

Pro-новости fashion–ритейла в новой экономической реальности (29.04.24–05.05.24)

Выпуск 267

**СДЭК: россияне стали чаще заказывать товары
для спорта из-за рубежа**

В России выросли продажи новых марок одежды и обуви

Спрос на аренду складов вырос на 20% за год

2024 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Открытия

Street Beat открыл новый магазин в Санкт-Петербурге

Сеть Street Beat открыла новое торговое пространство в Московском районе Санкт-Петербурга, в ТРК «Питер Радуга». Площадь магазина - 430 квадратных метров. Его открытие — часть стратегии бренда по расширению присутствия в больших городах.

Street Beat — сеть мультибрендовых магазинов, где представлена обувь, одежда и аксессуары спортивных и лайфстайл брендов, а также собственная торговая марка — StreetBeat. В этом году бренду исполняется 10 лет.

Familia откроет второй магазин во Владимире

25 мая федеральный ритейлер Familia откроет новый магазин площадью 885 квадратных метров в торгово-развлекательном центре «Черемушки» во Владимире.

В магазине будет представлено более 25 000 наименований товаров, включая одежду, обувь, аксессуары и товары для дома мировых и российских брендов.

В российских регионах в 2024 году начнут работу магазины «Петербургского дизайна»

Проект «Петербургский дизайн» расширит географию присутствия — магазины одежды проекта выйдут в другие регионы страны, заявил на заседании городского правительства председатель Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле (КППИТ) Кирилл Соловейчик.

В регионы планируют заходить через компании, которые имеют свои торговые центры в городах-миллионниках

Gate31 открыл флагман в «Метрополисе»

27 апреля бренд одежды из Петербурга Gate31 открыл флагманское пространство в Москве. Оно расположилось в ТРЦ «Метрополис» на площади 260 кв. метров. Как рассказали в компании, интерьер флагмана продолжает историю самого первого магазина Gate31 в новой концепции, который расположен на Большой Дмитровке. «Аэропорты, полеты, путешествия — эстетика вне времени, которая органично интегрировалась в ДНК бренда, и стала основой как для всех архитектурных решений магазинов, так и для конструкторских разработок Gate31», — отмечается в пресс-релизе марки.

Закрываются

Hugo Boss объявил о закрытии магазинов в России

Немецкий производитель одежды Hugo Boss окончательно намерен уйти из России. Об этом сообщает РИА Новости.

Компания достигла договоренности о продаже своего российского подразделения сети «Стокманн».

Интернет-торговля

СДЭК: россияне стали чаще заказывать товары для спорта из-за рубежа

За последний год люди стали на 16% чаще заказывать БАДы и спортивные товары из-за рубежа — такими результатами аналитики поделился сервис CDEK.Shopping.

Результаты последних опросов сервиса показали, что россияне стали больше внимания уделять своему здоровью.

Российский бренд женской одежды DV запустил онлайн-магазин в ОАЭ

DV, бренд женской одежды премиального сегмента, созданный дизайнером Дарьей Васильевой в 2023 году, начал работать в ОАЭ. Марка, на сегодняшний день развивающая фирменный бутик в Москве и русскоязычный онлайн-магазин, запустила интернет-платформу в Дубае.

Финансы

Британская компания Asos столкнулась с падением продаж на 18%

После того, как убытки ритейлера Asos за первое полугодие увеличились, а продажи упали почти на пятую часть, руководство компании сообщило о готовности принять «необходимые меры», чтобы улучшить сложившееся положение, пишет The Guardian.

LVMH может продать бренд Marc Jacobs

Французский холдинг LVMH (Moët Hennessy — Louis Vuitton) изучает вариант продажи 80% доли в бренде Marc Jacobs, пишет РБК со ссылкой на Bloomberg.

По словам агентства, модный дом начал работать с консультантами и изучать возможность продажи Marc Jacobs после предложения от потенциальных покупателей. Пока его рассмотрение находится на ранней стадии, LVMH не приняла окончательного решения о продаже.

В России выросли продажи новых марок одежды и обуви

Продажи новых марок одежды и обуви в 2023 году выросли на 10–15% относительно предыдущего года, а спрос на товары в этой категории в целом увеличился на 11%, пишет «Прайм» со ссылкой на аналитиков «Чек Индекса».

«Чек Индекс»: Продажи новых марок одежды и обуви выросли за год в России на 10%

Продажи новых марок одежды и обуви выросли в России в 2023 году на 10-15 проц относительно предшествующего года, а спрос на товары в этой категории в целом увеличился на 11 проц, подсчитали для РИА Новости аналитики ресурса "Чек Индекс".

От дистрибутора бренда Gerry Weber в России требуют ₽1 млрд

Компания «ЛиМ Холдинг», через которую свою продукцию в Россию поставляет немецкий производитель женской одежды Gerry Weber, в апреле 2024 года подала 17 исков на общую сумму 952,5 млн руб. к «Виталити ретейл», «Стефанель ретейл», «Софт спайси», обнаружил "Ъ" в картотеке Арбитражного суда Москвы. Самый крупный иск на 540,6 млн руб. истец подал к «Виталити ретейл»: он касается взыскания стоимости невозвращенного товара и процентов по оплате.

По данным СПАРК, все три ответчика связаны с дистрибутором Smart Casual, управляющей компанией которого указано ООО «Смарткэжуал».

Ozon в I квартале нарастил оборот от продаж и услуг на 88%

За первый квартал 2024 года оборот от продаж (GMV, включая услуги) онлайн-магазина Ozon вырос на 88 проц по сравнению с тем же периодом прошлого года. Показатель превысил 570 млрд руб., сообщили в компании.

По данным отчета, выручка Ozon в I квартале выросла на 32 проц до 122,9 млрд руб. По итогам квартала онлайн-магазин получил убыток в 13 млрд руб. против прошлогодней прибыли в первом квартале в 10,7 млрд руб.

Годовая чистая прибыль Henderson выросла на 28%

Ритейлер мужской одежды и обуви в РФ Henderson (ПАО "Хэндерсон Фэшн Групп") по итогам 2023 года увеличил EBITDA на 36 проц - до 6,6 млрд рублей, говорится в отчете компании по МСФО.

Adidas зафиксировал рост везде, кроме Северной Америки

В конце апреля немецкая спортивная группа Adidas сообщила о том, что вернулась к росту в начале 2024 года после снижения продаж в 2023 году. Конкурент Nike и Puma выиграл от устойчивого спроса на обувь. В Европе особенно хорошо были приняты ретро-модели, такие как Samba и Gazelle. Adidas смог вырасти практически во всех регионах — за исключением Северной Америки, где по-прежнему сосредоточены большие товарные запасы.

Производство

Производители мехов ждут глобального дефицита сырья

Мировое производство меха пушных зверей сокращается, сообщил «Интерфаксу» президент Российского пушно-мехового союза Сергей Столбов на выставке пушно-меховой, кожаной и легкой промышленности «Мягкое золото России» в Пятигорске.

Marc Jacobs перестанет использовать кожу рептилий и страусов

Информация появилась на сайте зоозащитной организации PETA

Marc Jacobs больше не будет использовать кожу рептилий и страусов в своих коллекциях. Информация появилась на сайте зоозащитной организации PETA.

Логистика

Спрос на аренду складов вырос на 20% за год

Аналитики «Авито Недвижимости» изучили, как изменился рынок продажи и аренды складских помещений по сравнению с апрелем 2023 г.

В сегменте продажи складов за год предложение в среднем по России выросло на 1%. Количество доступных для приобретения складских помещений увеличилось в 18 из 36 регионов, участвовавших в исследовании.

