

Ключевые события fashion-ритейла (22.04.19-28.04.19)

Выпуск 12

Компания Rendez-Vous запустила программу переработки старой обуви

Viber запустил покупки в приложении для российских пользователей

Первый магазин «Дочки-Сыночки» открылся во Владивостоке

2019 RBC Moscow



КРАТКИЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

Открытия

«Детский мир» открыл новый магазин в Москве

«Новый магазин «Детский мир» распахнул свои двери для покупателей в Москве в ТЦ «Саларис» в поселке Московский, по адресу: Киевское шоссе, 23-й км, д.1. Площадь магазина около 1 тыс. кв. метров».

Пятый магазин сети «Детский мир» открыт на Дальнем Востоке

Группа компаний «Детский мир» открыла новый магазин в Комсомольске-на-Амуре – он стал пятым объектом сети на Дальнем Востоке.

Первый магазин «Дочки-Сыночки» открылся во Владивостоке

Сеть супермаркетов детских товаров «Дочки-Сыночки» сообщила об открытии первого магазина в столице самого восточного района России – Владивостоке.

Gloria Jeans открывает двухэтажный магазин в Севастополе

Российская компания Gloria Jeans запускает двухэтажный магазин в Севастополе. Новое пространство площадью более 700 кв. м расположится в торговом центре Lavanda Mall. Торжественное открытие пройдет 4-5 мая.

«Спортмастер» открывает новый магазин бюджетной семейной одежды под брендом Funday

Крупнейшая в России сеть спортивных товаров «Спортмастер» открывает новое направление торговой сети в г. Ижевске.

Uniqlo открыл рор-уп магазин в ТРК «Атриум»

Японский бренд Uniqlo открыл рор-уп магазин в московском ТРК «Атриум». Он расположился на первом этаже и будет работать по 5 мая.

H&M решил открыть магазин секонд-хенда

Компания H&M откроет первый онлайн-магазин подержанной одежды. Об этом сообщает Retail Detail.

Tamaris открыл магазин в ТРЦ Columbus

Немецкий бренд обуви Tamaris торжественно открыл новый монобрендовый магазин в ТРЦ Columbus (Москва, ул. Кировоградская, д. 13А, 2 этаж).

Новые магазины STREET BEAT открылись в Москве, Новосибирске и Воронеже

Сеть магазинов кроссовок и кед насчитывает уже 40 точек по всей России.

В ТЦ «Ареал. Беляево» новый арендатор

Сеть магазинов камуфляжа, одежды милитари и снаряжения «Военторг Атака» открылся в ТЦ «Ареал. Беляево». Магазин разместился на втором этаже комплекса.

Петербургский бренд Sintezia откроет первый московский магазин в «Смене»

В четверг, 25 апреля, в пространстве «Смена» пройдет официальное открытие первого московского магазина петербургского бренда Sintezia.

В Челнах открылся бутик итальянской обуви

Вчера прошло открытие бутика итальянской обуви PROMENADE. Напомним, он входит в группу компаний QGROUP, управляющую сетью модных бутиков Q boutique, Liu•Jo и Dome.

Технологии

Компания Kari в 3 раза ускорила оформление рассрочки в магазинах с помощью технологии распознавания Smart IDReader

Компания Kari внедрила в мобильное приложение технологию распознавания паспортов Smart IDReader, разработанную компанией Smart Engines.

Сеть «Смешные цены» обновила свою IT-инфраструктуру

Сеть магазинов «Смешные цены» начала проект обновления технологической платформы своего торгового бизнеса. Основой современной инфраструктуры сети стали система управления торговлей TradeX и кассовая программа POSX от компании Luxe Retail.

Другое

Компания Rendez-Vous запустила программу переработки старой обуви

Интернет-магазин Rendez-Vous запустил программу переработки старой использованной обуви. Об этом «Афише Daily» сообщили в пресс-службе компании.

