

# Ключевые события fashion-ритейла (25.02.19-03.03.19)

Выпуск 4

Продавать одежду Мехх в России начнет Wildberries

Темпы роста выручки интернет-магазина Lamoda замедлились по итогам 2018 года

Women'secret запустит онлайн-магазин в России

«Детский мир» увеличится почти в полтора раза за четыре года

2019 RBC Moscow



## КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

---

### Открытия

#### **Компания «ДжамильКо» открыла флагман ST-James в Москве**

«ДжамильКо» и лично г-н Халед Джамиль официально представили флагманский бутик ST-James в Столешниковом переулке, сообщает компания.

#### **В ЦУМе появился бренд Cult Gaia**

В ЦУМе появился бренд Cult Gaia. Марка представлена на четвертом этаже универмага. Cult Gaia был основан в 2012 году дизайнером из Лос-Анжелеса Ясмин Лариан.

#### **Первый магазин непромокаемой одежды Rains откроется в Москве**

В универмаге «Марсаков» на «Хлебозаводе» 1 марта откроется первый концептуальный магазин датского бренда непромокаемой одежды Rains.

#### **Сеть магазинов «Детский мир» увеличится почти в полтора раза за четыре года**

В ближайшие четыре года крупнейший российский продавец товаров для детей «Детский мир» откроет не менее 300 магазинов, говорится в сообщении компании.

#### **Uniqlo арендовал 1200 кв.м торговых площадей в ТРЦ «Парк Хаус» в Казани**

Японский ритейлер Uniqlo арендовал около 1200 кв.м торговых площадей в ТРЦ «Парк Хаус» на проспекте Хусаина Ямашева в Казани, сообщает пресс-служба торгового центра.

#### **Магазины Cropp и Sinsay откроются в ТРЦ «Галерея 9-18» в Видном**

Одежные ритейлеры Cropp и Sinsay откроются в строящемся ТРЦ «Галерея 9-18» в Видном. Соответствующий договор был подписан польским фэшн-ритейлером LPP S.A., управляющим брендами, с девелопером проекта компанией «Региондевелопмент».

#### **Love Republic открылся после реконструкции в ТРЦ «Планета» в Уфе**

В ТРЦ «Планета» открылся обновленный магазин женской одежды Love Republic. Площадь магазина составляет 286 кв. м.

#### **«Спортмастер», O'Stin и FUNDAY стали якорными арендаторами ТЦ Лаванда Молл в Севастополе**

Примечательно, что «Спортмастер» и FUNDAY впервые откроют свои магазины в Севастополе.

#### **В Жуковском открывается магазин обуви для детей Karika**

Российская сеть торговых точек детской обуви Karika открывает новый магазин в Жуковском. Он расположится в ТЦ «Самолет».

### **Бренд одежды DNK запустит новые магазины по франшизе**

Российский бренд одежды для детей и взрослых DNK открыл первый собственный магазин в ТРЦ «МЕГА» в Ростове-на-Дону.

### **Мария Ильченко, компания «Обувь XXI века»: «В 2019 году мы откроем не менее 10 магазинов»**

Компания «Обувь XXI века», которая более 20 лет ведет оптовую торговлю обувью. В 2019 году фирма собирается развивать франчайзинг и открыть не менее 10 магазинов.

## **Закрываются**

### **Британский ритейлер Next уйдет с российского рынка**

Магазины британских торговых сетей Next и Next kids будут закрыты в России. Из-за девальвации рубля владельцу бренда с 2015 года не удается держать достаточный уровень доходности на рынках России и Украины.

### **Gap Inc. разделится на две компании и закроет 230 магазинов Gap**

Ритейлер Gap Inc. заявил, что разделится на две компании, одна из которых будет включать бренд Old Navy, а в другую войдут бренды Gap, Athleta, Banana Republic, Intermix и Hill City.

## **Интернет-торговля**

### **Women'secret объявляет о запуске онлайн-магазина в России**

Международный бренд Women'secret, который входит в крупнейшую fashion-группу Tendam, сообщил об открытии официального онлайн-магазина в России

### **Продавать одежду Mexx в России начнет Wildberries**

Wildberries получил эксклюзивные права на онлайн-торговлю одеждой и обувью Mexx в России и странах СНГ, сообщил «Ъ» представитель ритейлера.

### **Lamoda подбирает модель**

Темпы роста выручки интернет-магазина Lamoda замедлились по итогам 2018 года, а в валютном выражении перешли к снижению.

### **У O'stin появился онлайн-помощник по подбору одежды**

Интернет-магазин O'stin начал использование виджета для подбора размера одежды, созданного на основе искусственного интеллекта.

### **Открылся новый интернет-магазин детской одежды BuboKids**

## **Законы**

### **Tax free может заработать в электронном формате в 2020 году**

Соответствующие поправки в Налоговый кодекс внесет Минфин, сообщил замминистра финансов Илья Трунин.

## Другое

### **Промсвязьбанк открыл ГК «Обувь России» кредитную линию на 3 млрд рублей**

Банк предоставляет группе возобновляемую кредитную линию сроком на 4 года.

## ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

---

### Открытия

#### **Компания «ДжамильКо» открыла флагман ST-James в Москве**

«ДжамильКо» и лично г-н Халед Джамиль официально представили флагманский бутик ST-James в Столешниковом переулке, сообщает компания.

Вместе с новыми коллекциями таких брендов, как John Lobb, Vilebrequin, d`Avenza и Borrelli, ST-James презентовал совместный выставочный проект «Символы весны» с Vladey.

**Источник:** <http://riamoda.ru/news/news-kompanija-dzhamilko-otkryla-flagman-st-james-v-moskve.html>

#### **В ЦУМе появился бренд Cult Gaia**

В ЦУМе появился бренд Cult Gaia. Марка представлена на четвертом этаже универмага.

Cult Gaia был основан в 2012 году дизайнером из Лос-Анжелеса Ясмин Лариан. В основе ДНК марки лежит идея создания вещей, которые напоминают произведения искусства и всегда обращают на себя внимание, отмечает Buro 24/7. Важным для Cult Gaia также является бережное отношение к окружающей среде.

Первым изделием Cult Gaia была архитектурная бамбуковая сумка Ark, выпущенная три года назад и быстро ставшая популярной. Теперь эта модель – бестселлер бренда.

В ЦУМе и на официальном сайте московского универмага уже представлены сумки, бижутерия и одежда Cult Gaia.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/v-tsume-poyavilsya-novyj-brend/2019022824983>

#### **Первый магазин непромокаемой одежды Rains откроется в Москве**

В универмаге «Марсаков» на «Хлебозаводе» 1 марта откроется первый концептуальный магазин датского бренда непромокаемой одежды Rains.

В магазине будет представлена новая весенне-летняя коллекция: непромокаемая одежда, рюкзаки, сумки и аксессуары. Кроме того, покупатели смогут купить здесь лимитированную коллекцию плащей.

Владельцы обещают, что цены в московском магазине не будут отличаться от европейских. Кроме того, 27 февраля начнет работать онлайн-магазин бренда. Доставку можно заказать по всей России.

**Источник:** <https://www.the-village.ru/village/service-shopping/style-news/342307-rains>

## **Сеть магазинов «Детский мир» увеличится почти в полтора раза за четыре года**

В ближайшие четыре года крупнейший российский продавец товаров для детей «Детский мир» откроет не менее 300 магазинов, говорится в сообщении компании. Начиная с 2015 г. «Детский мир» открывал по 100 магазинов в год.

Всего в группу «Детский мир» на начало 2019 г. входило 673 магазина, сети ELC (57 магазинов) и ABC (9 магазинов), а также четыре магазина товаров для животных «Зоозавр».

В конце 2018 г. гендиректор «Детского мира» Владимир Чирахов говорил в интервью «Ведомостям», что ритейлеру не потребуются дополнительные деньги от акционеров, чтобы открывать по 100 точек в год. «Детский мир» всю чистую прибыль отдавал и продолжит отдавать акционерам в виде дивидендов – наша бизнес-модель позволяет это делать вместе с ростом», – подчеркивал он.

*Действующие лица: Владимир Чирахов, гендиректор ритейлера «Детский мир»*

*«Около 70% выручки «Детского мира» в категориях одежды и обуви – наши собственные торговые марки. Наш бренд – сильное конкурентное преимущество»*

Ритейлер 1 марта раскрыл финансовые результаты за 2018 г. по МСФО. Выручка «Детского мира» выросла на 14,3% до 110,9 млрд руб., показатель EBITDA – на 18,8% до 12,7 млрд руб., а его рентабельность – на 40 процентных пунктов до 11,4%. Чистая прибыль – 6,6 млрд руб.

Рынок детских товаров в России стагнирует, но «Детский мир» усилил лидерство, рад Чирахов. Выручка магазинов, которые проработали более 12 месяцев (то есть сопоставимых магазинов), за 2018 г. выросла на 4,3% при росте числа покупок на 6,9% и снижении их средней суммы на 2,4%. В этом году ритейлер ждет, что число покупок будет тоже быстро расти, а темпы роста сопоставимой выручки не превысят 10%, хотя и будут быстрее, чем по рынку детских товаров в целом.

По словам Чирахова, компания продолжит консолидацию рынка в России, Казахстане и Белоруссии. В Белоруссии «Детский мир» открыл первую точку в феврале 2019 г.

Основные акционеры «Детского мира» – «АФК «Система» Владимира Евтушенкова (52,10%) и Российско-китайский инвестиционный фонд (РКИФ) (14,03%).

В ноябре 2018 г., стало известно, что Евтушенков может продать пакет ритейлера и сделка может состояться уже в начале 2019 г. Претендентов он не называл, но источники «Ведомостей» утверждали, что покупателем может стать бизнесмен Михаил Гуцериев, контролирующий сети «М.видео» и «Эльдорадо» через группу «Сафмар». В январе о возможной продаже доли сообщал и РКИФ.

Однако в середине февраля Евтушенков заявил, что может отказаться от продажи доли в «Детском мире». «Можем и не продавать, он хорошо развивается», – отмечал он.