«Яндекс Маркет» планирует открыть до 5 тыс. новых ПВЗ в 2024 году

Как пишет Forbes, в 2024 году «Яндекс Маркет» планирует открыть от 3 тыс. до 5 тыс. новых пунктов выдачи заказов (ПВЗ). Точное число будет зависеть от роста рынка и динамики развития сервиса. Новые ПВЗ будут появляться преимущественно в тех регионах, которые нам интересны.

В Забайкальском крае реконструируют современный логистический комплекс

К июлю 2024 года в Чите будет усовершенствован единственный современный складской комплекс общей площадью 60 000 кв. м.

Об этом сообщили представители компании IBC Global. Общий объем инвестиций в реконструкцию объекта составит более 2,5 млрд рублей. Арендные ставки составят 8 000 рублей/кв. м в год для складов и 9 000 рублей/кв. м для офисов.

Лица

Дарья Самкович вновь получила контроль над I Am Studio

Олег Воронин, сооснователь российского бренда одежды I Am Studio, по итогу прошлого года зафиксировавшего убыток в 12,6 млн рублей, продал компанию своей бывшей жене и партнеру по бизнесу Дарье Самкович, пишет Forbes. Сумма продажи не разглашается. В периметр сделки вошли товарный знак, онлайн-магазин, офлайн-магазины и другие активы.

Другое

Street Beat планирует довести долю СТМ до 30% от общих продаж

Продажи кроссовок под собственной торговой маркой ритейлер запустил в октябре 2023 года. О планах сети расширить ассортимент СТМ, выходить на маркетплейсы и повышать узнаваемость бренда, на форуме Russian Retail Show рассказала Елена Боровикова, вице-президент Inventive Retail Group по спортивным товарам.

Доля свободных площадей в ТЦ Москвы к лету может сократиться до 6%

Доля свободных площадей в торговых центрах Москвы к лету 2024 года может сократиться до 6 проц, вернувшись к уровню 2019 года, прогнозирует NF Group. Там оценивают показатель по итогам первого квартала в 8,3 проц. О возврате доли вакантности к докризисному уровню говорит и руководитель департамента продаж РАД Григорий Начинкин: «В топовых локациях свободны не более 5 проц площадей».

Zara возобновила работу в Венесуэле

Совместно с партнером Grupo Futura Zara вернулась на рынок Венесуэлы, пишет Buro 24/7 со ссылкой на BOF. Испанский ритейлер Inditex возобновил бизнес, открыв магазин бренда по договору франчайзинга.

Влад А4 запустит сеть магазинов под собственным брендом

Популярный блогер Влад А4 запускает сеть магазинов под собственным брендом, пишут "Ведомости".

Как рассказала гендиректор "А4 магазина" Надежда Журина, ассортимент там очень разнообразный, в сети будут представлены лицензионная продукция блогера и товары его собственного производства.

В Москве и Санкт-Петербурге снизилась доля свободных площадей в ТЦ

В первом квартале 2024 года вакантность в торговых центрах в Москве сократилась на 2,4 процентных пункта (п.п.) по сравнению с четвертым кварталом 2023 года, до 7,6 проц, в

Санкт-Петербурге — на 0,1 п.п., до 6,2 проц, пишет «Коммерсант» со ссылкой на данные РАД.

UGG теперь поддерживает регенеративное сельское хозяйство на площади 1 млн акров

В конце апреля калифорнийский лайфстайл-бренд UGG, входящий в портфель Deckers Brands, сообщил о достижении важного этапа на пути к устойчивости — теперь лейбл поддерживает регенеративное сельское хозяйство на площади в 1 млн акров на территории 80 ферм в Австралии.

ПОЛНЫЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Открытия

Street Beat открыл новый магазин в Санкт-Петербурге

Сеть Street Beat открыла новое торговое пространство в Московском районе Санкт-Петербурга, в ТРК «Питер Радуга». Площадь магазина - 430 квадратных метров. Его открытие — часть стратегии бренда по расширению присутствия в больших городах.

Street Beat — сеть мультибрендовых магазинов, где представлена обувь, одежда и аксессуары спортивных и лайфстайл брендов, а также собственная торговая марка — StreetBeat. В этом году бренду исполняется 10 лет. Запланирована серия событий и коллабораций с популярными брендами. Её откроет монумент уличному искусству на Севкабеле, который простоит с конца апреля по июнь. В юбилейный год бренд также продолжает расти и расширяет географию покрытия в регионах.

Магазин оформлен в фирменном стиле Street Beat, с использованием техники граффити-бомбинга. Это стиль быстрого нанесения рисунка или фраз на любую поверхность. Стиль выбран не случайно — с момента открытия бренд вдохновляется стрит-артом и поддерживает свободные арт-объединения и художников. Дизайн пространства принадлежит ZUK Club — давним партнерам бренда. Коллектив помог оформить много магазинов, в том числе пространство в Москве в Кузьминках, магазин в Казани и Иркутске.

В 2024 году сеть продолжит наращивать присутствие в крупных городах. За первые месяцы открылось 4 магазина и запланировано открытие еще 4 точек до конца июня. Всего в Санкт-Петербурге работает 12 магазинов

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/street-beat-otkryl-novyy-magazin-v-sankt-peterburge/2024050336434>

Familia откроет второй магазин во Владимире

25 мая федеральный ритейлер Familia откроет новый магазин площадью 885 квадратных метров в торгово-развлекательном центре «Черемушки» во Владимире.

В магазине будет представлено более 25 000 наименований товаров, включая одежду, обувь, аксессуары и товары для дома мировых и российских брендов.

В составе арендаторов малого ТЦ "Черемушки" высокая доля представленности федеральных брендов, но главными якорями проекта являются операторы четырех сегментов – продуктовый супермаркет СПАР, супермаркет одежды СИН, супермаркет бытовой техники и электроники DNS и "Детский Мир".

Еще один магазин Familia уже работает во владимирском ЦУМе «Валентина». За организацию сделки отвечала компания LCM Consulting.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/familia-otkroet-vtoroy-magazin-vo-vladimire/2024050236433>

В российских регионах в 2024 году начнут работу магазины «Петербургского дизайна»

Проект «Петербургский дизайн» расширит географию присутствия — магазины одежды проекта выйдут в другие регионы страны, заявил на заседании городского правительства председатель Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле (КППИТ) Кирилл Соловейчик.

В регионы планируют заходить через компании, которые имеют свои торговые центры в городах-миллионниках

«В этом году у нас будет 8 магазинов, это будут не только магазины в Петербурге, но и в других городах», — отметил он. По словам чиновника, в регионы планируют заходить через компании, которые имеют свои торговые центры в городах-миллионниках, а также через мультибрендовые магазины. Он назвал удачным первый опыт по выходу проекта в столицу. «Опыт работы в Москве показывает, что продукция наших дизайнеров продается очень хорошо», — подчеркивает Кирилл Соловейчик.