H&M расскажет покупателям о всех своих поставщиках

Покупатели H&M смогут увидеть подробную информацию о всех поставщиках компании, включая их имена, страны производства, названия и адреса фабрик, где производят одежду и товары H&M Home. Таким образом ретейлер стремится сделать индустрию моды более прозрачной.

Viber запустил покупки в приложении для российских пользователей

Сервис по обмену сообщениями и видео-звонками Viber запустил покупки в приложении. Теперь пользователи могут находить интересные товары, делиться ими с друзьями изучать ассортимент онлайн-магазинов, не покидая Viber. Об этом Rusbase рассказали в компании.

ModaHSE и Familia учредили образовательную стипендию в сфере fashion-бизнеса.

Федеральная сеть off-price-магазинов Familia и Центр «Менеджмент и коммуникации в индустрии моды» НИУ ВШЭ поддержат талантливых студентов, ориентированных на профессиональное развитие в fashion-бизнесе.

ПОЛНЫЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Открытия

«Детский мир» открыл новый магазин в Москве

Группа компаний «Детский мир» открыла новый магазин в Москве, сообщает пресс-служба компании.

«Новый магазин «Детский мир» распахнул свои двери для покупателей в Москве в ТЦ «Саларис» в поселке Московский, по адресу: Киевское шоссе, 23-й км, д.1. Площадь магазина около 1 тыс. кв. метров», – говорится в сообщении.

Этот магазин стал 184-м в Московском регионе.

По данным на 31 декабря 2018 года, группа компаний «Детский мир» объединяла 743 магазина, включая 673 магазина под вывеской «Детский мир», 66 магазинов развивающих игрушек ELC и ABC, а также четыре магазина товаров для животных «Зоозавр». Выручка «Детского мира» в 2018 году увеличилась на 14,3%, до 110,9 млрд рублей.

Источник: <http://www.interfax-russia.ru/Moscow/news.asp?id=1026378>

Пятый магазин сети «Детский мир» открыт на Дальнем Востоке

Группа компаний «Детский мир» открыла новый магазин в Комсомольске-на-Амуре – он стал пятым объектом сети на Дальнем Востоке.

Новый магазин «Детский мир» распахнул свои двери в ТЦ «Майский». Его площадь – около 1 000 кв. м.

Компания начала экспансию на Дальний Восток в четвертом квартале 2018 года. Первый магазин сети открылся в октябре в Благовещенске. Также магазины «Детский мир» открыты во Владивостоке и Хабаровске.

Источник: <http://rdt-info.ru/2019042315475/pyatyy-magazin-seti-detskiy-mir-otkryt-na-dalnem-vostoke.html>

Первый магазин «Дочки-Сыночки» открылся во Владивостоке

Сеть супермаркетов детских товаров «Дочки-Сыночки» сообщила об открытии первого магазина в столице самого восточного района России – Владивостоке.

Новый магазин сети открылся в торговом центре Владивостока «Калина Молл». Адрес новой локации: г. Владивосток, ул. Калинина б. Площадь нового магазина составила около 2 тыс. кв.м. На сегодняшний день, этот магазин является самым большим супермаркетом «Дочки-Сыночки» в Приморье.

Супермаркет стал четвертой розничной точкой в Дальневосточном федеральном округе. Первый магазин сети на Дальнем Востоке начал работу в 2015 году в Благовещенске, в 2017 году открылся магазин в Хабаровске, в 2018 году в Петропавловск-Камчатском.

«Открытие первого магазина во Владивостоке – это продолжение реализации стратегии регионального развития. В ближайших наших планах продолжение дальнейшей экспансии в регионе», – сообщил акционер компании «Дочки-Сыночки»

Владимир Бондяшов. По его словам, при формировании ассортиментной матрицы самых «отдаленных» магазинов основной упор делается на местных производителей.

Ранее «Дочки-Сыночки» обновили логотип и формат магазинов.