«Детский мир» поделится прибылью с акционерами: годовые дивиденды сети могут быть рекордными, по данным VCS Global Markets. За IV квартал 2019 г. чистая прибыль «Детского мира» по РСБУ составила 3,3 млрд руб., приводятся в сообщении

ритейлера слова Чирахова. Менеджмент компании рекомендует направить все эти деньги на годовые дивиденды.

**Источник:** <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/03/01/795469-detskii-mir>

## **Uniqlo арендовал 1200 кв.м торговых площадей в ТРЦ «Парк Хаус» в Казани**

Японский ритейлер Uniqlo арендовал около 1200 кв.м торговых площадей в ТРЦ «Парк Хаус» на проспекте Хусаина Ямашева в Казани, сообщает пресс-служба торгового центра.

Как уточняется, магазин Uniqlo расположится на первом этаже здания, слева от центрального входа. Официальное открытие магазина запланировано на май этого года.

Известно, что новый универмаг Uniqlo станет второй торговой точкой бренда в городе. Запуск магазина состоится в рамках программы по региональной экспансии сети на российском рынке.

Напомним, на данный момент под вывеской Uniqlo работает 21 универмаг в Москве, 6 магазинов в Санкт-Петербурге, по 2 торговых точки в Екатеринбурге, Нижнем Новгороде и Ростове-на-Дону, а также один универмаг в Казани. Известно, что все магазины ритейлера располагаются в крупных торговых центрах.

ТРК «Парк Хаус» входит в портфель недвижимости австрийского фонда Atrium European Real Estate. ТРК расположен в Ново-Савиновском районе Казани. Общая площадь комплекса превышает 50 000 кв.м, арендопригодная – свыше 43 000 кв.м. ТРЦ, построенный в 2007 году, объединяет под одной крышей крупнейшие магазины, рестораны, кафе, кинотеатр и игровую зону. Парковка центра рассчитана на более чем 1600 м/мест.

**Источник:** <https://zдание.info/2390/2392/news/13220>

## **Магазины Cropp и Sinsay откроются в ТРЦ «Галерея 9-18» в Видном**

Одежные ритейлеры Cropp и Sinsay откроются в строящемся ТРЦ «Галерея 9-18» в Видном. Соответствующий договор был подписан польским фэшн-ритейлером LPP S.A., управляющим брендами, с девелопером проекта компанией «Региондевелопмент». Консультантом сделки выступил эксклюзивный брокер проекта по сдаче площадей компания Prime Management.

Магазины молодежной одежды Cropp и Sinsay откроются на первом этаже комплекса. Cropp займет 947 кв. м, а Sinsay 1,1 тыс. кв. м.

«Хочу отметить, что это первый случай, когда оператор LPP заходит в районный формат ТРЦ, – отметила генеральный директор компании «Региондевелопмент» Ольга Вальчук. – Высокая оценка нашего проекта одним из крупнейших одежных операторов, уверена, станет залогом успеха нашего сотрудничества».

«Появление в проекте таких магазинов как Sinsay и Cropp даст возможность получить шоппинг международного уровня, не выезжая из Видного. Считаю, магазины польского оператора станут отличными fashion-якорями и будут пользоваться успехом среди жителей города», – прокомментировала Ольга Яковлева, руководитель проектов департамента брокериджа Prime Management.

На сегодняшний день подписаны договоры с ключевыми арендаторами комплекса: супермаркетом «Мираторг», первым в городе 6-зальным кинотеатром «Киноград», детским развлекательным центром «Замания», магазинами детских товаров «Кораблик», товаров для дома «Домаркет», электроники и бытовой техники DNS, парфюмерии и косметики «Л'Этуаль» и др.

*Справка о LPP.* LPP – польский производитель одежды и одна из самых быстрорастущих компаний этой отрасли в странах Центральной и Восточной Европы. Компания управляет пятью модными брендами: Reserved, Cropp, House, Mohito и Sinsay. Ее торговая сеть из 1700 магазинов работает на трех континентах. Штаб-квартира компании LLP находится в Гданьске, но у компании также имеются представительства в Кракове, Варшаве и Шанхае, а также в Дакке (Бангладеш).

**Источник:**<http://businessrealty.ru/PressReleasebusinessrealty/PressReleaseShow.asp?ID=691347>

### **Love Republic открылся после реконцепции в ТРЦ «Планета» в Уфе**

В ТРЦ «Планета» открылся обновленный магазин женской одежды Love Republic. Площадь магазина составляет 286 кв. м.

Love Republic – популярная сеть бутиков женской одежды, насчитывающая более 160 магазинов в России и странах ближнего зарубежья. Коллекции Love Republic, создающиеся собственными дизайнерами бренда, включают в себя как одежду на каждый день, так и большой выбор нарядов для особого случая.

