

Ключевые события fashion-ритейла (04.03.19-10.03.19)

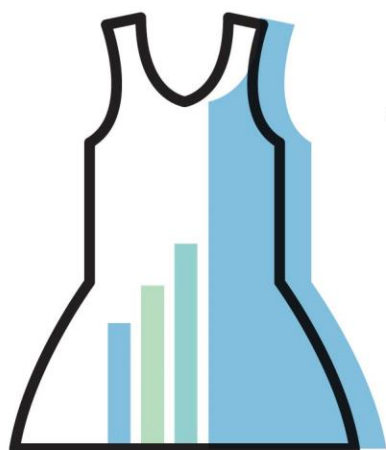
Выпуск 5

Wildberries решил вдвое снизить комиссии
для поставщиков

«Спортмастер» заключит одну из крупнейших сделок
года на рынке складов

Bosco откроет фирменные магазины во Франции и
Швейцарии

2019 RBC Moscow



КРАТКИЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Открытия

Bosco откроет фирменные магазины во Франции и Швейцарии

Российская компания Bosco di Ciliegi планирует открыть фирменные магазины во французском Куршевеле и в швейцарских Санкт-Морице и Базеле.

ГК «Детский мир» открыла второй магазин в Белоруссии

Второй магазин торговой сети «Детмир» площадью 1 080 кв. м открылся в Минске в торговом центре Coolman по адресу: ул. Кульман, 3.

Sultanna Frantsuzova открыла новый бутик в Москве

Он расположился в Хохловском переулке, ст. м. «Китай-город».

Familia открыла магазин в Москве

Федеральная off-price-сеть Familia открыла магазин в новой очереди дисконт-центра «Орджоникидзе 11».

Ессо открыл два новых магазина в Москве

В Москве на улице Петровка, 17 открылся новый концептуальный магазин обуви Ессо. Это первый магазин бренда, созданный в принципиально новом прайм-концепте.

Total Vintage откроет шоу-рум в Москве

Интернет-магазин винтажной одежды Total Vintage открыл офлайн-точку на Покровке, 1.

Funday откроет магазин в Жуковском

Сеть универмагов одежды для всей семьи Funday арендовала более 650 кв.м в ТРЦ «Авиатор».

Uniqlo откроет магазин в Санкт-Петербурге

Площадь торговой точки составит 1 300 кв. м.

Vaon открыл первый аутлет в Санкт-Петербурге

Российский ритейлер Vaon открыл в Санкт-Петербурге первый аутлет-магазин в ТЦ Outlet Village Pulkovo.

Koton откроет первый магазин в Ставрополе

Турецкий бренд одежды Koton откроет первый магазин в Ставрополе. Он расположится в ТРЦ «Мегацентр Kosmos».

«Дочки-Сыночки» открыла рекордное число магазинов в прошлом году

Компания «Дочки-Сыночки» открыла за прошедший год в 2,5 раза больше магазинов, чем в 2017 году и вернулась к динамике роста сети докризисного периода.

Интернет-торговля

Wildberries решил вдвое снизить комиссии для поставщиков

Но взамен площадка вводит фиксированные сборы за доставку товаров.

Сделки

«Спортмастер» заключит одну из крупнейших сделок года на рынке складов

Компания договорилась снять 35 тыс. кв. м в индустриальном парке «Холмогоры».

Лица

В совет директоров материнской компании Lamoda вошел бывший CEO Guess

Членом совета директоров компании стал Виктор Эрреро.

Технологии

Стартап «Лаборатории Касперского» Verisium помог бренду Outlaw создать «умную» одежду

Об этом CNews рассказали в пресс-службе «Лаборатории Касперского».

Другое

Calvin Klein прекратит выпуск коллекций прет-а-порте

Это стало следствием увольнения креативного директора Рафа Симонса в декабре 2018 года.

Сеть магазинов L.K. Bennett обанкротилась

Британский бренд L.K. Bennett уже закрыл 5 из 39 розничных точек в стране, онлайн-продажи приостановлены, под увольнение попали 55 человек.

ПОЛНЫЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

Открытия

Bosco откроет фирменные магазины во Франции и Швейцарии

Российская компания Bosco di Ciliegi планирует открыть фирменные магазины во французском Куршевеле и в швейцарских Санкт-Морице и Базеле, рассказал RNS источник на рынке коммерческой недвижимости.