Кроме того, выяснилось, что компания «Дочки-Сыночки» открыла за 2018 год в 2,5 раза больше магазинов, чем в 2017 году и вернулась к динамике роста сети докризисного периода.

Источник: <https://www.retail.ru/news/pervyy-magazin-dochki-synochki-otkrylsya-vo-vladivostoke/>

Gloria Jeans открывает двухэтажный магазин в Севастополе

Российская компания Gloria Jeans запускает двухэтажный магазин в Севастополе.

Новое пространство площадью более 700 кв. м расположится в торговом центре Lavanda Mall. Торжественное открытие пройдет 4-5 мая.

Ранее также сообщалось, что Gloria Jeans открывает магазин нового формата во Владивостоке, в ТВК «Калина Молл». В нем будет представлен только детский ассортимент.

Gloria Jeans выпускает одежду для всей семьи. Компания была основана в 1988 году. Розничная сеть бренда насчитывает более 550 магазинов в России и странах СНГ.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/gloria-jeans-otkryvaet-dvukhetazhnyj-magazin-v-sevastopole/2019042525542>

«Спортмастер» открывает новый магазин бюджетной семейной одежды под брендом Funday

Крупнейшая в России сеть спортивных товаров «Спортмастер» открывает новое направление торговой сети в г. Ижевске. Поскольку бюджетная доступная одежда наиболее динамичный сектор на рынке, торговая сеть приняла решение о развитии нового направления в своей рознице. Так, торговая сеть магазинов доступной одежды для всей семьи получила название FUNDAY.

Сейчас FUNDAY – это розничная сеть, состоящая более чем 130 магазинов одежды для всей семьи. Этот бренд уже успел завоевать в России немалую популярность, так что открытия первого магазина в Ижевске ждали с большим нетерпением.

Магазин FUNDAY открылся на 2-м этаже в ТРЦ «Талисман» и сразу привлек к себе внимание покупателей. Огромное торговое пространство в 800 кв. метров отличается ярким, жизнерадостным оформлением. Логотип компании символичен и узнаваем – это улыбка.

Для взрослых и детей

В FUNDAY можно легко подобрать ежедневной гардероб для каждого члена семьи. В магазине представлены стильные линейки женской и мужской одежды широкого размерного ряда, а также яркая коллекция для детей от 3 до 12 лет.

Романтическая весна в FUNDAY

Романическая весна, морская коллекция, анималистический принт – самые яркие тренды этого сезона. Отдельного внимания заслуживает обширная джинсовая коллекция FUNDAY.

Кроме повседневной одежды представлен широкий выбор аксессуаров: сумки, ремни, платки и шарфы, а также удобная домашняя одежда и белье.

Из главных особенностей коллекции – современный лаконичный дизайн, практичность и разнообразие моделей, которые легко комбинировать в зависимости от ситуации и настроения. В коллекциях FUNDAY много подходящей для всех сезонов одежды из кроеного трикотажа: она удобна, отлично сидит и универсальна в носке.

Источник: <http://izhlife.ru/company/86978-sportmaster-otkryvaet-novyy-magazin-byudzhetnoy-semeynoy-odezhdy-pod-brendom-funday.html>

Uniqlo открыл pop-up магазин в ТРК «Атриум»

Японский бренд Uniqlo открыл pop-up магазин в московском ТРК «Атриум». Он расположился на первом этаже и будет работать по 5 мая.

В пространстве можно познакомиться с футболками UT (Uniqlo T-shirt).

Там собраны самые интересные и яркие коллекции футболок, разработанные Uniqlo совместно с ведущими музеями, художниками и создателями произведений искусства современности. В моделях UT используются разные элементы мировой поп-культуры – от музыки и кино до комиксов и мультфильмов.