**Источник:** <http://www.prtime.ru/2019/02/26/love-republic-v-trc-plane.html>

### **«Спортмастер», O'Stin и FUNDAY стали якорными арендаторами ТЦ Лаванда Молл в Севастополе**

Компания IDEM, как эксклюзивный брокер и разработчик концепции строящегося торгового центра Лаванда Молл в Севастополе, завершил сделку по привлечению в ТЦ группы «Спортмастер». Кроме «Спортмастера», который выбран одним из якорных арендаторов строящегося ТЦ и займет площадь порядка 2 000 кв. м, в Лаванда Молл компанией IDEM также привлечены магазины O'Stin и FUNDAY. Примечательно, что «Спортмастер» и FUNDAY впервые откроют свои магазины в Севастополе.

ТЦ Лаванда Молл планируется открыть в конце апреля 2019 года. Девелопер проекта – компания «Добрыня-Дар», консультант – компания IDEM, архитектор и дизайнер фасада и внутренних интерьеров – бюро «Portner Architects». Это будет первый в Севастополе и единственный в Крыму специализированный торговый центр моды. На трех этажах общей торговой площадью 10 тыс. кв. м. разместятся магазины одежды, обуви и аксессуаров. Уникален для Крыма и сам архитектурный проект ТЦ, включающий в себя витраж на три этажа, просторный атриум и современный фасад. Предусмотрена наземная парковка на 600 машиномест.

Руководитель отдела торговой недвижимости IDEM Виктор Князев: «Привлечение в новый торговый центр таких крупных и популярных ритейлеров, как «Спортмастер», является одной из составляющих успешного проекта и усилит позиции ТЦ на рынке. Спортивный магазин для всей семьи давно ожидаем жителями города. И это будет первый «Спортмастер» в Севастополе».



Справка:

«Спортмастер» – спортивный магазин для всей семьи. Входит в топ-10 мировых розничных спортивных сетей, занимает первое место в России и на территории Восточной Европы. На территории России, Украины, Белоруссии, Казахстана и Китая открыто более 495 магазинов в 230 городах. Ежегодно магазины «Спортмастер» посещают более 200 млн человек.

В ТЦ «Лаванда Молл» «Спортмастер» будет расположен на 3 этаже и займет площадь 1957 кв. м.

FUNDAУ – сеть универмагов бюджетной одежды для молодой семьи на каждый день. В ассортименте бренда представлены коллекции для взрослых и детей. На женскую одежду приходится 50 %, на мужскую – 20 %, на детскую – 20 %, остальное – аксессуары. Сейчас в России открыто уже более 120 универмагов FUNDAУ.

В ТЦ «Лаванда Молл» FUNDAУ будет расположен на 2 этаже и займет площадь 730 кв. м.

O'Stin – магазин одежды в стиле casual для всей семьи. Выпускает одежду более 15 лет, имеет 730 магазинов в 5 странах.

В ТЦ «Лаванда Молл» O'Stin будет расположен на 1 этаже и займет площадь 900 кв. м.

**Источник:** <https://theproperty.ru/pressroom/news/2459/>

## **В Жуковском открывается магазин обуви для детей Карика**

Российская сеть торговых точек детской обуви Карика открывает новый магазин в Жуковском. Он расположится в ТЦ «Самолет».

В настоящее время в Москве, согласно данным сайта компании, открыто порядка 15 фирменных магазинов Карика, такое же количество фирменных торговых точек насчитывается в Московской области. Также Карика широко представлена в мультибрендовых сетях по всей России и в интернет-магазинах.

История компании берет свое начало в 90-ых, но бренд под названием Карика родился только в 2009 году (прежде фирма именовалась «Фабрикой обуви»). Обувь марки отшивается на фабриках в Италии, Молдавии, России, Турции, а также на крупных производствах Китая.

**Источник:** <http://rdt-info.ru/2019022615236/v-zhukovskom-otkryvaetsya-magazin-obuvi-dlya-detey-kapika.html>

## **Бренд одежды DNK запустит новые магазины по франшизе**

Российский бренд одежды для детей и взрослых DNK открыл первый собственный магазин в ТРЦ «МЕГА» в Ростове-на-Дону. Марка с недавних пор развивается по франшизе: первый партнерский магазин появился в конце 2018 года в Благовещенске.

Как пишет издание «Город N», в 2019 году DNK планирует открыть еще два магазина на условиях франчайзинга – в Санкт-Петербурге и Краснодаре.

Проект запустили сестры Анна Алексеева и Ольга Коваленко в 2015 году. Повседневная одежда DNK стиля спорт-шик относится к среднему ценовому

сегменту. С 2017 года у бренда есть собственное производство, его объемы – более 80 тысяч изделий в год.

Изначально DNK развивался через «Инстаграм». Сейчас у страницы бренда почти 400 тысяч подписчиков. Как говорят создательницы проекта, с помощью «Инстаграма» они продают одежду не только молодым мамам в России, но и за границу. Бренд также сотрудничает с марками и популярными персонами, имеющими множество подписчиков в «Инстаграме»: например, выпустил совместные коллекции с Black Star Wear и певцом Алексеем Воробьевым.