«Bosco на данный момент ведет разработку проекта по открытию магазинов фирменной одежды на трех европейских курортах. Это Санкт-Мориц, Базель и Куршевель», – сказал источник.

Он пояснил, что планируется открыть магазины формата стрит-ритейл.

«Компания делает ставку именно на магазины формата стрит-ритейла. Bosco ориентируется на спрос среди российских туристов», – добавил источник. Он отметил, что число магазинов пока неизвестно, но «скорее всего, по одному на старте».

Планы компании выйти на международный рынок подтвердил RNS глава Bosco di Ciliegi Михаил Куснирович.

«Мы работаем над международной экспансией. Это правда», – сказал он. Куснирович добавил, что открытие магазинов планируется в конце 2019 – начале 2020 года. «Если мы успеем, то это будет декабрь 2019, а если не успеем, то соответственно 2020 год», – пояснил он.

Ранее у Bosco были только временные магазины за рубежом, которые открывались на время проведения Олимпиад в Турине и Лондоне. В декабре 2016 года Куснирович рассказывал журналистам, что планирует начать развитие собственной розничной сети за рубежом в 2018 году.

«Сами торговые точки мы планируем открыть в 2018 году. Это и Европа, это и Азия», – говорил он.

Группа компаний Bosco di Ciliegi была основана в 1991 году. Bosco Sport выпускала официальную спортивную экипировку сборной России на Олимпийских играх в Солт-Лейк-Сити, Афинах, Турине, Пекине, Ванкувере, Лондоне, Сочи и Рио-де-Жанейро.

Источник: <https://rns.online/consumer-market/Bosco-otkroet-firmennii-magazini-vo-Frantsii-i-SHveitsarii-2019-03-06/>

ГК «Детский мир» открыла второй магазин в Белоруссии

Группа компаний «Детский мир» – крупнейший в России розничный оператор торговли детскими товарами – сообщает об открытии второго магазина в Беларуси.

Второй магазин торговой сети «Детмир» площадью 1 080 кв. метров открылся в Минске в торговом центре Coolman по адресу: ул. Кульман, 3.

В сети «Детмир» в Беларуси представлен широкий ассортимент товаров для детей от 0 до 12 лет: одежда и обувь, товары и питание для новорожденных, игрушки для мальчиков и девочек, товары для раннего и школьного развития детей и подростков – всего более 30 тысяч наименований. Наряду с мировыми производителями на полках магазина «Детмир» представлены белорусские товары.

Андрей Белик, исполнительный директор розничной сети «Детмир»: «Мы очень довольны нашим стартом в Минске! С первых дней работы наш магазин в ТЦ «Евроопт», открытый в феврале этого года, демонстрирует высокие продажи и покупательский трафик. Минчане по достоинству оценили наш сервис, представленный в магазине ассортимент и ценовую политику. Мы верим в успех и нашего второго магазина в ТЦ Coolman и приглашаем наших покупателей за выгодными покупками».

Источник: https://shopandmall.ru/news/GK_Detskiy_mir_otkryla_vtoroy_magazin_Detmir_v_Respublike_Belarus

Sultanna Frantsuzova открыла новый бутик в Москве

В Москве открылся новый бутик российского бренда одежды Sultanna Frantsuzova. Он расположился в Хохловском переулке, ст. м. «Китай-город».

Новый магазин появился взамен закрытого в феврале шоу-рума на Красном Октябре. Всего сеть Sultanna Frantsuzova насчитывает пять бутиков в России: в Москве, Екатеринбурге, Новосибирске и два в Уфе.

Бренд Sultanna Frantsuzova основан в 2004 году дизайнером Султанной Французовой. В первые два года работы маркой было открыто 60 магазинов, однако из-за финансовых проблем все они были закрыты в 2006-м, а сама дизайнер покинула бизнес. В 2011 году Французова вернула себе права на бренд и перезапустила его, открыв интернет-магазин и восемь магазинов. В 2016-м дизайнер заявила о предстоящем активном развитии розничной сети марки. Планировался запуск четырех новых точек до конца 2016 года и еще по меньшей мере пяти – в 2017-м.

Источник: <https://profashion.ru/news/177366/>

Familia открыла магазин в Москве

Федеральная off-price-сеть Familia открыла магазин в новой очереди дисконт-центра «Орджоникидзе 11», сообщает международная консалтинговая компания в области недвижимости CBRE.

Familia стала первым якорным арендатором торгового центра и расположилась на площади 1,3 тыс. кв. м.