Источник: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/uniqlo-otkryl-pop-up-magazin-v-trk-atrium/2019042325518>

H&M решил открыть магазин секонд-хенда

Компания H&M откроет первый онлайн-магазин подержанной одежды. Об этом сообщает Retail Detail.

Пилотный проект запустят на шведском сайте &Other Stories – одного из брендов компании. В ближайшие годы инициативу распространят на другие рынки и бренды, передает УНИАН.

«Отрасль открывает огромные возможности как для потребителей, так и для компании. Кроме того, развитие сегмента секонд-хенда является заботой об экологии, поскольку позволяет сократить вредное воздействие на окружающую среду из-за увеличения срока службы товаров», – отмечает директор по устойчивому развитию Анна Гедда.

Рынок секонд-хенда быстро растет. По данным Reuters, его оборот удвоится в течение следующих пяти лет, составив 51 миллиард долларов. Это связано с растущим спросом на «ответственное потребление» и отказом от «быстрой моды» (fast fashion).

Источник: <http://www.vesti.md/?mod=news&id=115827>

Tamaris открыл магазин в ТРЦ Columbus

Немецкий бренд обуви Tamaris торжественно открыл новый монобрендовый магазин в ТРЦ Columbus (Москва, ул. Кировоградская, д. 13А, 2 этаж). Tamaris создал

настоящее модное пространство для женщин, где качественные и стильные модели, уютный интерьер и великолепный сервис создают приятную атмосферу для выбора идеальной пары обуви.

Поклонники марки и fashion-блогеры были приглашены на коктейль, посвященный открытию, где они примерили любимые модели в бесчисленном множестве оттенков, текстур и отделок. Кроме того, блогеры в режиме онлайн транслировали презентацию весенне-летней коллекции 2019 года своим подписчикам.

В магазине в ТРЦ Columbus вниманию гостей были представлены обувь, сумки, аксессуары и косметика по уходу за обувью. Покупательниц порадовал широкий выбор спортивных, элегантных и стильных моделей из нового сезона капсульных линеек Fashletics by Tamaris, Tamaris Heart & Sole и Marcel Ostertag x Tamaris. В период открытия девушки получили подарок при покупке коллекции SS'19, а Tamaris представил инновации, благодаря которым обувь отличается особым комфортом.

Перед тем, как разрезать красную ленточку и пригласить гостей в новый монобрендовый магазин, Фридрих Науманн, генеральный директор бренда Tamaris в России, поздравил партнёра с очередным открытием фирменного магазина: «Сегодня одно из стратегических направлений для Wortmann – открытие франчайзинговых магазинов марки Tamaris. Мы называем это системным партнерством: с нашей стороны – разработка и создание инновационного оформления магазина, коллекция, маркетинг, логистика, со стороны партнера – продажа обуви конечному потребителю, руководство персоналом и локальный маркетинг. Мы с партнёром открываем новый магазин и желаем дальнейшего развития и успехов в совместном бизнесе».

Широкий выбор и разнообразие моделей – это только одна составляющая успеха компании. Обладая многолетним опытом работы на международном рынке, компания «Вортманн» разработала комплексный пакет для розничной торговли.

Новый монобрендовый магазин в Москве – это пример успешной реализации системного партнёрства. Сотрудничество клиента с Tamaris длится три года, и за это время совместно открыт уже четвертый магазин. Такая история успеха подтверждает стабильность концепции системного партнёрства Tamaris и открывает новые горизонты для немецкого бренда с мировым именем.

Источник: <https://profashion.ru/news/177781/>

Новые магазины STREET BEAT открылись в Москве, Новосибирске и Воронеже

Сеть магазинов кроссовок и кед насчитывает уже 40 точек по всей России.

Inventive Retail Group, розничная группа, объединяющая сети специализированных магазинов, реализующих продукцию ведущих производителей цифровой электроники, детских и спортивных товаров, объявляет о новых открытиях в сети STREET BEAT.