**Источник:** <https://www.buybrand.ru/news/22252/>

### **Мария Ильченко, компания «Обувь XXI века»: «В 2019 году мы откроем не менее 10 магазинов»**

Компания «Обувь XXI века», которая более 20 лет ведет оптовую торговлю обувью, занимается такими брендами, как Levi's Kids, Airbox, Lulu. В 2019 году фирма собирается развивать франчайзинг и открыть не менее 10 магазинов. О планах компании рассказала ее представитель Мария Ильченко.

«Наша компания ведет оптовую торговлю обувью брендов Levi's Kids, Airbox, Lulu. Главный критерий в подборе поставщиков у нас один – это соответствие продукции стандартам качества при средней цене на товар. Детская и подростковая обувь джинсового бренда Levi's соответствует этим критериям, поэтому мы ее продвигаем», – отметила спикер.

«Особое направление нашей работы – создание региональной дилерской сети на франчайзинговой основе. В настоящее время работает шесть фирменных магазинов «Обувь XXI века» в Москве, а также в Санкт-Петербурге. Планы на этот год у нас серьезные – мы планируем открыть не менее 10 магазинов», – подчеркнула Мария Ильченко. По материалам пресс-службы выставки «СJF – Детская мода».

**Источник:** <http://rdt-info.ru/2019030115249/mariya-ilchenko-kompaniya-obuv-xxi-veka-v-2019-godu-my-otkroem-ne-menee-10-magazinov.html>

## **Закрываются**

### **Британский ритейлер Next уйдет с российского рынка**

Оператор британских сетей Next и Next kids в России планирует закрыть магазины, сообщили РБК два источника на рынке коммерческой недвижимости. По информации одного из собеседников РБК, это может произойти к июлю текущего года.

О планирующемся закрытии сети знает и директор департамента недвижимости Grosus Group Ольга Антонова. По ее словам, компания получила официальное уведомление о планах закрытия магазинов сети Next в связи с прекращением деятельности этого бренда в России. Закрытие планируется в течение 2019 года, точные даты пока не определены. У Grosus Group ритейлер арендует площади в торговых центрах VEGAS в Мякинино и на Каширском шоссе. Сейчас, по словам Антоновой, компания ведет переговоры с другими потенциальными арендаторами.

В «Монэкс Трейдинг» (развивает Next в России) и в головной Alshaya Group не ответили на запрос РБК. В офисе Next ситуацию также не прокомментировали.

*Вставка: Что такое Next*

*Торговая сеть Next была основана в 1982 году. Согласно информации компании, под этим брендом сейчас работает более 500 магазинов в Великобритании и Ирландии, еще более 200 – за рубежом в 40 странах мира. В 2018 финансовом году (завершился 27 января 2018-го) выручка компании осталась на уровне предыдущего года и составила £4,1 млрд, чистая прибыль сократилась на 7%, до £592 млн. В России ретейлер работает с 2006 года. Его локальный партнер – основанная в 1999 году компания «Монэкс Трейдинг», которая входит в ближневосточную Alshaya Group (развивает по франшизе такие бренды, как Mothercare, MAC, The Body Shop, Victoria's Secret и др.). По последним доступным в СПАРК данным, в 2017 году выручка ООО «Монэкс Трейдинг» осталась на уровне прошлого года и составила 16 млрд руб. Согласно официальной русскоязычной версии сайта, у Next и Next kids сейчас работают 24 магазина в России.*

Исполнительный директор департамента торговой недвижимости Colliers International Дина Постоленко считает, что закрытие торговой сети связано с оптимизацией управляющей компанией портфеля брендов за счет отказа от наименее доходных марок. На развитие Next повлияли рост курса фунта стерлингов к рублю и, соответственно, снижение маржинальности бизнеса, говорит она. Согласно данным ЦБ, с 31 января 2014 года по аналогичную дату 2019 года рубль подешевел по отношению к фунту на 48%.

О сложностях ведения бизнеса на российском, а также на украинском рынках компания сообщала в отчетности за 2015 финансовый год. Тогда темпы роста международных продаж в онлайн были значительно ниже предыдущего года, что компания связала, в частности, с девальвацией местных валют в России и на Украине.

«Мы были вынуждены поднять цены в местных валютах, чтобы поддерживать прибыльность бизнеса на этих территориях, и в результате продажи, которые мы измеряем в фунтах стерлингов, больше не растут», – пояснял ретейлер. Тогда в компании отмечали, что верят в возвращение рынков к росту, когда валюты стабилизируются. Из отчетности Next за 2016 финансовый год следует, что ее маржинальность сократилась на 2% в связи с решением за счет нее сгладить эффект от девальвации в России и на Украине.

