

# Ключевые события fashion-ритейла (06.05.19-12.05.19)

Выпуск 14

LC Waikiki открывает первый магазин в Севастополе

Ozon начал продавать одежду и косметику из Китая, Европы и США

AliExpress стал доступен для продавцов из России

2019 RBC Moscow



## КРАТКИЕ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ

---

### Открытия

#### **Турецкий ритейлер одежды LC Waikiki открывает первый магазин в Севастополе**

В Севастополе в ТЦ «Лаванда Молл» откроется первый в городе магазин турецкого фэшн-ритейлера LC Waikiki.

Общая площадь торговой точки на первом этаже комплекса составит 1,1 тыс. кв. м. Запуск магазина состоится во втором полугодии 2019 г.

#### **Бренд Elena Miro совместно с «Джамилько» открывает новый бутик в ТРЦ «Европейский» в Москве**

Благодаря сотрудничеству с «Джамилько» бренд Elena Miro ускоряет стратегию развития в России, увеличивая объемы розничных и оптовых продаж.

#### **ТРЦ «Планета» пополнил пул арендаторов сразу тремя новыми брендами: U.S. Polo Assn, Calipso и ювелирный салон «Сапфир»**

В ТРЦ «Планета» открылся первый в Красноярске магазин американского бренда стильной повседневной одежды U.S. Polo Assn. Кроме того, открыли свои двери магазинобуви Calipso и ювелирный салон «Сапфир».

#### **В ТРК «ЛЕТО» открылся магазин обуви KEDDO**

8 мая на 1 этаже ТРК «ЛЕТО» начал работу магазин KEDDO – модный бренд родом из Великобритании. Площадь магазина составила 93 кв. метров.

#### **В ЦДМ на Лубянке открылись магазины уличной одежды от ведущих streetwear-дизайнеров**

В «Центральном Детском Магазине на Лубянке» открылись новые концептуальные молодежные пространства: это магазины уличной одежды от ведущих streetwear-дизайнеров – универмаг «Хлебный» (2 этаж) и 21Shop (4 этаж). Общая площадь новых магазинов составила более 200 кв. метров.

#### **John Varvatos открыл Pop-Up бутик в центре Москвы**

1 мая в самом центре Москвы состоялось открытие Pop-Up бутика американского бренда мужской одежды John Varvatos. Pop-Up store расположился в исторически премиальном месте столицы – Столешниковом переулке.

#### **Группа LVMH и Рианна создадут новый дом моды Fenty**

Певица Рианна создает собственный модный дом при поддержке группы компаний LVMH – Louis Vuitton Moët Hennessy. Как сообщается в пятницу на сайте организации, новый дом Fenty официально начнет работу до конца весны.

## Интернет-торговля

### **AliExpress стал доступен для продавцов из России**

Корпорация Alibaba сделала торговую площадку AliExpress доступной для иностранных продавцов. Торговать здесь получили возможность предприниматели из России, Турции, Италии и Испании. По мнению руководства Alibaba, этот шаг поможет AliExpress на равных конкурировать с Amazon.

### **Ozon начал продавать одежду и косметику из Китая, Европы и США**

Российский онлайн-ритейлер Ozon начал тестировать продажи электроники, одежды и других товаров из-за рубежа, соответствующий раздел появился на сайте площадки.

### **Adidas отметил рост онлайн-продаж на 40% за счет покупок в Instagram**

Онлайн-продажи бренда спортивной одежды Adidas выросли на 40% в первом квартале 2019 г. Главной причиной роста стало тестирование функции покупок в Instagram, сообщил изданию генеральный директор компании Каспер Рорстед.

## Технологии

### **Nike показала приложение для измерения размера ног**

Компания Nike представила функцию Nike Fit, которая появится на IOS уже летом 2019 года. Цель функции в том, чтобы измерить реальный размер ноги владельца и подобрать идеальный размер обуви.

## Другое

### **Mango развивает e-commerce и запускает магазины нового формата**

Испанский ритейлер Mango о росте выручки от онлайн-продаж на 30 проц в годовом выражении. На долю заказов, сделанных со смартфонов и планшетов, пришлось 59 проц всех продаж в интернете.

Добавим, то одновременно с развитием электронной коммерции в 2019 году испанский ритейлер Mango будет активно открывать магазины расширенного формата. Это будут как собственные, так и франчайзинговые торговые точки.