В апреле открыли двери три новых магазина кроссовок и кед сети STREET BEAT. Первый магазин расположен в Москве ТРЦ «Саларис» по адресу Киевское шоссе, 23 км. Второй открылся в Воронеже, в ТЦ «Град», по адресу ул. Парковая, 3. Третий STREET BEAT уже за Уралом – в Новосибирске в ТРЦ «Аура» по адресу ул. Военная, 5.

В магазинах STREET BEAT покупатели смогут найти одежду, обувь и аксессуары от мировых спортивных и лайфстайл брендов: Nike, Jordan, New Balance, ASICS, Tiger, Puma, Vans, Converse, Diadora, Stussy, The North Face, New Era и др.

Сеть магазинов кроссовок и кед STREET BEAT насчитывает уже 40 точек по всей России и в ближайшее время продолжит захватывать новые территории и предоставлять лучший сервис и ассортимент всем ценителям спортивной, комфортной и красивой обуви.

Елена Боровикова, директор дивизиона спорт Inventive Retail Group: «С начала 2019 года мы открыли шесть магазинов STREET BEAT, четыре из которых в регионах и два в Москве. STREET BEAT продолжит своё активное развитие согласно принятой стратегии. Региональные магазины показывают себя прекрасно, что говорит о том, что мы выбрали правильный вектор. Мы видим существенный потенциал в дальнейшем развитии федеральной сети магазинов STREET BEAT».

Источник: http://new-retail.ru/novosti/retail/novye_magaziny_street_beat_otkrylis_v_moskve_novosibirsk_e_i_v_orenezhe5623/

В ТЦ «Ареал. Беляево» новый арендатор

Сеть магазинов камуфляжа, одежды милитари и снаряжения «Военторг Атака» открылся в ТЦ «Ареал. Беляево». Магазин разместился на втором этаже комплекса.

Торговый центр «Ареал. Беляево» расположен в Юго-Западном административном округе Москвы, на ул. Профсоюзной, 102, с.1. В пяти метрах от ТЦ находится станция метро «Беляево». Объект размещен в центре жилого массива, а также в месте концентрации основных пешеходных потоков. Общий пассажиропоток здесь составляет более 56 тысяч человек ежедневно.

Арендаторами ТЦ общей площадью 5 500 кв. м являются ведущие федеральные торговые операторы, такие как «SELA», «SELA kids», InCity, «Читай-город», «Sunlight», «ТВОЕ», «GLANCE», «Ноу-Хау» и т. д., а также магазин детских товаров «Кораблик», продуктовый маркет «Ассорти Да», операторы питания «Burger King», «Шоколадница», Соfix, «Милти», семейное кафе «Круассан» и др.

«Известно, что предоставление площади ритейлерам разной направленности, уход от специализации позволяет диверсифицировать риски арендодателя. Сегодня мы готовы расширять пул ритейлеров в ТЦ, чтобы генерировать дополнительный поток посетителей, тем самым поддерживая и профильные магазины, – говорит Светлана Малышкина, ведущий консультант RealJet.

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

Петербургский бренд Sintezia откроет первый московский магазин в «Смене»

В четверг, 25 апреля, в пространстве «Смена» пройдет официальное открытие первого московского магазина петербургского бренда Sintezia.

С 15 апреля площадка уже работает в техническом режиме. В магазине представлен весь ассортимент марки, включая демисезонную и летнюю обувь (ботильоны, туфли и босоножки), а также аксессуары.

По случаю открытия в магазине запланирована выставка молодых художников, перформанс Мариам Дудучавы и розыгрыш призов.