*Вставка: Как британские модные бренды уходили из России*

*Среди других британских марок, покинувших Россию в 2014–2015 годах на фоне кризиса, были River Island, New Look и Laura Ashley. Самое резкое снижение российского рынка одежды, обуви и аксессуаров было зафиксировано в 2015 году, когда, по данным Fashion Consulting Group, он сократился на 9%.*

*По подсчетам Colliers International, тогда Россию покинуло максимальное количество зарубежных брендов. Начиная с 2016 года fashion-рынок начал медленно расти. Но по результатам 2018 года рост в рублевом эквиваленте был нулевым: объем рынка составил 2,36 трлн руб., что соответствует уровню 2017 года, следует из данных Fashion Consulting Group. Как сообщал РБК, аналитики департаментов торговой недвижимости ведущих консалтинговых компаний ожидали, что количество новых зарубежных брендов, вышедших на российский рынок, окажется по итогам 2018 года минимальным по меньшей мере с 2013 года.*

**Источник: <https://www.rbc.ru/business/28/02/2019/5c7674de9a794745eb63e446>**

## **Gap Inc. разделится на две компании и закроет 230 магазинов Gap**

Ритейлер Gap Inc. заявил, что разделится на две компании, одна из которых будет включать бренд Old Navy, а в другую войдут бренды Gap, Athleta, Banana Republic, Intermix и Hill City. Об этом пишет ffin.ru.

Мировые продажи бренда Gap в 2018 г. упали на 5 проц. Gap также планирует закрыть около 230 специализированных магазинов Gap в течение следующих двух лет в рамках усилий по «оживлению» собственного бренда.

«Закрываются в основном в Северной Америке. Уже закрыты больше 55 магазинов. Всего у Gap по всему миру осталось 742 бутика», – говорится в сообщении.

Gap планирует закрыть около 230 специализированных магазинов Gap в течение следующих двух лет

Пока не известно, какое количество рабочих мест будет сокращено в течение следующих двух лет. Отмечается, что в последние годы доходы Gap начали падать, а Old Navy, наоборот, расти. Это связано с конкуренцией с такими брендами, как Zara, H&M и Forever 21.

Gap Inc. также заявила, что заработала \$276 млн (72 цента на акцию) в четвертом квартале по сравнению с \$205 млн (52 цента на акцию) за аналогичный период прошлого года. Продажи упали до \$4,6 млрд с \$4,8 млрд год назад.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/gap-inc-razdelitsya-na-dve-kompanii-i-zakroet-230-magazinov-gap/2019030124998>

## **Интернет-торговля**

### **Women'secret объявляет о запуске онлайн-магазина в России**

Международный бренд Women'secret, который входит в крупнейшую fashion-группу Tendam, сообщил об открытии официального онлайн-магазина в России – Womensecret.ru.

Онлайн-магазин осуществляет доставку по всей России. Воспользовавшись простой формой регистрации на сайте, любой покупатель будет получать актуальные новости, информацию об акциях и специальных предложениях, а также сможет проверить статус своего заказа.

Главная цель бренда – сделать процесс покупок доступным на разных площадках для большего удобства и лояльности покупателей.

Бренд Women'secret был основан в 1993 году с целью стать лидером в сегменте нижнего белья. Международная экспансия в 2001 году стала одним из ключевых решений, определивших успех бренда. Сегодня бренд насчитывает свыше 746 магазинов в более чем 72 странах.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/women-secret-obyavlyayet-o-zapuske-onlai-n-magazina-v-rossii/2019022624964>

### **Продавать одежду Mexx в России начнет Wildberries**

Голландская марка одежды и обуви Mexx, которая ушла с российского рынка в 2017 году, станет вновь широко доступна в стране на следующей неделе. Бренд появится

в интернет-магазине Wildberries, который стал эксклюзивным продавцом Mexx в этом канале. Сотрудничество позволит ритейлеру расширить целевую аудиторию за счет лояльных к бренду клиентов, а Mexx получит доступ к растущему рынку с оборотом **₽450 млрд/год**.

О том, что Wildberries получил эксклюзивные права на онлайн-торговлю одеждой и обувью Mexx в России и странах СНГ, «Ъ» сообщил представитель ритейлера. В Mexx информацию подтвердили. Коллекция весна-лето 2019 года появится на площадке Wildberries с 1 марта. Весь ассортимент насчитывает более 1,3 тыс. SKU. Для Wildberries это первый подобный контракт. Его условия стороны не раскрывают. Mexx сейчас присутствует в России в ограниченном виде, в том числе в онлайн. Обувь этой марки, к примеру, доступна в интернет-магазине Lamoda. В Mexx сообщили «Ъ», что после подписания эксклюзивного контракта с Wildberries прекратят поставки другим российским интернет-магазинам. В Lamoda на запрос «Ъ» не ответили.

Wildberries – крупнейший интернет-магазин в России, основан в 2003 году Татьяной и Владиславом Бакальчук. Ассортимент включает одежду, обувь, бытовую технику, ювелирные изделия и пр. В 2018 году, по собственным данным, оборот Wildberries, вырос на 72%, до **₽118,7 млрд**. В январе 2019 года Forbes оценил состояние госпожи Бакальчук более чем в \$1 млрд. Это соответствует второму месту в рейтинге богатейших женщин в стране после Елены Батуриной, бывшей владелицы девелоперской группы «Интеко» и супруги экс-мэра Москвы Юрия Лужкова.