В марте этого года в столичных универмагах «Имена» в ТЦ «Афимолл Сити», Novaya Riga Outlet Village и Vegas Крокус Сити начали продавать коллекции 10 дизайнерских брендов из Северной столицы на льготных условиях. «Проект набирает обороты, но при этом и сохраняем свои локации в Петербурге. Я думаю, они будут перерастать в бизнес-инкубаторы, в которых дизайнеры будут тренироваться, а затем выходить в другие регионы и на экспорт», — добавил Кирилл Соловейчик.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/v-rossiyskih-regionah-v-2024-godu-nachnut-rabotu-magaziny-peterburgskogo-dizayna/2024042936422>

Gate31 открыл флагман в «Метрополисе»

27 апреля бренд одежды из Петербурга Gate31 открыл флагманское пространство в Москве. Оно расположилось в ТРЦ «Метрополис» на площади 260 кв. метров. Как рассказали в компании, интерьер флагмана продолжает историю самого первого магазина Gate31 в новой концепции, который расположен на Большой Дмитровке. «Аэропорты, полеты, путешествия — эстетика вне времени, которая органично интегрировалась в ДНК бренда, и стала основой как для всех архитектурных решений магазинов, так и для конструкторских разработок Gate31», — отмечается в пресс-релизе марки.

В пространстве можно увидеть коллекционную мебель: самолетные кресла, перетянутые тканью букле, стеллажи в форме крыльев самолета, накопители в форме лент выдачи багажа и экраны в форме иллюминатора. Акцентной деталью стал потолок, который отсылает к библиотеке финского архитектора Алвара Аалто в Выборге. А осветительные приборы в виде окружностей разных диаметров, с углубленным размещением, передают ощущения дневного света и неба. К открытию флагмана команда бренда разработала декор с отсылкой к азиатской культуре. На сегодняшний день розничная сеть Gate31, развивающаяся с 2015 года, насчитывает 17 магазинов в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге.

Источник: <https://profashion.ru/business/retail/gate31-otkryl-flagman-v-metropole/>

Закрываются

Hugo Boss объявил о закрытии магазинов в России

Немецкий производитель одежды Hugo Boss окончательно намерен уйти из России. Об этом сообщает РИА Новости.

Компания достигла договоренности о продаже своего российского подразделения сети «Стокманн». Правительственная подкомиссия уже одобрила сделку по продаже российского подразделения Hugo Boss. Компания представляет собой сеть универмагов с 25 магазинами по всей России и интернет-магазином.

Все рабочие места будут сохранены, а существующие магазины, как ожидается, вновь откроются летом. Ожидается, что сделка будет завершена после выполнения всех необходимых юридических и административных формальностей.

Hugo Boss объявил, что прекратит продажи в России в марте 2022 года.

Hugo Boss — немецкая компания-производитель модной одежды, отражающая стиль жизни и предлагающая образы для любого случая тем, кто живет стильно, со страстью и осознанием своих целей.

Источник: <https://fashion.ru/news/hugo-boss-obyavil-o-zakrytii-magazinov-v-rossii/>

Интернет-торговля

СДЕК: россияне стали чаще заказывать товары для спорта из-за рубежа

За последний год люди стали на 16% чаще заказывать БАДы и спортивные товары из-за рубежа — такими результатами аналитики поделился сервис CDEK.Shopping.

Результаты последних опросов сервиса показали, что россияне стали больше внимания уделять своему здоровью. Представители CDEK.Shopping отметили, что в РФ значительно увеличилось число заказов БАДов — люди предпочитают приобретать витаминные комплексы зарубежных производителей, к которым они привыкли. Чаще всего товары для здоровья заказывают в начале года. Помимо БАДов россияне заказывают из-за рубежа товары для спорта. Мужская аудитория CDEK.Shopping за последние шесть месяцев чаще всего приобретала кроссовки, а женщины стали чаще заказывать товары для занятия фитнесом (аэробикой, шейпингом, джампингом) и йогой. Среди кроссовок лидирующие позиции по количеству заказов занимают различные модели Nike. Среди спортивных атрибутов популярными товарами стали коврики для йоги и тренажеры для пресса. Еще одна популярная категория товаров, которые россияне заказывают из-за рубежа — гаджеты для здоровья и спорта, такие как: умные часы, массажеры для тела и глаз.

Источник: <https://www.retail.ru/news/sdek-rossiyane-stali-chashche-zakazyvat-tovary-dlya-sporta-iz-zarubezha-2-maya-2024-240375/>

Российский бренд женской одежды DV запустил онлайн-магазин в ОАЭ

DV, бренд женской одежды премиального сегмента, созданный дизайнером Дарьей Васильевой в 2023 году, начал работать в ОАЭ. Марка, на сегодняшний день развивающая фирменный бутик в Москве и русскоязычный онлайн-магазин, запустила интернет-платформу в Дубае. В каждой коллекции бренда неизменно присутствуют четыре ключевых компонента: определенная историческая эпоха, вдохновляющая личность, направление искусства и тренды. Поэтому в Дубае DV представил не только свою новую коллекцию и бестселлеры, но и дроп «Рамадан», специально разработанный для региона. В него вошли комплекты с балаклавами, кейпы с шелковой окантовкой и стразами, комбинезоны из бифлекса в комплекте с шелковыми платьями, палантины и блузы из шифона, платье и капюшон, декорированные стразами.

«Ближний Восток всегда проявлял особый интерес к моде и роскошному образу жизни. Клиенты ОАЭ хорошо разбираются в модных тенденциях, обращают внимание на качество и уважают мировые бренды с историей, при этом они открыты новому, готовы принимать молодые бренды и дать им шанс завоевать их доверие», — комментирует Дарья Васильева, основатель и дизайнер бренда DV. В планы лейбла входит дальнейшее расширение коллекций для рынка ОАЭ и открытие собственного пространства в Дубае.

Источник: <https://profashion.ru/business/retail/molodoy-rossiyskiy-brend-zhenskoy-odezhdy-dv-zapustil-onlayn-magazin-v-uae/>

Финансы

Британская компания Asos столкнулась с падением продаж на 18%

После того, как убытки ритейлера Asos за первое полугодие увеличились, а продажи упали почти на пятую часть, руководство компании сообщило о готовности принять «необходимые меры», чтобы улучшить сложившееся положение, пишет The Guardian.

Недавно Asos отчиталась о падении продаж на 18% в годовом исчислении, что привело к убытку в размере 120 млн фунтов стерлингов — больше, чем 87,4 млн фунтов стерлингов за аналогичный период годом ранее. Дело в том, что после окончания пандемии коронавирусной инфекции, потребители перестали приобретать товары исключительно онлайн. Это привело к снижению продаж Asos, поскольку в течение последних нескольких лет большинство офлайн-магазинов были закрыты в целях безопасности. Кроме того, за это время серьезно увеличилась конкуренция со стороны китайского онлайн-гиганта Shein и брендов, развивающих как розничную сеть, так и онлайн-площадки, например, H&M и Zara. Также Asos пытается реализовать план по выходу из кризиса, в котором основное внимание уделяется сокращению объемов складских запасов. Представители компании рассказали о том, что было сокращено поступление новых товаров на 30% по сравнению с прошлым годом, чтобы обеспечить «правильное распределение запасов», а также распродан со скидкой значительный объем старых товаров, накопившихся во время пандемии. Таким образом, более высокая доля продаж предыдущих коллекций и «недостаточная новизна» предлагаемых товаров сделали предложение менее привлекательным для покупателей, что привело к снижению продаж. Однако Asos сообщила инвесторам, что это была «горькая пилюля, которую необходимо было проглотить», и руководство компании уверено, что сможет вновь заинтересовать покупателей в следующем полугодии. Компания готовится к реализации новой стратегии под названием «Тест и реакция», которая предусматривает ускоренное продвижение новых моделей и их продажу в течение трех недель. Этот подход во многом схож с стратегиями конкурентов компании, которые стремятся ускорить разработку новых продуктов от концепции до пошива одежды. В частности, Shein может выпускать отдельные модели в течение 10 дней. По словам исполнительного директора Asos Хосе Антонио Рамос Каламонте, компания становится «динамичнее и эффективнее» и закладывает основу для устойчивого прибыльного роста. Кроме того, в конце месяца новым финансовым директором компании станет бывший руководитель Sainsbury's и Amazon Дэйв Мюррей.