В новом магазине представлена одежда, обувь, аксессуары, товары для дома нескольких тысяч известных мировых и российских брендов.

Магазин в дисконт-центре стал для сети Familia 247-м в России. На сегодняшний день ритейлер представлен в 89 городах страны, в Москве и области у компании уже почти сто магазинов.

Дисконт-центр «Орджоникидзе 11» расположен рядом со станцией метро «Ленинский проспект» и МЦК «Площадь Гагарина». Его общая площадь составляет 50 тыс. кв. м, площадь второй очереди – около 15 тыс. кв. м.

Источник: http://advis.ru/php/view_news_ajax.php?id=1FC511DF-8E1E-FE4E-8175-F91706556814

Ессо открыл два новых магазина в Москве

В Москве на улице Петровка, 17 открылся новый концептуальный магазин обуви Ессо. Это первый магазин бренда, созданный в принципиально новом прайм-концепте.

В магазине представлен основной ассортимент новой коллекции Весна-Лето 2019, а также эксклюзивные и лимитированные линейки обуви и аксессуаров.

Кроме того, 28 февраля состоялось открытие магазина в формате аутлет. Торговое пространство заработало в ТРЦ «XL-3» в Мытищах.

Эксклюзивным дистрибьютором марки Ессо в России выступает ООО «Экко-Рос». Сейчас в России и СНГ насчитывается около 260 магазинов бренда, сообщает Fashionunited.ru.

Источник: http://advis.ru/php/view_news_ajax.php?id=3588EE08-D41D-BF47-B6A2-1C8A61463B92

Total Vintage откроет шоу-рум в Москве

Интернет-магазин винтажной одежды Total Vintage открыл офлайн-точку на Покровке, 1.

Сейчас в магазине можно найти вещи преимущественно из весеннего сезона: пиджаки, плащи, костюмы, платья, изделия из льна и шелка. Среди представленных брендов – Armani, Burberry, Jil Sander, Issey Miyake. Все предметы отобраны на барахолках и в винтажных магазинах США, Англии, Таиланда, Турции и Италии.

Официальное открытие шоу-рума запланировано на 13 марта в 15:00. Все посетители получат скидку 20 % и welcome drink.

Источник: <https://www.the-village.ru/village/service-shopping/style-news/343585-total-vintage>

Funday откроет магазин в Жуковском

В подмосковный Жуковский выходит еще один новый торговый бренд. Сеть универмагов одежды для всей семьи Funday арендовала более 650 кв. м в ТРЦ «Авиатор», принадлежащий инвестиционно-девелоперской компании Styness. Сделку провели специалисты компании RRG – эксклюзивный брокер и консультант по реконцепции объекта. Срок договора аренды составил 7 лет. Открытие запланировано в июне 2019 года.

В рамках стратегии развития ТРЦ «Авиатор», новый для города универмаг расположится на 2-ом этаже. Как рассказала Виктория Тупикова, старший консультант департамента торговой недвижимости RRG, для открытия Funday проводятся работы по перепланировке части 2 этажа торгового центра, включая перемещение ряда арендаторов на новые площади. «„Мягкая“ реконцепция (при сохранении работы текущих арендаторов) позволила увеличить сдаваемую площадь 2-го этажа на 25%, что привело к увеличению арендного потока и снижению затрат арендодателя на эксплуатацию ТЦ. При этом важно было сохранить устойчиво работающие концепции и разместить крупного якорного арендатора», - добавила Виктория Тупикова.

«С открытием нового для города магазина, мы рассчитываем как на рост трафика торгового центра, так и на увеличение продаж у арендаторов торговой галереи за счет синергии, и желаем успехов Funday», - отметил руководитель компании Styness Максим Лалакин.

Ранее сообщалось от том, что «Спортмастер» и Funday дебютируют в Гатчине.

Источник: <https://www.retail.ru/news/174356/>

Uniqlo открывает магазин в Санкт-Петербурге

15 марта в Петербурге, в ТРК «Европолис» откроется новый магазин японского бренда Uniqlo. Площадь торговой точки составит 1 300 кв. м. Магазин расположится на первом этаже торгового комплекса.

Отметим, что магазин Uniqlo в ТРК «Европолис» станет седьмым в Северной столице. Также бренд представлен в ТРЦ «Галерея», «Лето», «Радуга», МЕГА Парнас, МЕГА Дыбенко и «Охта Молл».