Источник: <https://www.the-village.ru/village/service-shopping/style-news/348119-sintezia>

В Челнах открылся бутик итальянской обуви

Вчера прошло открытие бутика итальянской обуви PROMENADE. Напомним, он входит в группу компаний QGROUP, управляющую сетью модных бутиков Q boutique, Liu•Jo и Dome. В бутике эксклюзивно представлены такие бренды обуви, как Barracuda, Fabi, GIORGIO FABIANI и другие мировые бренды. Вести церемонию открытия был приглашён телеведущий «Матч ТВ» Тимур Скляр. Перерезал ленточку основатель сети, который крайне редко появляется на светских мероприятиях, но открытие посетил и поприветствовал гостей.

Всех пришедших ждала традиционно стильная программа и подарки. Также в честь открытия бутик запустил ценовое предложение: до 28 апреля включительно при покупке одной пары обуви действует скидка 10%, при покупке двух – 20%, трёх пар – 30%. В понедельник кому-то из покупателей будет вручён главный подарок – желаемая пара обуви на выбор.

Адрес: г. Набережные Челны, пр. Мира, ТРЦ «Торговый Квартал».

Источник: <https://www.business-gazeta.ru/news/422431>

Технологии

Компания Kari в 3 раза ускорила оформление рассрочки в магазинах с помощью технологии распознавания Smart IDReader

Компания Kari внедрила в мобильное приложение технологию распознавания паспортов Smart IDReader, разработанную компанией Smart Engines. Это приложение предназначено для сотрудников розничных магазинов Kari и позволяет им быстро оформить рассрочку на выбранные клиентом товары. Программную интеграцию библиотек распознавания выполнили разработчики сети Kari.

Теперь сотрудникам Kari при оформлении заявлений от клиентов на рассрочку не нужно в мобильном приложении набирать текст из документов вручную. Им предлагается навести камеру смартфона на удостоверяющий документ и вся необходимая информация из этого документа будет автоматически внесена в поля заполняемого заявления. Smart IDReader обеспечивает безопасную обработку документов в мобильных приложениях, так как все вычисления осуществляются на самом устройстве без передачи данных на обработку на сервер или в облако.

Директор по ИТ ООО «КАРИ» Сергей Шавин сказал: «Перед нами стояла задача разработать решение, которое сочетает в себе передовые возможности современных финтех-сервисов и глубоко учитывает специфику товарного ритейла. В ходе реализации проекта нам удалось с помощью распознавания улучшить один из важных ключевых показателей процесса – в три раза сократить время оформления и выдачи рассрочки клиентам в магазинах сети».

Генеральный директор Smart Engines к.т.н. Владимир Арлазаров рассказал: «Хочу отметить профессионализм команд разработчиков Kari и Группы компаний «Лад»,

которые выполнили этот проект быстро и на высоком технологическом уровне. Для нас важно, что такие внедрения подтверждают эффективность применения технологий распознавания и, по сути, их статус must-have в финансовых мобильных приложениях».

Источник: <https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=135281>

Сеть «Смешные цены» обновила свою IT-инфраструктуру

Сеть магазинов «Смешные цены» начала проект обновления технологической платформы своего торгового бизнеса. Основой современной инфраструктуры сети стали система управления торговлей TradeX и кассовая программа POSX от компании Luxe Retail.

В конце 2018 года менеджмент компании принял решение о замене устаревших IT-систем собственной разработки на промышленную технологическую платформу, которая являлась бы масштабируемой, поддерживала бы столь активное развитие сети и обеспечивала бы функционирование её бизнес-процессов на качественно ином уровне.

Выбор был сделан в пользу разработок компании Luxe Retail, одного из лидеров сферы информационных технологий для торгового бизнеса в России. Основой современной IT-инфраструктуры сети «Смешные цены» стали два ключевых решения Luxe Retail: система управления торговлей TradeX и кассовая программа POSX.

Товароучётная система TradeX является своего рода «мозгом» инфраструктуры ритейлера и направлена на управление продажами, ценообразованием, расчётами с поставщиками, формированием и отслеживанием заказов, движением товаров между торговыми точками, скидками и дисконтными программами, другими актуальными задачами сети и отдельного магазина. Система учитывает требования законодательства и регуляторов рынка к организации торговли, предоставляет менеджменту торговой сети как учётные, так и аналитические возможности.