Источник: <https://www.retail.ru/news/britanskaya-kompaniya-asos-stolknulas-s-padeniem-prodazh-na-18-2-maya-2024-240371/>

LVMH может продать бренд Marc Jacobs

Французский холдинг LVMH (Moët Hennessy — Louis Vuitton) изучает вариант продажи 80% доли в бренде Marc Jacobs, пишет РБК со ссылкой на Bloomberg.

По словам агентства, модный дом начал работать с консультантами и изучать возможность продажи Marc Jacobs после предложения от потенциальных покупателей. Пока его рассмотрение находится на ранней стадии, LVMH не приняла окончательного решения о продаже. Бренд может получить и другие запросы от возможных покупателей, а также привлечь частные инвестиции, сообщили источники издания. В Bloomberg говорится, что LVMH редко продает бренды из своего портфеля. Одна из последних крупных продаж произошла в 2016 году, когда компания согласилась продать Donna Karan и DKNY за \$650 млн. Агентство пишет, что возможная продажа Marc Jacobs позволит компании избавиться от бренда в категории «доступной роскоши», чтобы сосредоточиться на предложениях более высокого класса.

Источник: <https://www.retail.ru/news/lvmh-mozhet-prodat-brend-marc-jacobs-1-maya-2024-240364/>

В России выросли продажи новых марок одежды и обуви

Продажи новых марок одежды и обуви в 2023 году выросли на 10–15% относительно предыдущего года, а спрос на товары в этой категории в целом увеличился на 11%, пишет «Прайм» со ссылкой на аналитиков «Чек Индекса».

Число покупок в категории одежды и обуви — «выше на 11% по сравнению с 2022 годом». А средняя цена составила 2990 рублей, что на 5% больше, чем год назад. В первом квартале 2024 года число покупок снизилось на 5% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года и на 13% — по сравнению с 2022 годом. Средняя цена составила 3492 рублей. «На среднюю покупку одежды и обуви все еще оказывает значительное влияние расширение присутствия на отечественном рынке новых, в том числе российских, производителей, которые больше представлены в массовом сегменте. Именно этот сектор растет быстрее всего. Так, продажи новых марок показывают рост продаж в натуральном выражении (штук) на 10–15% год к году», — подсчитали аналитики. На фоне сокращения товаров премиального сегмента и расширения масс-маркета, размер средней покупки в fashion-сегменте в целом показывает снижение (на 3–5% год к году). Спрос на российские марки растет в сегментах повседневной одежды/обуви, одежды и обуви для туризма, детской и спортивной одежды/обуви. В компании подчеркнули, что потребители чаще всего покупают вещи собственных марок ритейлеров в мультибрендовых магазинах и бутиках, включая точки несетевого торговли.

Источник: <https://www.etail.ru/news/v-rossii-vyrosli-prodazhi-novykh-marok-odezhdy-i-obuvi-27-aprelya-2024-240341/>

«Чек Индекс»: Продажи новых марок одежды и обуви выросли за год в России на 10%

Продажи новых марок одежды и обуви выросли в России в 2023 году на 10-15 проц относительно предшествующего года, а спрос на товары в этой категории в целом увеличился на 11 проц, подсчитали для РИА Новости аналитики ресурса "Чек Индекс".

Так, число покупок в категории одежды и обуви – "выше на 11 проц по сравнению с 2022 годом". А средняя цена составила 2990 рублей, что на 5 проц больше, чем год назад. В первом квартале 2024 года число покупок снизилось на 5 проц по сравнению с аналогичным периодом 2023 года и на 13 проц - по сравнению с 2022 годом. Средняя цена составила 3492 рублей.

Спрос на отечественные марки растет прежде всего в сегментах повседневной одежды/обуви, одежды и обуви для туризма, детской и спортивной одежды/обуви

"На среднюю покупку одежды и обуви все еще оказывает значительное влияние расширение присутствия на отечественном рынке новых, в том числе российских, производителей, которые больше представлены в массовом сегменте. Именно этот сектор растет быстрее всего. Так, продажи новых марок показывают рост продаж в натуральном выражении (штук) на 10-15% год к году", - подсчитали в "Чек Индексе".

Однако на фоне сокращения товаров премиального сегмента и расширения масс-маркета размер средней покупки в fashion-сегменте в целом показывает снижение (на 3-5 проц год к году).

"Спрос на отечественные марки растет прежде всего в сегментах повседневной одежды/обуви, одежды и обуви для туризма, детской и спортивной одежды/обуви. Потребитель все чаще приобретает вещи СТМ (собственные торговые марки) российского ритейла, в мультибрендовых магазинах и бутиках, включая точки несетевого торговли", - подчеркнули аналитики.

Интернет же, в свою очередь, продолжает обеспечивать продажи большинства зарубежных брендов из масс-маркета, объявивших об уходе с российского рынка.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/chek-indeks-prodazhi-novyh-marok-odezhdy-i-obuvi-vyrosli-za-god-v-rossii-na-10-proc/2024042936423>

От дистрибутора бренда Gerry Weber в России требуют ₽1 млрд

Компания «ЛиМ Холдинг», через которую свою продукцию в Россию поставляет немецкий производитель женской одежды Gerry Weber, в апреле 2024 года подала 17 исков на общую сумму 952,5 млн руб. к «Виталити ретейл», «Стефанель ретейл», «Софт спайси», обнаружил “Ъ” в картотеке Арбитражного суда Москвы. Самый крупный иск на 540,6 млн руб. истец подал к «Виталити ретейл»: он касается взыскания стоимости невозвращенного товара и процентов по оплате.

По данным СПАРК, все три ответчика связаны с дистрибутором Smart Casual, управляющей компанией которого указано ООО «Смарткэжуал».

Эта компания принадлежит Надежде Амрани. У нее также 49 проц в «Виталити ретейл», она же возглавляет «Стефанель ретейл». В портфеле Smart Casual есть российские бренды Good Wife (товарный знак числится на «Виталити ретейл»), Soft & Spicy, итальянские марки Stephanel, Deha и другие. Также у Smart Casual, судя по сайту компании, восемь магазинов Gerry Weber в Москве, хотя сама марка в портфеле дистрибутора не числится. “Ъ” обнаружил, что Smart Casual набирает на HeadHunter персонал в бутики Gerry Weber.

В Smart Casual, «ЛиМ Холдинг» и Gerry Weber на запросы “Ъ” не ответили.

Компания «ЛиМ Холдинг», через которую свою продукцию в РФ поставляет Gerry Weber, подала 17 исков на общую сумму 952,5 млн руб. к «Виталити ретейл», «Стефанель ретейл», «Софт спайси»

«ЛиМ Холдинг» до 2023 года называлась «Герри Вебер» и принадлежала напрямую немецкому концерну. В апреле 2023 года российский бизнес был продан немецкой LiM Holding, принадлежащей гендиректору местного подразделения Маркусу Лимику, говорится в пояснительной записке к годовому отчету «ЛиМ Холдинг» за 2023 год.

Головная структура Gerry Weber в Германии на фоне финансовых трудностей проходит процедуру реструктуризации. Компания намерена сократить сеть в родной стране примерно с 170 до 50 магазинов, уменьшить уставный капитал и закрыть розницу в Австрии.

Gerry Weber продолжил поставлять товары в Россию через LiM Holding.