На сегодняшний день открыто более 210 мегасторов Mango в 110 странах, 20 из которых были запущены в ушедшем году.

## ПОЛНЫЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

---

### Открытия

#### **Турецкий ритейлер одежды LC Waikiki открывает первый магазин в Севастополе**

В Севастополе в ТЦ «Лаванда Молл» откроется первый в городе магазин турецкого фэшн-ритейлера LC Waikiki.

Общая площадь торговой точки на первом этаже комплекса составит 1,1 тыс. кв. м. Запуск магазина состоится во втором полугодии 2019 г.

Это будет первая торговая точка в Севастополе. На территории Крыма ритейлер управляет еще 2 магазинами в Симферополе.

В минувшие выходные состоялось официальное открытие ТЦ «Лаванда Молл» – первого специализированного центра моды в Крыму. На трех этажах общей торговой площадью 10 тыс. кв. м. работают магазины одежды, обуви и аксессуаров.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/turetskij-ritejler-odezhdy-lc-waikiki-otkryvaet-pervyj-magazin-v-sevastopole/2019050725657>

#### **Бренд Elena Miro совместно с «ДжамильКо» открывает новый бутик в ТРЦ «Европейский» в Москве**

Благодаря сотрудничеству с «ДжамильКо» бренд Elena Miro ускоряет стратегию развития в России, увеличивая объемы розничных и оптовых продаж.

Бренд Elena Miro продолжает экспансию на российский рынок, открывая новый бутик в Москве, в ТРЦ «Европейский», крупнейшем торговом комплексе, расположенном в нескольких минутах ходьбы от главных достопримечательностей города.

Эстетика бутика вдохновлена новой концепцией флагманского магазина бренда на Площади Ла Скала (Piazza della Scala) в Милане. Он станет воплощением итальянского стиля, а элегантный изысканный дизайн в теплых светлых тонах с использованием материалов премиум-класса создаст ощущение комфорта и гостеприимства. В интерьере присутствуют детали, созданные на основе архетипического архитектурного элемента классического итальянского искусства - арки, которая вернулась через цитирование работ крупнейших архитекторов послевоенного периода.

Открытие в ТРЦ «Европейский» стало третьим по счету открытием Elena Miro в Москве и пятым по России, закрепляя договор о партнерстве с «ДжамильКо» (компанией, обладающей обширным опытом в области дистрибуции модной одежды и аксессуаров, а также углубленными знаниями рынка) подписанным брендом Elena Miro с целью усиления политики присутствия бренда на территории страны.

«Расширение бренда Elena Miro в России представляет собой неоценимый шаг вперед в рамках стратегии международного развития бренда. Благодаря сотрудничеству с «ДжамильКо» и отличным результатам, достигнутым в последнее время в сфере оптовых продаж, бренд надеется вскоре стать эталоном на рынке одежды для женщин с пышными формами в России, Казахстане, Беларуси и

Армении», – прокомментировал Мартино Бозелли (Martino Boselli), бренд-директор Elena Miro.

С момента старта партнерства компании «ДжамильКо» и бренда Elena Miro в октябре 2018 г. уже достигнуты значительные результаты. Так, ускорение стратегии развития позволило бренду увеличить количество открываемых в России магазинов в 2019 году с 5 до 8. Помимо трех уже открытых магазинов в Москве и двух в Санкт-Петербурге, к концу 2019 года будет открыто еще три бутика: в Москве, в Ростове-на-Дону и в Екатеринбурге.

«Для нас честь и большая радость сотрудничать с брендом Elena Miro. Открытие бутиков в Москве и Санкт-Петербурге ознаменовало выход компании «ДжамильКо» в сегмент моды «Curvy», которого до недавнего времени не было в нашем портфеле. Мы видим хороший потенциал роста компании Elena Miro на российском рынке и уверены, что сможем успешно развивать данный бренд», – отметила Кира Балашова, генеральный директор компании «ДжамильКо».

Первых гостей бутика Elena Miro в ТРЦ «Европейский» встретили яркие новинки коллекции Весна-Лето 2019 и приятные приветственные комплименты. Также в течение всего первого месяца работы магазин Elena Miro будет дарить своим клиентам двойные бонусы за любые покупки!