В кассовой программе POSX ведутся все операции продаж. Программа функционирует в режимах онлайн и офлайн, поэтому даже в случае сбоя связи с центральным офисом кассы магазинов продолжают работать, а информация о проведённых операциях передаётся в товароучётную систему сразу по восстановлении интернет-соединения.

При этом POSX отличается высоким быстродействием: оперативной загрузкой обширного справочника товаров на кассу, моментальным включением, мгновенной печатью чека, что ускоряет работу кассиров, снижает время обслуживания покупателей и уменьшает очереди на кассовых узлах.

Luxe Retail также поставляет сети «Смешные цены» современное контрольно-кассовое оборудование. Планируется развитие сотрудничества компаний, в частности, с точки зрения применения в торговой сети мобильных приложений.

Источник: <http://www.retail-loyalty.org/news/set-smeshnye-tseny-obnovila-svoyu-it-infrastrukturu/>

Другое

Компания Rendez-Vous запустила программу переработки старой обуви

Интернет-магазин Rendez-Vous запустил программу переработки старой использованной обуви. Об этом «Афише Daily» сообщили в пресс-службе компании.

Все желающие могут сдать старую ненужную обувь в магазин Rendez-Vous в обмен на скидочный купон для покупки новой. Компания сотрудничает с Дмитровским заводом РТИ, который будет перерабатывать обувь в безопасные резиновые покрытия спортивных и детских площадок и дорожек.

«Мы предоставляем услугу по бесплатному ремонту обуви, а также проводим обучающие мастер-классы, где рассказываем, как правильно ухаживать за обувью, чтобы она максимально долго сохраняла свой достойный вид. <...> Программа по переработке старой обуви станет логичным шагом в развитии наших сервисов и настоящим рывком на пути к разумному потреблению», – заявили представители компании.

Пока что сдать обувь на переработку можно только в магазине Rendez-Vous в торговом центре «Авиапарк» в Москве. Компания планирует организовать сборочные пункты во всех магазинах сети.

В феврале запуск программы по переработке старой обуви Shoe Bring Back запустил шведский обувной бренд Vagabond. За каждые две пары старых ботинок можно получить ваучер со скидкой на покупку в магазине бренда.

Источник: <https://daily.afisha.ru/news/26235-kompaniya-rendez-vous-zapustila-programmu-pererabotki-staroy-obuvi/>

H&M расскажет покупателям о всех своих поставщиках

Покупатели H&M смогут увидеть подробную информацию о всех поставщиках компании, включая их имена, страны производства, названия и адреса фабрик, где производят одежду и товары H&M Home. Таким образом ритейлер стремится сделать индустрию моды более прозрачной.

Все данные о поставщиках можно будет найти на онлайн-платформе ритейлера. Покупатели офлайн-магазинов также смогут получить доступ к информации через приложение H&M при сканировании ценников. В компании заявили, что такой шаг поможет клиентам более осознанно подходить к покупкам товаров.

В апреле H&M опубликовала отчет за 2018 год, в котором сообщалось, что компания использовала переработанные и другие экологически безопасные материалы для производства более чем половины своих товаров. Это на 35% больше, чем в 2017 году.

В 2017 году журналисты шведского телеканала SVT рассказали, что H&M ежегодно сжигает тонны своей новой одежды. По их данным, в 2016 году компания сожгла 19 тонн одежды. В компании объяснили, что делают так только с той одеждой, которая пострадала при транспортировке.

Ранее Inc. сообщал, что в 2018 году H&M потерял \$1 млн прибыли. H&M – второй крупнейший в мире ритейлер после Zara.