Помимо Smart Casual одежда марки продается, например, в «Стокманне» и Lady & Gentleman City. Выручка «ЛиМ Холдинг» в 2023 году выросла на 53 проц, до 3,7 млрд руб., чистая прибыль — на 12,1 проц, до 538 млн руб.

В пояснительной записке к отчету «ЛиМ Холдинг» также сказано, что компания расторгла договор комиссии с «Виталити ретейл», а та не вернула нереализованный товар, как и не предоставила некоторые отчеты. Кроме того, «ЛиМ Холдинг» расторгла с «Виталити ретейл» и двумя другими ответчиками договоры аренды оборудования, которое тоже не было возвращено. Возможно, «ЛиМ Холдинг» поставляла товар с отсрочкой или как товарный кредит, и из-за слабых продаж дистрибутор не справлялся с продажей нужного объема, полагает управляющий партнер «Ванчугов и партнеры» Алексей Ванчугов.

Договоры комиссии, когда одна сторона продает или покупает товар по поручению другой, распространен в торговле, объясняет управляющий партнер Impravo Максим Борисов. Обычно, по его словам, такой схемой производитель пользуется, чтобы не вкладываться в открытие точек.

Возможно, ответчики не вернули товар, посчитав отказ от договора со стороны Gerry Weber неправомерным, предполагает юрист Enforce Law Company Ирина Фиц. Также, по ее словам, бренд может иметь неисполненные обязательства перед дистрибутором.

Такие споры возникают довольно часто, говорит Ирина Фиц. Товар, по ее словам, находится в собственности комитента («ЛиМ Холдинг»), и комиссионер должен вернуть его после расторжения договора. Шансы на взыскание долга по дистрибуторскому договору высоки при условии надлежащего документооборота, подтверждающего поставки товара, указывает партнер юрфирмы «Волга Лигал» Андрей Сычев.

После ухода иностранных брендов споров соответствующей категории не стало значительно больше: крупные бренды смогли покинуть российский рынок безболезненно как для себя, так и для своих дистрибуторов, отмечает Ирина Фиц. Регуляторных препятствий для оплаты и возврата товара в адрес «ЛиМ Холдинг» нет, считает Сычев: компания зарегистрирована по российскому законодательству. Об этом пишет "Ъ".

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/beezyes/ot-distributora-brenda-gerry-weber-v-rossii-trebuyut-1-mlrd-rublej/2024043036426>

Ozon в I квартале нарастил оборот от продаж и услуг на 88%

За первый квартал 2024 года оборот от продаж (GMV, включая услуги) онлайн-магазина Ozon вырос на 88 проц по сравнению с тем же периодом прошлого года. Показатель превысил 570 млрд руб., сообщили в компании.

По данным отчета, выручка Ozon в I квартале выросла на 32 проц до 122,9 млрд руб. По итогам квартала онлайн-магазин получил убыток в 13 млрд руб. против прошлогодней прибыли в первом квартале в 10,7 млрд руб. Операционные расходы возросли в 1,5 раза и достигли 23,9 руб.

Согласно отчету, на ускорение роста повлияли результаты предпринимателей. Число активных продавцов выросло вдвое, доля продавцов на маркетплейсе достигла 500 тыс. предпринимателей, 80 проц из них живут в российских регионах.

Активных покупателей год к году стало больше на треть — 49 млн человек против 37 млн за тот же период. Отмечается, что количество заказов увеличилось на 70 проц и достигло 305 млн руб. Также выросла лояльность аудитории: по итогам первого квартала каждый покупатель в среднем заказывает в интернет-магазине 22 раза в год.

По итогам 2023 года Ozon увеличил оборот от продаж (GMV, включая услуги) в 2,1 раза в годовом выражении, до 1,753 трлн руб., сообщалось в пресс-релизе компании о финансовых результатах по МСФО. В четвертом квартале прошлого года GMV ритейлера вырос также в 2,1 раза, до 625,782 млрд руб, пишет "Ъ".

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/beezyes/ozon-v-i-kvartale-narastil-oborot-ot-prodazh-i-uslug-na-88-procentov/2024043036425>

Годовая чистая прибыль Henderson выросла на 28%

Ритейлер мужской одежды и обуви в РФ Henderson (ПАО "Хэндерсон Фэшн Групп") по итогам 2023 года увеличил EBITDA на 36 проц - до 6,6 млрд рублей, говорится в отчете компании по МСФО.

Чистая прибыль выросла на 28 проц и составила 2,4 млрд рублей.

Валовая прибыль продемонстрировала рост на 37 проц, достигнув 11,63 млрд рублей.

Годовая выручка составила 16,8 млрд рублей (рост на 35 проц).

Henderson - один из крупнейших ритейлеров мужской одежды и обуви в РФ (управляет 160 собственными салонами моды в 64 городах). Также компания открыла 2 магазина в

Армении. В ноябре 2023 года компания провела IPO на Московской бирже, в ходе которого разместила 4,4 млн новых акций на 3 млрд рублей, free float по результатам сделки составил 13,9 проц.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/beezyes/godovaya-chistaya-pribyl-henderson-vyrosla-na-28-procentov/2024043036429>

Adidas зафиксировал рост везде, кроме Северной Америки

В конце апреля немецкая спортивная группа Adidas сообщила о том, что вернулась к росту в начале 2024 года после снижения продаж в 2023 году. Конкурент Nike и Puma выиграл от устойчивого спроса на обувь. В Европе особенно хорошо были приняты ретро-модели, такие как Samba и Gazelle. Adidas смог вырасти практически во всех регионах — за исключением Северной Америки, где по-прежнему сосредоточены большие товарные запасы. В других регионах они заметно снизились, поэтому бренд предлагает все больше продукции по полной цене. Кроме того, по словам генерального директора Adidas Бьерна Гульдена, в первом квартале вырос спрос на товары для бега, футбола и баскетбола в более высоком ценовом сегменте.

В середине прошлого месяца Adidas уже представил предварительные квартальные итоги и повысил прогноз на текущий год из-за хороших показателей бизнеса. Продажи группы выросли почти на 4% и составили почти 5,5 млрд евро, при этом негативное влияние оказали валютные эффекты. С поправкой на них рост составил 8%. Прибыль выросла до 170 млн евро после убытка в 39 млн евро. По итогу текущего года второй по величине в мире производитель спортивных товаров ожидает, что операционная прибыль достигнет 700 млн евро, а выручка увеличится до 9%. Капитализация Adidas с начала года выросла на 26,1% до 39,6 млрд евро.

Источник: <https://profashion.ru/business/finance/adidas-zafiksiroval-rost-vezde-krome-severnoy-ameriki/>

Производство

Производители мехов ждут глобального дефицита сырья

Мировое производство меха пушных зверей сокращается, сообщил «Интерфаксу» президент Российского пушно-мехового союза Сергей Столбов на выставке пушно-меховой, кожевенной и легкой промышленности «Мягкое золото России» в Пятигорске.

Всего в 2023 году в мире будет произведено 13,5 млн шкурок норки - основного и наиболее востребованного материала для пошива верхней одежды из натурального меха. Ранее заявленный объем производства в 2022 году составлял 14,7 млн шкурок норки. Таким образом, темпы падения составили 8,2%.

«Мировое производство шкурок пушных зверей, особенно фермерского разведения, сокращается. Причины известны: падение спроса, последствия ковида и птичьего гриппа, способствующих существенному сокращению поголовья зверей в Европе, а также бездумные полные ликвидации норки в Дании. Существенное сокращение производства шкурок в Китае: только в 2023 году в стране сократилось производство около 30% всех видов пушнины», - рассказал Сергей Столбов.