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/v-peterburge-otkryvaetsya-novyy-magazin-uniqlo/2019030725055>

Ваон открыл первый аутлет в Санкт-Петербурге

Российский ритейлер Ваон открыл в Санкт-Петербурге первый аутлет-магазин в ТЦ Outlet Village Pulkovo. «В этом зимнем сезоне Санкт-Петербург показал себя неплохо. Спрос на верхнюю одежду стабилен. Мы открыли в Питере первый наш аутлет в Пулково, где покупатели могут обновить гардероб по привлекательным ценам. В Москве этот формат уже хорошо прижился, в Петербурге пока развивается, но мы в него верим», – рассказал FashionUnited глава Ваон Илья Ярошенко.

Всего у Ваон – 6 магазинов в Санкт-Петербурге: один партнерский и пять фирменных точек. «Санкт-Петербург для нашего бренда хороший регион: Санкт-Петербург – наша северная столица – второй регион по доходности после Москвы, а также по благоприятным погодным условиям – знаменитые питерские ветра способствуют продаже верхней одежды и теплого трикотажа», – отметил в разговоре с FashionUnited г-н Ярошенко.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/ilya-yaroshenko-spros-na-verkhnyuyu-odezhdu-stabilen/2019030625043>

Koton открывает первый магазин в Ставрополе

Турецкий бренд одежды Koton откроет первый магазин в Ставрополе. Он расположится в ТРЦ «Мегацентр Космос». Об этом сообщает компания «Магазин Магазинов», выступающая эксклюзивным брокером проекта.

Договор заключен в феврале этого года. Сообщается, что ритейлер займет торговое помещение площадью свыше 1 300 кв.м на втором этаже ТРЦ.

«Мегацентр Космос» – единственный современный торговый центр в Ставрополе.

В настоящее время в России открыто около 50-ти магазинов Koton в 24 городах.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/koton-prikhodit-v-stavropol/2019030825070>

«Дочки-Сыночки» открыла рекордное число магазинов в прошлом году

Компания «Дочки-Сыночки» открыла за прошедший год в 2,5 раза больше магазинов, чем в 2017 году и вернулась к динамике роста сети докризисного периода. По количеству открытых торговых точек сеть выросла на 15%.

В прошедшем году сеть супермаркетов детских товаров «Дочки-Сыночки» открыла 29 новых магазинов, что в три раза больше аналогичных показателей предыдущего года, открытий в котором было 12. В целом, темпы роста сети «Дочки-Сыночки» в 2 раза превысили среднестатистические годовые показатели пяти предыдущих лет – порядка 14 новых магазинов в год. Сопоставимая с 2018 годом динамика открытий новых магазинов наблюдалась в докризисный период 2010-2013 гг. Тогда средний прирост сети составлял порядка 25 магазинов в год.

Общая площадь торговых точек, начавших свою работу в 2018 году, превысила 25 тыс. квадратных метров и составила порядка 10% от общего объема площадей всей сети, измеряемых в 250 тыс. квадратных метрах. Причиной для таких высоких показателей прироста по объемам площадей стало изменение формата присутствия сети. Треть из вновь открытых супермаркетов «Дочки-Сыночки» являются крупнейшими детскими магазинами в городе, например, в Норильске, Пушкино, Кемерово, Петропавловск-Камчатском. Самый большой магазин «Дочки-Сыночки», открытый в 2018 году, расположен в Москве в ТРЦ «Каширская плаза», его площадь составляет свыше 1 600 кв. метров. Несколько меньше новые локации сети в Кемерово, Тамбове, Норильске, Петропавловск-Камчатском – около 1 300 кв. м.

Самый большой супермаркет «Дочки-Сыночки» расположен в Краснодаре в ТРЦ «СБС Мега Молл», его площадь составляет свыше 2,5 тыс кв. м. Работу магазин начал в 2014 году. На втором месте, с показателями в 2,3 тыс кв. м, расположились локации сети в г. Москва (ул. Керченская) и в г. Санкт-Петербург (Колпино). Почетное третье место – у Екатеринбург и Читы, в этих городах открыты магазины площадью свыше 2,2 тыс кв.м. Последние, как противоречиво это ни звучит, стали первыми крупнейшими магазинами сети, открытыми не в столице. Магазин в Чите является самым большим среди магазинов, расположенных далее 2 тыс км. от Москвы. Исторически этот город является знаковым для компании, так как здесь был открыт первый магазин.

