейлер New Yorker, который с осени 2010 г. начал самостоятельно развивать в России сеть женской одежды Ann Christine, за год открыл пять магазинов.

Немецкая компания New Yorker S. H.K. Jeans GmbH в 2010г. открыла в России пять магазинов женской одежды Ann Christine. Свой второй бренд ритейлер, управляющий сетью New Yorker (44 объекта в России), начал самостоятельно развивать в России с осени 2010г.

До этого бренд Ann Christine в России представляла ГК «Рамо». Розничный оператор приобрел франшизу в 2008г., однако через год New Yorker выкупил ее обратно. «Сейчас в России представлена только собственная розница Ann Christine, франчайзинговых партнеров нет», сообщили в New Yorker S. H.K. Jeans GmbH.

Сейчас магазины под брендом Ann Christine работают в торговых центрах в Москве (ТЦ «Мега Белая дача»), Казани (ТЦ «Мега»), Омске (ТЦ «Мега») и Нижнем Новгороде (ТЦ «Мега») и в Санкт-

Петербурге (ТРК «Галерея»). На 2011г. ритейлер планирует как минимум два открытия — в Санкт-Петербурге (ТРЦ «Лето» и Уфе (ТЦ «Мега»). Более подробную информацию в компании обещали предоставить через неделю.

Справка:

New Yorker S. H.K. Jeans GmbH развивает сеть женской одежды Ann Christine с 2007г. На конец 2010г. сеть включает более 30 магазинов в Германии, Австрии, Хорватии, Польше, России, Словакии, Словении и Чехии.

Бренд рассчитан на молодых девушек. Ассортимент магазинов составляют собственные торговые марки Ann Christine, AC, AC Intimate, AC ocean и Ann Christine Accessoires.

Статья от 14.12.2010 с сайта <http://www.rian.ru/>

В России японская сеть магазинов одежды Uniqlo планирует весной будущего года запустить свой третий магазин. Предполагается, что это случится в марте, в столичном торгово-развлекательном центре "Афимолл Сити".

Будущий магазин разместится на площади более 1 тыс. квадратных метров.

Самый первый магазин сети на площади 1,2 тыс. квадратных метров был открыт 2 апреля этого года в торгово-развлекательном центре "Атриум". Второй магазин площадью в 1 тыс. квадратных метров начал свою работу 26 ноября в "Мега Белая Дача". Торговый центр "Афимолл Сити" должен вот-вот открыться. На полную мощность он начнет работать как раз к марту будущего года. В этом комплексе будет более 395 магазинов. В их числе и H&M, Marks&Sp