В связи с этим эксперты ожидают роста цен на мех. Это в целом положительно скажется на бизнесе российских и белорусских звероводов, у которых есть возможность сохранить численность норки и увеличить производство пушнины.

В то же время мировые продажи пушнины и меховых изделий в 2023 году составят 17,5 миллиарда долларов США, что на 3% меньше, чем в 2022 году. Такие темпы снижения продаж значительно меньше, чем в предыдущие годы, когда продажи снижались на 10-15% в год. Оборот меховых изделий в России составляет около 2 млрд долларов США (включая

сырье, полуфабрикаты и готовые изделия, аксессуары и фурнитуру), что значительно уступает показателям пяти-семилетней давности, когда оборот составлял более 3 млрд долларов США.

По мнению Российской пушно-меховой коалиции, снижение мировых продаж пушно-меховых изделий и производства сырья было вполне ожидаемым.

«Включились закономерные механизмы саморегуляции рынка, которые были вызваны огромным перепроизводством 10-15 лет назад как сырья, так и изделий из натурального меха, что превратило нашу продукцию в товары повседневного спроса, не всегда модные и качественные, и привлекло внимание агрессивного крыла защитников прав животных», - подчеркнул Сергей Столбов.

Источник: <https://fashion.ru/news/proizvoditeli-mekhov-zhdut-globalnogo-defitsita-syrya/>

Марс Jacobs перестанет использовать кожу рептилий и страусов

Информация появилась на сайте зоозащитной организации PETA

Марс Jacobs больше не будет использовать кожу рептилий и страусов в своих коллекциях. Информация появилась на сайте зоозащитной организации PETA.

«Мы благодарим Марка Джейкобса за этическое решение запретить применение кожи крокодилов, ящериц, страусов, змей и других представителей дикой природы в своих коллекциях. PETA аплодирует дизайнеру и предлагает брендам со всего мира последовать его примеру», — отметила директор организации Лора Шилдс.

Ранее от использования кожи редких животных отказались Stella McCartney, Victoria Beckham, Chanel, Carolina Herrera, Diane von Furstenberg, Jean Paul Gaultier, Karl Lagerfeld, Nordstrom и Vivienne Westwood. PETA советует последовать примеру конгломерата LVMH, владеющего Dior, Louis Vuitton, Givenchy и другими брендами.

Напомним, в этом году Марс Jacobs исполняется 40 лет. По этому случаю Джейкобс пригласил к сотрудничеству давних друзей марки: Фаррелла Уильямса, Софию Копполу, Тремейна Эмори, Пэт Макграт и Такаси Мураками.

Источник: <https://www.buro247.ru/news/style/3-may-2024-marc-jacobs-skin-of-reptiles-ostriches.html>

Логистика

Спрос на аренду складов вырос на 20% за год

Аналитики «Авито Недвижимости» изучили, как изменился рынок продажи и аренды складских помещений по сравнению с апрелем 2023 г.

В сегменте продажи складов за год предложение в среднем по России выросло на 1%. Количество доступных для приобретения складских помещений увеличилось в 18 из 36 регионов, участвовавших в исследовании. Самый большой рост — в Тюмени (в 2,4 раза), Тамбове (+71%), Екатеринбурге (+49%) и Барнауле (+46%). В Санкт-Петербурге предложение выросло на треть, в Москве — сократилось на 9%. Спрос на покупку складских помещений в среднем по России за год снизился на 2%. Положительная динамика по сравнению с апрелем 2023 г. отмечалась в 16 из 36 городов. Сильнее всего интерес к приобретению таких объектов вырос в Калининграде (в 3 раза), Орле (+50%) и Барнауле (+43%). В двух столицах динамика также положительная — в Москве спрос увеличился на 12%, в Санкт-Петербурге — на 10%. Самые высокие цены в апреле 2024 г. на покупку складских помещений в пересчете на стоимость квадратного метра — в Москве (113 тыс. рублей за кв. м), Тюмени (98 тыс. рублей), Нижнем Новгороде (79 тыс. рублей), Новосибирске (66 тыс. рублей) и Екатеринбурге (55 тыс. рублей). В сегменте аренды складских помещений предложение за год в среднем по России не изменилось. При этом

количество доступных вариантов для аренды выросло в 16 из 36 городов, попавших в исследование «Авито Недвижимости». Наиболее заметный рост был зафиксирован в Брянске (+39%), Краснодаре и Ульяновске (+31% в обоих городах), Кирове (+28%) и Курске (+26%). Спрос на аренду складов по сравнению с апрелем 2023 г. в среднем по России вырос на 20%. Положительная динамика наблюдалась в 18 из 36 городов исследования. Сильнее всего интерес к аренде такого вида коммерческой недвижимости увеличился в Брянске (+77%), Калининграде (+64%) и Самаре (+56%). Дороже всего арендовать склад в пересчете на стоимость квадратного метра в апреле 2024 г. стоит в Москве (800 рублей за кв. м в месяц), Санкт-Петербурге (532 рубля), Сочи и Екатеринбурге (по 440 рублей в каждом).

Источник: <https://www.retail.ru/news/spros-na-arendu-skladov-vyros-na-20-za-god-4-maya-2024-240453/>

«Яндекс Маркет» планирует открыть до 5 тыс. новых ПВЗ в 2024 году

Как пишет Forbes, в 2024 году «Яндекс Маркет» планирует открыть от 3 тыс. до 5 тыс. новых пунктов выдачи заказов (ПВЗ). Точное число будет зависеть от роста рынка и динамики развития сервиса. Новые ПВЗ будут появляться преимущественно в тех регионах, которые нам интересны. Сейчас мы фокусируемся на Центральном федеральном округе», — рассказал изданию руководитель сервиса и глава e-commerce-направления «Яндекса» Роман Маресов. Сейчас у маркетплейса 13 тыс. ПВЗ. С открытием новых пунктов сеть вырастет на 23–38%. Новые пункты будут открывать партнеры площадки.

У Wildberries и Ozon — конкурентов «Яндекс Маркета» — кратно больше ПВЗ: 37 тыс. и 50 тыс. соответственно. Это собственные, партнерские пункты и франшиза. В этом году площадка также проводит ребрендинг, в рамках которого ее основными цветами станут ярко-красный и желтый.

Источник: <https://profashion.ru/business/retail/yandeks-market-planiruet-otkryt-do-5-tys-novykh-pvz-v-2024-godu/>

В Забайкальском крае реконструируют современный логистический комплекс

К июлю 2024 года в Чите будет усовершенствован единственный современный складской комплекс общей площадью 60 000 кв. м.

Об этом сообщили представители компании IBC Global. Общий объем инвестиций в реконструкцию объекта составит более 2,5 млрд рублей. Арендные ставки составят 8 000 рублей/кв. м в год для складов и 9 000 рублей/кв. м для офисов.

Склад станет одним из крупнейших в Забайкальском крае. Склад расположен в Черновском районе, в 4 км от Сибирской железнодорожной магистрали, в 9 км от международного аэропорта Кадала и в 500 метрах от федеральной трассы М-55 "Байкал", рядом с крупнейшей транспортной артерией города. Кроме того, этот логистический центр находится всего в 515 км от границы с Китаем.

Объект расположен в городе. До реконструкции большую площадку занимало промышленное здание. По словам представителей консалтинговой компании IBC Global, в этом году объект будет преобразован в современный логистический складской комплекс площадью около 60 000 кв. м. Проект включает в себя реконструкцию существующего здания, модернизацию самого объекта и развитие прилегающей инфраструктуры, а ориентировочный срок завершения работ - июль 2024 года.