«Наша компания располагает высоким потенциалом в части наращивания плотности сети и расширения географии присутствия, – сообщил Владимир Бондяшов, акционер, СЕО компании «Дочки-Сыночки» – В 2019 году мы намерены сохранить темпы по открытиям новых магазинов в масштабах, сопоставимых с прошлым годом. Однако, приоритетной задачей, в рамках дальнейшего развития компании, будет повышение эффективности действующих магазинов, и открытие новых локаций в обновленном концепте – с более светлыми и свободными торговыми залами с широкими проходами, интуитивно-понятной навигацией, многоуровневым модульным оборудованием».

Источник: http://new-retail.ru/novosti/retail/dochki_synochki_otkryla_rekordnoe_chislo_magazinov_v_proshlom_godu4334/

Интернет-торговля

Wildberries решил вдвое снизить комиссии для поставщиков

Но взамен площадка вводит фиксированные сборы за доставку товаров.

Крупнейший российский онлайн-ритейлер Wildberries снизил комиссию с поставщиков вдвое, рассказал «Ведомостям» директор по развитию бизнеса Wildberries Вячеслав Иващенко. Раньше комиссия для всех товаров была 38%, а с марта она снижена до 19%.

Wildberries, как и некоторые другие онлайн-продавцы, не закупает товар у поставщика, а работает по агентской схеме. Поставщик отвозит товары на склад Wildberries, загружает их описание на сайт и устанавливает цену. После продажи товара Wildberries удерживает свою комиссию, остальные деньги отправляет поставщику.

Но, как рассказали «Ведомостям» несколько партнеров Wildberries, если раньше в 38% были включены стоимость доставки до клиента и вероятный возврат, то теперь эта услуга будет оплачиваться отдельно: ₴33 за каждую единицу товара в одном направлении и ₴66 – к клиенту и обратно. Также раньше Wildberries могла сделать скидку с цены товара за свой счет, а теперь от этой практики площадка отказалась, замечает один из поставщиков. Об этом же говорится в письме партнерам интернет-ритейлера: «Wildberries больше не участвует в скидочных акциях за свой счет».

По словам Иващенко, у Wildberries были только единичные случаи скидок за свой счет при больших распродажах: «Мы могли добавить дисконт от себя, т.е. поддержать партнеров». Новая модель, по его словам, предполагает: чем лучше потребительские характеристики товара и привлекательнее цена, тем выше оборачиваемость и ниже затраты партнера на возможный дополнительный маркетинг и доставку. «По нашим расчетам, если у партнера товар купили не сразу, а приобрели после нескольких доставок, прибавка к базовой комиссии составит не более 2-3%», – полагает Иващенко.

Wildberries начинала как онлайн-продавец одежды и обуви, но в последние годы активно расширяла ассортимент товарами для дома, детей, спорта, электроникой и др. По собственным данным, оборот Wildberries в 2018 г. вырос на 72% до ₴118,7 млрд. На одежду, обувь, аксессуары по-прежнему приходится основная часть выручки – около 70%, оценивает президент Ассоциации компаний интернет-торговли Артем Соколов. А для такой категории товаров процент возврата может достигать до 70-80%, указывает он. Ведь клиенты, как правило, заказывают намного больше вещей, чем в реальности собираются купить.

Сейчас у Wildberries около 15 000 поставщиков, в день подключается более 300 новых. «После значительного снижения комиссии мы планируем ежемесячно увеличить в 2 раза число новых партнеров», – говорит Иващенко. Среди новичков – зачастую именно российские производители различных товаров, указывает Соколов: Wildberries предлагает им колоссальный трафик не только из России, но и из Белоруссии, Казахстана, Киргизии и Армении.

Wildberries последовательно строит не интернет-магазин, а логистическую систему, отмечает партнер Data Insight Федор Вирин. И поэтому компания не хочет нести риски неправильных закупок, неверного выстраивания ассортимента, рассуждает

он: «В какой-то степени это переключивание работы по выбору востребованного ассортимента на поставщика».

«Мы вряд ли сможем серьезно расширить представленный на Wildberries ассортимент, – говорит представитель обувного бренда «Эконика». – У нас есть сезонные и капсульные коллекции, вряд ли мы будем создавать дополнительные модели для онлайн-площадки. С другой стороны, мы пока думаем, насколько целесообразно добавлять на Wildberries ассортимент аксессуаров, так как для них дополнительные РЗЗ на единицу товара – заметная нагрузка».