Mexx основан в Голландии в 1984 году. В 1997 году бренд на российский рынок вывела BNS Group (также развивает магазины Michael Kors, Calvin Klein, Topshop и пр.). На 2017 год в стране под вывеской Mexx работало около 30 объектов, но владелец марки турецкая Eroglu (бренд Colin's) решила прекратить развитие бренда. Последний магазин Mexx в России закрылся в 2017 году. В том же году марку у Eroglu приобрел голландский холдинг RNF, а осенью 2018 года BNS Group объявила, что вновь стала эксклюзивным дистрибутором Mexx в России. Гендиректор BNS Group Денис Богатырев заявил «Ъ», что партнерство с Wildberries – часть трехстороннего соглашения между Mexx, BNS Group и интернет-ритейлером. По его словам, сделка позволит не ограничивать географию продаж бренда городами-миллионниками. Ранее в BNS планировали запустить около 15 магазинов Mexx в России в течение пяти лет. Первый объект должен открыться в Москве этой осенью, развитие в регионах будет зависеть от успеха марки на столичном рынке, заявил «Ъ» господин Богатырев.

Оценить контракт Mexx и Wildberries собеседники «Ъ» затруднились. Такие соглашения всегда индивидуальны и зависят от множества факторов, объясняет один из них. Управляющий партнер Data Insight Борис Овчинников при этом отмечает, что как доминирующий онлайн-канал в России диктовать условия сделки мог именно Wildberries, тем более в случае, когда у бренда нулевое официальное присутствие в стране, добавляет он. Для Wildberries при этом статус единственного онлайн-дистрибутора Mexx позволит увеличить целевую аудиторию за счет лояльных к бренду клиентов, добавляют в консалтинговой компании «Магазин магазинов».

Для RNF развитие электронной коммерции – приоритет на первом этапе перезапуска марки, заявил «Ъ» исполнительный директор Mexx Лео Кантагалли. По оценке президента Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Артема

Соколова, сегодня на одежду и обувь приходится более 36% всего российского рынка онлайн-торговли с оборотом около **₽1,25** трлн/год. При этом доля этого сегмента растет. В прошлом году, по оценке Data Insight, на него приходилось 33% всех онлайн-продаж.

**Источник:** [https://www.kommersant.ru/doc/3896308?utm\\_source=facebook.com&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=amplifr\\_social](https://www.kommersant.ru/doc/3896308?utm_source=facebook.com&utm_medium=social&utm_campaign=amplifr_social)

### **Lamoda подбирает модель**

Темпы роста выручки интернет-магазина Lamoda замедлились по итогам 2018 года, а в валютном выражении перешли к снижению. В компании объясняют это переходом к большей доли продаж по модели маркетплейса. Нишевым ритейлерам становится сложнее конкурировать с наращивающими инвестиции онлайн-гипермаркетами, считают эксперты.

Выручка онлайн-ритейлера Lamoda (работает в России, Белоруссии, Казахстане и на Украине) по итогам 2018 года сократилась до €376,4 млн с €395,1 млн годом ранее (снижение на 4,7% в евро и рост на 6,7% в рублях), говорится в отчете материнской компании Global Fashion Group. Для сравнения, в 2017 году компания показывала рост и в рублях, и в евро — на 18,6% и 29,5% соответственно. Стоимость проданных на Lamoda товаров за 2018 год с учетом платной доставки составила €467 млн (рост на 1% в евро и 13,9% в рублях). Число активных покупателей увеличилось на 7%, до 2,7 млн.

В Lamoda объясняют изменение показателей ростом доли продаж по модели маркетплейса. Сейчас у ритейлера 20 компаний-клиентов в сегменте B2B, а доля маркетплейса в выручке за 2018 год составила 13,1% против 2,7% в 2017 году, уточнила представитель компании. По ее словам, модель маркетплейса более маржинальна, «что можно увидеть в росте валовой прибыли» – 38,7% в рублях год к году. Данные по операционной прибыли Lamoda не раскрывала; по итогам 2017 года чистый убыток российского юридического лица компании составил **₽2,43** млрд.

Темпы роста выручки Lamoda заметно ниже показателей лидеров рынка. Как ранее писал «Ъ», Wildberries, запустившийся как магазин одежды и обуви, и Ozon.ru могли вырасти по итогам 2018 года на 70–80%. Компании объясняли это расширением ассортимента. Lamoda же не может показать схожих темпов, поскольку остается исключительно в сегменте одежды и обуви, объясняет гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров: этот рынок сейчас находится под серьезным давлением, в частности, со стороны онлайн-гипермаркетов и маркетплейсов, в том числе китайских. Так, в 2018 году немецкая группа Otto свернула в России онлайн-магазины под брендами Otto и Quelle, а другие участники рынка, например Bonprix (также входит в Otto) и KupiVIP, показывают медленный рост, отмечает эксперт. При этом ритейлеры сегмента fashion могут противопоставить маркетплейсам низкие цены, удобную доставку и возврат, указывает директор департамента консалтинга Deloitte Вардан Гаспарян.

В 2018 году на российском рынке онлайн-ритейла несколько крупных игроков с огромными затратами наращивали свои объемы, констатирует партнер Data Insight Федор Вирин: «Lamoda, оставаясь нишевым магазином одежды и обуви, в этой гонке не участвовала, поэтому и темпы роста у нее существенно ниже, чем у игроков, вкладывающих десятки или сотни миллионов в расширение». Нынешний год может

стать решающим для компании, считает господин Вирин, не исключая, что ритейлер может перейти под контроль более крупного игрока.