Поскольку в настоящее время в Чите нет альтернативного объекта, этот комплекс подходит для резидентов, которым срочно нужны складские площади.

Новый объект ориентирован на производственные, торговые и логистические компании. После завершения строительства логистический хаб можно будет использовать как интегрированный склад для операторов электронной коммерции, сортировочный центр для дистрибьюторских услуг и логистический грузовой терминал.

Источник: <https://fashion.ru/news/v-zabaykalskom-krae-rekonstruiruyut-sovremennyi-logisticheskiy-kompleks/>

Лица

Дарья Самкович вновь получила контроль над I Am Studio

Олег Воронин, сооснователь российского бренда одежды I Am Studio, по итогу прошлого года зафиксировавшего убыток в 12,6 млн рублей, продал компанию своей бывшей жене и партнеру по бизнесу Дарье Самкович, пишет Forbes. Сумма продажи не разглашается. В периметр сделки вошли товарный знак, онлайн-магазин, офлайн-магазины и другие активы. Г-жа Самкович получит их в мае. Свое решение г-н Воронин объяснил стремлением «двигаться дальше и развивать новые масштабные проекты в сфере fashion-бизнеса». Он добавил, что передает проект «в надежные руки», и с большим интересом будет наблюдать «за его успехами».

I Am Studio был основан Дарьей Самкович и Олегом Ворониным в 2008 году. Через тринадцать лет Дарья покинула компанию после развода, а в 2022 году запустила бренд одежды для девушек plus size вместе с Марией Федоровой, бывшим главным редактором Vogue Russia, и Дилей Хисамовой, ранее занимавшей пост заместителя генерального директора 12 Storeez.

Источник: <https://profashion.ru/business/finance/darya-samkovich-vnov-pouchila-kontrol-nad-i-am-studio/>

Другое

Street Beat планирует довести долю СТМ до 30% от общих продаж

Продажи кроссовок под собственной торговой маркой ритейлер запустил в октябре 2023 года. О планах сети расширять ассортимент СТМ, выходить на маркетплейсы и повышать узнаваемость бренда, на форуме Russian Retail Show рассказала Елена Боровикова, вице-президент Inventive Retail Group по спортивным товарам.

Street Beat — сеть мультибрендовых магазинов, специализирующихся на продаже кроссовок и кед, была создана 10 лет назад (входит Inventive Retail Group). Сейчас в России работают 63 магазина Street Beat и Street Beat Kids в 23 городах страны, а также интернет-магазин. За 10 лет компания объединила вокруг себя поклонников спортивного стиля в одежде и создала популярный в этой среде бренд. «В 2022 году, когда многие мировые бренды, которые были представлены у нас в магазинах, просто перестали осуществлять коммерческую деятельность в стране, мы стали искать новые пути развития, — рассказала Елена Боровикова. — Создать собственную торговую марку оказалось не так просто, но помогли накопленный опыт работы с мировыми брендами, понимание трендов и специфики кроссовочного бизнеса, тесное общение с покупателями. В апреле 2022 года мы начали работу над собственной торговой маркой, назвали ее так же, как сеть магазинов — Street Beat, и запустили процесс по созданию собственных силуэта и платформы кроссовок». Понадобилось полтора года, и 5 октября 2023 года сеть представила Street Beat Solid — собственную платформу кроссовок, на базе которой планирует развивать широкий модельный ряд. В ассортимент торговой марки также вошла одежда, аксессуары, баскетбольные мячи. По словам представителя бренда, стоимость товаров СТМ примерно на 30% ниже изделий международных брендов при более высоком качестве материалов и исполнения. «Сейчас СТМ — это ключевое направление развития компании, — отметила

Елена Боровикова. — Собственный бренд вошел в топ-3 самых продаваемых марок сети в офлайн-магазинах, в онлайн — 5-е место. Наша цель — довести долю продаж СТМ до 30%. Мы готовы также выйти за рамки собственных каналов продаж и планируем представить специальный ассортимент марки Street Beat на маркетплейсах».

Источник: <https://www.retail.ru/news/street-beat-planiruet-dovesti-dolyu-stm-do-30-ot-obshchikh-prodazh-2-maya-2024-240398/>

Доля свободных площадей в ТЦ Москвы к лету может сократиться до 6%

Доля свободных площадей в торговых центрах Москвы к лету 2024 года может сократиться до 6 проц, вернувшись к уровню 2019 года, прогнозирует NF Group. Там оценивают показатель по итогам первого квартала в 8,3 проц. О возврате доли вакантности к докризисному уровню говорит и руководитель департамента продаж РАД Григорий Начинкин: «В топовых локациях свободны не более 5 проц площадей». По данным Nikoliers, в Москве вакантность в торгцентрах по итогам первого квартала относительно четвертого квартала 2023 года сократилась на 2,4 процентного пункта, до 7,6 проц, в Санкт-Петербурге — на 0,1 процентного пункта, до 6,2 проц. К концу года показатели в этих городах снизятся до 5–6 проц, ждут консультанты. Об этом пишет "Ъ".

Тренд сопровождается относительно высокой активностью арендаторов. В NF Group указывают на аренду маркетплейсом «Мегамаркет» площади ушедшей из РФ сети Ikea в торгцентрах «Мега» и выход на рынок Москвы за первый квартал 11 новых зарубежных брендов, включая шесть марок из Китая и Южной Кореи. Снижению вакантности не препятствует и ввод новых площадей. По подсчетам NF Group, в январе—марте 2024 года в Москве сдано 42,7 тыс. кв. м торговых объектов, на весь текущий год заявлен вывод 284,3 тыс. кв. м, что в восемь раз превысит уровень 2023 года.

Рост активности российских и азиатских ритейлеров позволяет торговым центрам Москвы и Санкт-Петербурга заполнять пустующие площади

Но увеличить арендный доход собственникам площадей пока не удастся. Руководитель направления аренды торговых помещений CORE.XP Надежда Цветкова говорит, что запрашиваемые ставки находятся на уровне 2022 года. «Незначительный рост арендных поступлений может быть связан в основном с инфляцией», — объясняет независимый эксперт Марина Толстошеева. Директор департамента торговой недвижимости Ascend Capital Светлана Кузьмина связывает это с недостаточно выраженным ростом оборотов арендаторов.

Григорий Начинкин отмечает, что само по себе стремление сократить долю вакантных площадей после ухода международных брендов вынуждало владельцев торгцентров предлагать более лояльные условия новым арендаторам. По его словам, скидки достигали 30–40 проц, а ритейлеры из России и дружественных стран часто не готовы заключать арендные контракты с жесткими условиями. Исполнительный директор Glincom Иван Татаринцов говорит, что доходность торговой недвижимости сейчас снижается. Президент Magic Group (развивает универмаги Slava) Александр Перемятов предупреждает о наступлении новой волны ротации арендаторов. Эти риски могут стимулировать собственников удерживать арендаторов, предлагая им скидки, добавляет гендиректор «Этерны» Дмитрий Томилин.

Единственным путем к повышению доходности для большинства объектов Начинкин называет реконцепцию. Согласно NF Group, в ближайшие три года в этом будут нуждаться 60 проц торгцентров в Москве. Григорий Начинкин оценивает долю таких объектов в Санкт-Петербурге и других городах в 80–90 проц. Пермятов указывает, что в 2010-х годах период жизни концепции оценивался в семь лет, сейчас — в пять лет. Без обновления

качество арендаторов и трафик будут падать, что приведет к большему снижению доходов, предупреждает Татаринов.