Президент издательской группы «Эксмо-АСТ» Олег Новиков говорит, что его компания пока анализирует предложение Wildberries. Но онлайн-площадок, активно торгующих книгами, не так много, отмечает он: «По схеме с комиссиями работает всего несколько компаний – Wildberries, «Беру» и недавно к нам с предложением вышел Ozon». Размер средней комиссии на рынке сложно определить, говорит Новиков, всегда есть дополнительные операционные издержки, а в итоге комиссия варьируется в диапазоне 20-30%.

У площадки «Беру», которую в 2018 г. создал «Яндекс.Маркет» и которая старается завоевать позиции на рынке, комиссия варьируется от 5 до 13% для разных товарных категорий. Она одна из самых низких на рынке, отмечает директор по развитию бизнеса «Яндекс.Маркета» и «Беру» Евгений Щепелин. Ozon начал работать по модели маркетплейса в середине 2018 г. Поставщики его площадки платят комиссию, которая рассчитывается от стоимости проданного товара, указывает представитель Ozon, не раскрывая цифры.

Источник: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/03/07/795868-wildberries>

Сделки

«Спортмастер» заключит одну из крупнейших сделок года на рынке складов

Ритейлер готовится закрыть крупную сделку.

Один из крупнейших российских ритейлеров, сеть магазинов спортивных товаров «Спортмастер», готовится закрыть одну из крупнейших в этом году сделок по аренде складских площадей. Компания договорилась снять 35 тыс. кв. м в индустриальном парке «Холмогоры». Торговые сети – крупнейшие арендаторы складской недвижимости, на их долю сейчас приходится половина сделок в этом сегменте.

Сеть магазинов «Спортмастер» готовится закрыть сделку по долгосрочной аренде 35 тыс. кв. м в индустриальном парке «Холмогоры» на Ярославском шоссе. Об этом «Ъ» рассказали несколько собеседников на рынке недвижимости. Консультант сделки – компания Colliers International – подтвердил эту информацию. Представители ООО «Холмогоры» и «Спортмастера» также заявили о намерении закрыть сделку. В Colliers International указывают, что с начала года это самая крупная сделка по аренде складских помещений ритейлером. Ее условия стороны не раскрывают.

По данным Knight Frank, средняя ставка аренды в «Холмогорах» сейчас составляет 3,5 тыс. руб. за 1 кв. м в год. То есть занимаемая площадь может ежегодно обходиться

«Спортмастеру» в ₽122,5 млн. При этом в Knight Frank указывают, что средний размер поглощения складской недвижимости операторами розничной торговли за последние три года составил 22 тыс. кв. м. Исходя из этого, консультанты называют сделку достаточно крупной.

Индустриальный парк «Холмогоры» располагается на пересечении Ярославского шоссе и ЦКАД, в 30 км от МКАД. Его суммарная площадь – 91,5 тыс. кв. м. Девелопером проекта выступает ООО «Холмогоры». По данным Kartoteka.ru, его собственником выступает британская компания Mind Invest LP. Крупнейший арендатор индустриального парка – сеть продуктовых гипермаркетов Globus, занимающая в «Холмогорах» 45 тыс. кв. м.

«Спортмастер» – одна из крупнейших российских компаний, специализирующихся на продаже спортивных товаров. Компания существует с 1992 года, ее основатели – братья Николай и Владимир Фартушняк и Дмитрий Дойхен. Сеть «Спортмастер» насчитывает более 500 магазинов. Согласно данным «Infoline-Аналитики», в 2017 году выручка компании без НДС составила ₽93 млрд. Компания занимает 15-е место в рейтинге топ-100 российских ритейлеров.

Руководитель направления аналитики торговой и складской недвижимости JLL Оксана Копылова объясняет, что ритейл сейчас выступает основным драйвером на рынке складской недвижимости: на его долю в совокупности с онлайн-сегментом ежегодно приходится в среднем 40-50% спроса в Подмосковье. При этом суммарно в прошлом году объем сделок со складской недвижимостью, по оценкам JLL, составил более 1,6 млн кв. м, оказавшись рекордным. Объем ввода индустриальной недвижимости по итогам прошлого года также увеличился почти в два раза, составив 918 тыс. кв. м.