Источник: <https://incrossia.ru/news/h-m-rasskajet-o-vseh-svoih-postavshhikah/>

Viber запустил покупки в приложении для российских пользователей

Сервис по обмену сообщениями и видео-звонками Viber запустил покупки в приложении. Теперь пользователи могут находить интересные товары, делиться ими с друзьями изучать ассортимент онлайн-магазинов, не покидая Viber. Об этом Rusbase рассказали в компании.

В главном меню мессенджера появилась кнопка Viber-каталог, ведущая на «клавиатуру для шопинга». Открыв ее, пользователь может просматривать предложения от партнеров Viber, рассказали в компании.

Среди партнеров сервиса бренды Macy's, Saks Fifth Avenue, Asos, а также российские компании Farfetch, Ozon и Спортмастер. Список партнеров будет расширяться, общают в Viber.

В компании заверили, что партнеры не имеют доступа к содержанию сообщений в чатах, куда пользователи будут пересылать выбранный товар.

Недавно покупки в приложении ввел Instagram. Пока что услуга доступна только в США. Марк Цукерберг неоднократно говорил, что собирается развивать электронную коммерцию во всех соцсетях компании.

Источник: <https://rb.ru/news/viber-inapp/>

ModaHSE и Familia учредили образовательную стипендию в сфере fashion-бизнеса.

Федеральная сеть off-price-магазинов Familia и Центр «Менеджмент и коммуникации в индустрии моды» НИУ ВШЭ поддержат талантливых студентов, ориентированных на профессиональное развитие в fashion-бизнесе. Familia учредила стипендию для трех магистрантов Высшей школы экономики, которые поступят на обучение по программе «Менеджмент и маркетинг в индустрии моды». Стипендиальный фонд составит 540 000 руб.

Сеть off-price-магазинов Familia и Центр «Менеджмент и коммуникации в индустрии моды» НИУ ВШЭ (ModaHSE) объявили конкурсный отбор, победители которого будут зачислены в магистратуру Центра и будут получать специальные стипендии компании Familia. Участвовать в нем может любой человек, имеющий подтвержденный диплом бакалавриата, специалитета или магистратуры. Для этого претендентам необходимо до 20 июня 2019 г. подать заявку на сайте Центра «Менеджмент и коммуникации в индустрии моды» НИУ ВШЭ на поступление в магистратуру и на участие в конкурсе, а также подготовить эссе и пройти собеседование со специалистом Familia. Итоги конкурсного отбора будут объявлены 1 июля 2019 г.

«Это первая в России корпоративная образовательная стипендия в сфере fashion-бизнеса. Дальновидная инициатива компании Familia дает шанс раскрыть потенциал тех ребят, у которых есть талант и желание управлять бизнес-процессами в компаниях индустрии моды и которые в дальнейшем смогут стать частью команды крупного российского fashion-ритейлера – компании Familia. Перед будущими магистрантами открываются перспективы не только получения образования в одном из самых престижных ВУЗов страны, но и профессиональной и финансовой

поддержки на время обучения от лидера отрасли», – комментирует Наталья Чиненова, руководитель магистерской программы в «Менеджмент и маркетинг в индустрии моды» НИУ ВШЭ.

«Образование – важная составляющая профессионального фундамента, особенно если оно получено у ведущих в своей области специалистов, – отмечает генеральный директор федеральной сети off-price-магазинов Familia Константин Надеждин. – Учреждая первую в российском fashion-бизнесе стипендию для магистрантов, мы хотим поддержать как студентов, нацеленных на серьезный профессиональный рост в индустрии, так и всю систему специализированного бизнес-образования в отрасли, сформировать своеобразный тренд на подобные инициативы. В профессиональной среде программы Центра «Менеджмент и коммуникации в индустрии моды» НИУ ВШЭ имеют высокую репутацию, его выпускники востребованы на рынке, поэтому мы уверены в успехе проекта».

Источник: http://advis.ru/php/view_news_ajax.php?id=5AB6E562-1141-3B4E-8582-FD72B7D45DF6