Стоимость серьезной реконструкции торгцентра Иван Татаринов оценивает в 60–100 тыс. руб. за квадратный метр, оговариваясь, что есть объекты где нужно провести относительно небольшой объем работ. Григорий Начинкин считает, что затраты на реконцепцию могут достигать 30 проц от стоимости объектов и в условиях снижения доходов, удорожания кредитов и нестабильности арендаторов небольшая доля собственников готова на такие вложения. Окупить инвестиции, добавляет Марина Толстошеева, удастся в лучшем случае через пять-шесть лет, поэтому собственники предпочитают собирать скромные, но относительно стабильные доходы. Об этом пишет "Ъ".

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/dolya-svobodnyh-ploshchadey-v-tc-moskvy-k-letu-mozhet-sokratitsya-do-6-procentov/2024050136430>

Zara возобновила работу в Венесуэле

Совместно с партнером Grupo Futura Zara вернулась на рынок Венесуэлы, пишет Buro 24/7 со ссылкой на BOF. Испанский ритейлер Inditex возобновил бизнес, открыв магазин бренда по договору франчайзинга.

В 2021 году группа Inditex, которой также принадлежат Bershka, Pull & Bear и другие марки, закрыла все магазины в этой стране после пересмотренного соглашения о франшизе с местным партнером Phoenix World Trade.

Однако в январе этого года в компании заявили, что планируют возобновить деятельность в Венесуэле в первой половине 2024-го.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/zara-vozobnovila-rabotu-v-venesuele/2024043036428>

Влад А4 запустит сеть магазинов под собственным брендом

Популярный блогер Влад А4 запускает сеть магазинов под собственным брендом, пишут "Ведомости".

Как рассказала гендиректор "А4 магазина" Надежда Журина, ассортимент там очень разнообразный, в сети будут представлены лицензионная продукция блогера и товары его собственного производства. Бумага открывает сеть не в одиночку, есть у него и партнеры.

По информации "Ведомостей", не так давно было зарегистрировано юрлицо ООО "А4 магазин". Блогеру принадлежит 39 проц. Остальным владеют различные люди. Но их объединяет одно – все они являются совладельцами магазина с лицензионной продукцией по франшизе "Гарри Поттер" в Центральном детском магазине (ЦДМ) в Москве.

В ЦДМ в прошлом году открылся "А4 магазин". Там же вскоре должны появиться еще две торговые точки Бумаги.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/vlad-a4-zapustit-set-magazinov-pod-sobstvennym-brendom/2024042936424>

В Москве и Санкт-Петербурге снизилась доля свободных площадей в ТЦ

В первом квартале 2024 года вакантность в торговых центрах в Москве сократилась на 2,4 процентных пункта (п.п.) по сравнению с четвертым кварталом 2023 года, до 7,6 проц, в Санкт-Петербурге — на 0,1 п.п., до 6,2 проц, пишет «Коммерсант» со ссылкой на данные РАД.

По прогнозам экспертов Nikoliers, к лету этого года вакантность может сократиться до 5–6 проц — уровня докризисного 2019 года. Там оценивают показатель по итогам первого квартала в 8,3 проц.

Снижение вакантности объясняют высокой активностью арендаторов. Так, маркетплейс «Мегамаркет» арендовал торговые площади IKEA в ТЦ «Мега», а на московский рынок в январе-марте этого года вышли 11 новых иностранных брендов, в том числе шесть марок из Китая и Южной Кореи.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/v-moskve-i-sankt-peterburge-snizilas-dolya-svobodnyh-ploshchadey-v-tc/2024042836421>

UGG теперь поддерживает регенеративное сельское хозяйство на площади 1 млн акров

В конце апреля калифорнийский лайфстайл-бренд UGG, входящий в портфель Deckers Brands, сообщил о достижении важного этапа на пути к устойчивости — теперь лейбл поддерживает регенеративное сельское хозяйство на площади в 1 млн акров на территории 80 ферм в Австралии. Такой результат компания получила на год раньше запланированного срока и всего через четыре года после того, как установила долгосрочное партнерство с Land to Market и Savory Institute для поддержки регенеративного сельского хозяйства.

Чтобы подчеркнуть свою приверженность регенеративным источникам, UGG продолжает расширять свое предложение, ориентированное на устойчивое развитие, с помощью коллекции Regenerate by UGG™. В капсулу вошли модели Tasman Crafted Regenerate, Neumel Crafted Regenerate и Ultra Mini Crafted Regenerate, а также культовые силуэты, созданные из материалов с ферм, практикующих регенеративное сельское хозяйство. UGG был основан в 1978 году в Калифорнии. На сегодняшний день годовой оборот лейбла превышает 1,5 млрд долларов, а коллекции продаются на ключевых глобальных рынках.

Источник: <https://profashion.ru/business/sustainability/ugg-teper-podderzhivaet-regenerativnoe-selskoe-khozyaystvo-na-ploshchadi-1-mln-akrov/>

РБК Исследования рынков с 2001 года специализируется на проведении маркетинговых исследований.

Основные отрасли

- Логистика
- Рестораны
- Обувной ритейл
- Одежный ритейл
- Рынок частной медицины
- Рынок мебели
- Рынок DIY
- E-commerce



Ежемесячные дайджесты РБК Исследований

Pro-новости ресторанного бизнеса. Январь 2024

Трафик ресторанов Москвы и Санкт-Петербурга вырос благодаря туристам

Кафе и рестораны могут включить в программу развития внутреннего туризма

Аркадий Новиков представил новый ресторанный проект

В 2023 году рынок кофе навалом превысил 100 млрд рублей

Жерар Депардьё планирует открыть жерарию в Новосибирске

Выпуск 4

РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Pro-новости Интернет-торговли. Январь 2024

Онлайн-торговля обеспечила СДПЖ значительный прирост выручки в 2023 году

«СберМаркет» посчитал индекс продуктов для повышения работоспособности

«Солетекс» в 2023 в мире: распродажи, доставка, мнение клиентов

Крупнейшие маркетплейсы создадут свои ассоциации

Выпуск 1

РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Pro-новости ресторанного бизнеса. Январь 2024

Pro-новости ресторанного бизнеса. Февраль 2024

Pro-новости рынка интернет-торговли. Январь 2024

Pro-новости рынка интернет-торговли. Февраль 2024

Еженедельные дайджесты РБК Исследований

Pro-новости продуктового ритейла в новой экономической реальности (05.02.24-11.02.24)

Выпуск 359

Сильнее всего за год подорожали курица, яйца и рис

Российским производителям упаковки удалось локализовать производство

«ВкусВилл»: чему отдадут предпочтение покупатели в 2024 году?

Индия начала поставлять бананы в Россию

2024, РБК Москва

РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Pro-новости fashion-ритейла в новой экономической реальности (12.02.24-18.02.24)

Выпуск 256

Lamoda начнет открывать кафе в офлайн-магазинах Lamoda Sport

На северо-востоке Москвы осенью откроется новый ТЦ

Онлайн-ритейлер Wildberries сосредоточится на развитии направления кибербезопасности

ТЦ «Пассаж» может быть продан за 98 млрд

2024, РБК Москва

РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Pro-новости продуктового ритейла в новой экономической реальности (19.02.24-25.02.24)

Pro-новости fashion-ритейла в новой экономической реальности (19.02.24-25.02.24)

Если кроме готовых Исследований РБК, Вас также интересуют проекты на заказ, запросить бриф на подготовку индивидуального исследования можно по адресу marketing@rbc.ru