Заместитель директора отдела исследований рынка CBRE Василий Григорьев рассказывает, что самой крупной сделкой среди ритейлеров на складском рынке остается соглашение Ozon по аренде 122 тыс. кв. м в складском парке «Ориентир Север-1», заключенное в конце прошлого года. На втором месте – аренда X5 Retail Group 75 тыс. кв. м складской недвижимости в 2011 году и сделка IKEA на 72 тыс. кв. м.

Источник: <https://www.kommersant.ru/doc/3903258>

Лица

В совет директоров материнской компании Lamoda вошел бывший CEO Guess

Виктор Эрреро более 15 лет работает в модной индустрии.

Global Fashion Group, в которую входят российская Lamoda Group, онлайн-ритейлеры The Iconic в Австралии, Dafiti в Бразилии и Zalora в Сингапуре, объявила, что членом совета директоров компании стал Виктор Эрреро. В GFG он возглавит комитет по использованию возобновляемых ресурсов (Sustainability Committee).

До февраля 2019 года господин Эрреро занимал должность генерального директора американского производителя и продавца одежды Guess?, на которую перешёл с позиции руководителя азиатско-тихоокеанского подразделения испанского ритейлера Inditex (Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Stradivarius и др.).

Виктор Эрреро более 15 лет в модной индустрии. Его главной экспертизой стали выход на новые рынки и внедрение технологий, в том числе машинного обучения и дополненной реальности.

Global Fashion Group – компания, объединяющая четыре технологические ритейл-платформы: Lamoda, The Iconic, Zalora и Dafiti. Совместно они охватывают более миллиарда пользователей в Азиатско-Тихоокеанском регионе, Латинской Америке и СНГ. В портфолио группы более 8 000 брендов. Благодаря 19 офисам и 10 фулфилмент-центрам GFG обрабатывает такое количество заказов, что может претендовать на лидирующую роль в странах с развивающейся экономикой. В 2018 году участники группы компаний обеспечили доставку 27 миллионов заказов более чем 11 миллионам покупателей. Общая выручка GFG в 2018 году составила около €1,5 млрд.

Источник: http://new-retail.ru/novosti/retail/v_sovet_direktorov_materinskoy_kompanii_lamoda_voshyel_byvs_hiy_ceo_guess2822/

Технологии

Стартап «Лаборатории Касперского» Verisium помог бренду Outlaw создать «умную» одежду

Проект Verisium, развивающийся в составе бизнес-инкубатора «Лаборатории Касперского», помогает российскому бренду уличной одежды Outlaw запустить новый формат взаимодействия с аудиторией с помощью облачного сервиса на базе блокчейн-технологий и NFC-меток. Об этом CNews рассказали в пресс-службе «Лаборатории Касперского».

В начале марта 2019 г. вышла капсульная коллекция студии Outlaw Creative. В каждое изделие коллекции встроен защищенный NFC-чип с информацией о продукте – цене, материалах изготовления, истории создания коллекции и т.д. Чтобы получить к ней доступ, клиенту достаточно просканировать чип своим мобильным телефоном. Технически новый канал коммуникации реализован с помощью инструментов Verisium, созданных на базе технологии блокчейн в облаке Microsoft Azure, – веб-портала для бренда и мобильного приложения в App Store или Google Play для покупателей.

Облачное решение Verisium дает возможность бренду рассказывать историю продуктов и делать уникальные предложения, доступ к которым клиент получит после сканирования NFC-чипа, а также следить за жизненным циклом товара.

Verisium позволяет определить аутентичность одежды – верификация происходит при сканировании чипа мобильным приложением. Таким образом покупатель «умной» одежды может убедиться, что он приобретает вещь именно этого бренда.

«До появления нашего решения прямая коммуникация бренда с клиентами на глобальном рынке без посредников была практически невозможна. Теперь это становится реальностью. Наша идея уже интересна. Так, в декабре 2018 г. был запущен совместный проект с российским techwear-брендом одежды Cloudburst. Мы рады, что теперь еще один крутой российский бренд использует преимущества

высоких технологий, чтобы стать ближе к покупателям», – сказал Эльдар Хайретдинов, сооснователь проекта Verisium.

«Verisium – это один из самых необычных проектов бизнес-инкубатора «Лаборатории Касперского». Его создатели выбрали в качестве своей аудитории модную индустрию и предложили платформу, значительно повышающую прозрачность канала продаж. Судя по тому, как быстро у проекта появились клиенты и как стремительно растет интерес к Verisium со стороны инвестиционных фирм, мы действительно угадали, что нужно рынку», – отметил Вартан Минасян, руководитель бизнес-инкубатора «Лаборатории Касперского».