«Если в этом году Lamoda запустит распределительный центр и усилит логистику, а в следующем выйдет на операционную безубыточность, то сможет закрепиться в своей нише. В противном случае у них могут просто кончиться финансовые ресурсы, докапитализировать их будет тяжело», – добавляет Михаил Бурмистров. В части развития маркетплейса компании будет сложно тягаться с крупными игроками вроде «Яндекса» или Ozon.ru, пессимистичен он.

**Источник:** <https://www.kommersant.ru/doc/3896353>

### **У O'stin появился онлайн-помощник по подбору одежды**

Интернет-магазин O'stin начал использование виджета для подбора размера одежды, созданного на основе искусственного интеллекта.

Для того, чтобы подобрать подходящий размер и понять, как вещь сядет по фигуре, покупателям O'stin нужно ввести на сайте свой рост, вес, обхват груди и талии. На основе этих данных система «предскажет» более 80 параметров тела человека и даст рекомендации для того или иного элемента одежды, сообщает Retail.Ru.

В настоящий момент опция доступна почти для всей новой мужской и женской коллекции 2019 года и для некоторых моделей прошлого сезона. Внедрение виджета, по прогнозу, позволит увеличить конверсию просмотров в заказы на 5–10 проц и сократит ритейлеру количество возвратов на 10–15 проц.

Разработкой виджета занималась компания Sizolution, сообщает Retail.Ru.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/u-o-stin-poyavilsya-onlajn-pomoschnik-po-podboru-odezhdy/2019022524929>

### **Открылся новый интернет-магазин детской одежды BuboKids**

В Бубокидс представлен полный ассортимент одежды для детей любого возраста, с рождения и до 15 лет, а также для их родителей. Офис интернет-магазина находится в Новосибирске.

**Источник:** <http://novosibirsk.bezformata.com/listnews/magazin-detskoj-odezhdi-bubokids/73184901/>

## **Законы**

### **Tax free может заработать в электронном формате в 2020 году**

Система tax free может перейти в электронный формат с 2020 года/ Соответствующие поправки в Налоговый кодекс внесет Минфин, сообщил замминистра финансов Илья Трунин.

«Теоретически, да», – сказал он, отвечая на вопрос о возможности перехода tax free в электронный формат со следующего года.

«Необходимо внести определенные изменения в Налоговый кодекс и обеспечить техническую возможность», – отметил Трунин.

Система tax free была запущена в России в апреле 2018 года. Вернуть себе НДС с товаров, купленных в РФ, могут граждане иностранных государств, не входящих в

Евразийский экономический союз (ЕАЭС). Для такой компенсации иностранцу нужно приобрести в течение одного дня товаров на сумму не менее **₽10 тыс.** с учетом налога и оформить чек на них, передает ТАСС.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/tax-free-mozhet-zarabotat-v-elektronnom-formate-v-2020-godu/2019022624938>

## Другое

### **Промсвязьбанк открыл ГК «Обувь России» кредитную линию на 3 млрд рублей**

Промсвязьбанк и группа компаний «Обувь России» подписали кредитное соглашение на сумму **₽3 млрд.** В его рамках банк предоставляет группе возобновляемую кредитную линию сроком на 4 года. Привлеченные денежные средства «Обувь России» направит на пополнение оборотного капитала и финансирование текущей деятельности группы.

«Мы рады началу сотрудничеству с одним из крупнейших банков нашей страны, что открывает для нас новые возможности по финансированию развития бизнеса, – комментирует Антон Титов, директор ГК «Обувь России». – В последние два года мы активно наращиваем объемы по всем основным направлениям, включая розничную сеть и обувное производство. У нас также амбициозные планы по росту и на этот год, что позволит нам укрепить лидерские позиции на рынке. Поэтому финансовая поддержка Промсвязьбанка сыграет важную роль в реализации долгосрочной программы развития нашей компании».

«Важной задачей для Промсвязьбанка является развитие и поддержка отечественных производителей. Для нас это одна из возможностей по реализации задач, поставленных перед банком государством, – комментирует директор департамента крупных корпоративных клиентов Промсвязьбанка Артем Шашкин. – Компания «Обувь России» динамично растет, модернизирует производственные мощности, внедряет новые технологии и расширяет свое присутствие по всей стране. Мы ценим тот факт, что можем внести свой вклад в развитие бизнеса «Обуви России» и тем самым способствовать становлению легкой промышленности в нашей стране в целом и обувной отрасли в частности».

Выручка «Обуви России» в 2018 году увеличилась на 9% до **₽11,53 млрд.** Компанией было открыто 192 новых магазинов, включая 144 собственных. Компания существенно расширила географию сбыта, выйдя в более чем 80 новых городов. В этом году «Обувь России» планирует сохранить темпы роста, открыв 100-150 новых магазинов.

**Источник:** <https://bankinform.ru/news/SingleNews.aspx?newsId=97425>