Источник: <http://cnews.ru/link/n463261>

Другое

Calvin Klein прекратит выпуск коллекций прет-а-порте

Это стало следствием увольнения креативного директора Рафа Симонса в декабре 2018 года.

Американский дом моды Calvin Klein объявил о прекращении выпуска коллекции прет-а-порте. Об этом сообщает издание Women's Wear Daily.

К решению закрыть линию 205W39NYC компания пришла в связи с увольнением креативного директора Рафа Симонса в декабре 2018 года.

После ухода Симонса марка объявила о перезапуске коллекции 205W39NYC под новым именем и, возможно, с новым креативным директором. Однако в январе 2019 года компания начала увольнять сотрудников, а 6 марта заявила о прекращении деятельности.

В миланском офисе фирмы Calvin Klein, который предполагается вскоре закрыть, сократили 50 человек, столько же в нью-йоркском департаменте. Кроме того, президент Calvin Klein 205W39NYC Мишель Кесслер-Сандерс сообщила, что покинет компанию, но останется до июня, чтобы помочь закрытию.

Тем не менее некоторые эксперты модной индустрии считают, что Calvin Klein сможет просуществовать и без дизайнерской коллекции.

«Я верю, что это возможно, потому что бренд Calvin Klein стал массовым после того, как его купила компания Phillips-Van Heusen Corporation (PVH Corp.). Клиенты, которые покупают платья, спортивную одежду, джинсовые изделия, парфюмерию, нижнее белье и очки Calvin Klein, – не потребители коллекции прет-а-порте», – поделилась основательница шоурума High Alchemy и бывшая сотрудница Calvin Klein Collection Сьюзан Сокол.

205W39NYC – это люксовая линия Calvin Klein, прежде известная как Calvin Klein Collection. Ее разработкой занимался креативный директор бренда Раф Симонс.

В декабре 2018 года PVH Corp. объявила о том, что Раф Симонс уйдет в отставку по соглашению сторон. В официальном заявлении отмечалось, что стороны приняли решение по-дружески разойтись, поскольку Calvin Klein выбрал новое направление [развития] бренда, которое не совпадало с креативным видением Симонса.

Calvin Klein – дом моды, производящий мужскую и женскую одежду, нижнее белье, обувь, парфюмерию, часы и аксессуары. Основан дизайнером Кельвином Кляйном. Бренд зарегистрирован в Нью-Йорке в 1968 году.

Источник: http://new-retail.ru/novosti/retail/calvin_klein_prekratit_vypusk_kollektsiy_pret_a_porte8249/

Сеть магазинов L.K. Bennett обанкротилась

Британский бренд L.K. Bennett уже закрыл 5 из 39 розничных точек в стране, онлайн-продажи приостановлены, под увольнение попали 55 человек. Туфли этого производителя носят герцогиня Кембриджская Кейт Миддлтон и премьер-министр Мэй.

Британский бренд одежды и обуви L.K. Bennett 7 марта объявил о банкротстве, сообщает Bloomberg со ссылкой на бухгалтерскую фирму EY. Причиной банкротства стали «жесткие условия торговли для ретейлеров», а также повышение арендной платы и налога на недвижимость. Кроме того, L.K. Bennett задолжал другому бренду одежды, House of Fraser, почти 418 тыс., пишет газета The Guardian.

По данным фирмы, после объявления были немедленно закрыты пять из 39 магазинов сети в Великобритании (два в Лондоне и еще три в Шеффилде, Бристоле и Ливерпуле), а также уволены 55 сотрудников компании.

Онлайн-продажи вещей были приостановлены, часть работников штаб-квартиры бренда также лишились своих должностей. Всего будут уволены около 500 человек. Одежду и обувь этого бренда носят премьер-министр Британии Тереза Мэй и герцогиня Кембриджская Кейт Миддлтон.

В сентябре 2018 года в России закрылся единственный магазин бренда L.K. Bennett, который находился в ТЦ «Метрополис» в Москве. Он был открыт весной 2017 года, тогда фирма намеревалась открыть еще пять розничных точек в России, «несмотря на политические и экономические вызовы при работе в стране, которая находится под санкциями со стороны Запада».

Источник: <https://www.rbc.ru/society/08/03/2019/5c82394d9a794773610f1a02>