**Источник:** <https://imemno.ru/2019/05/08/448838/>

### **ТРЦ «Планета» пополнил пул арендаторов сразу тремя новыми брендами: U.S. Polo Assn, Calipso и ювелирный салон «Сапфир»**

В ТРЦ «Планета» открылся первый в Красноярске магазин американского бренда стильной повседневной одежды U.S. Polo Assn. Кроме того, открыли свои двери магазинобуви Calipso и ювелирный салон «Сапфир».

Компания U.S. Polo Assn появилась в 1890 году в Америке благодаря конному поло – спорту королей и аристократов. Сегодня компания является представителем конного поло в США и Канаде, ее миссия – объединить людей, поддерживающих этот вид спорта, по всему миру. В новом магазине представлен широкий ассортимент одежды для мужчин, женщин и детей, а также обувь и стильные аксессуары. Здесь есть спортивные платья, красивые топы, удобные джинсы и трикотажные изделия, толстовки и брюки, и конечно, любимые многими классические футболки поло. В U.S. Polo Assn каждый сможет собрать идеальный образ на каждый день. Магазин площадью 152 кв. м расположен на 1 этаже ТРЦ «Планета» напротив магазина Bershka.

В магазине российского бренда Calipso гости ТРЦ «Планета» найдут большой выбор мужской и женской обуви и аксессуаров для любого случая. Он находится на 1 этаже «Планеты» и занимает площадь 91 кв. м. Здесь представлены линии FASHION, CLASSIC, CASUAL и SPORT.

Кроме того, на 1 этаже торгового центра в галерее «О'КЕЙ» открылся салон ювелирной компании «Сапфир», площадью 43 кв. м. В коллекции бренда около 10 000 моделей, выполненных в различных стилях и способных удовлетворить потребности самого широкого круга потребителей.

**Источник:** <http://www.prtime.ru/2019/05/08/trc-planeta-popolnil-pul.html>

## **В ТРК «ЛЕТО» открылся магазин обуви KEDDO**

8 мая на 1 этаже ТРК «ЛЕТО» начал работу магазин KEDDO - модный бренд родом из Великобритании. Площадь магазина составила 93 кв. метров.

История KEDDO началась более 20 лет назад, однако бренд до сих пор остается на волне современных трендов. Стилистика бренда KEDDO - это мир эклектики, порожденной фантазией дизайнеров со всего мира. Модели, созданные KEDDO, только на первый взгляд хорошо знакомы покупателям. От кроссовок, кед и слипонов до лоферов, ботильонов и брогов - каждый фасон является воплощением дерзкой моды улиц и способен стать вдохновением для активных девушек и молодых людей.

**Источник:** [https://shopandmall.ru/news/V\\_TRK\\_LETO\\_otkrylsya\\_magazin\\_obuvi\\_KEDDO](https://shopandmall.ru/news/V_TRK_LETO_otkrylsya_magazin_obuvi_KEDDO)

## **В ЦДМ на Лубянке открылись магазины уличной одежды от ведущих streetwear-дизайнеров**

В «Центральном Детском Магазине на Лубянке» открылись новые концептуальные молодежные пространства: это магазины уличной одежды от ведущих streetwear-дизайнеров - универмаг «Хлебный» (2 этаж) и 21Shop (4 этаж). Общая площадь новых магазинов составила более 200 кв. метров.

В пространстве универмага «Хлебный» площадью 90 кв. метров представлены российские и международные бренды молодежной одежды Ziq&Yoni, Irezumi, Dissident, ASP Project, Murmurizm, Chigrash, Якорь, МОЕ и др. К открытию своего второго в Москве магазина «Хлебный» создал коллаборацию с сообществом о современной моде и культуре «Кэмп Сь» и выпустил лимитированную коллекцию худи и футболок с авторским принтом.

Мультибрендовый магазин 21Shop, стоящий у истоков уличной культуры в России, представил в ЦДМ на Лубянке более 60 отечественных и зарубежных брендов уличной одежды: «Запорожец», Skills, Crooks and Castles, Cayler & Sons, TrueSpin и т.д. Помимо одежды в 21shop можно найти модные аксессуары: часы, наушники, рюкзаки, бейсболки, панамы и т.д.

«ЦДМ на Лубянке продолжает формировать предложение life-style и спортивных брендов, ориентированное на молодежную аудиторию. Более 30 процентов аудитории ЦДМ составляют молодые люди до 30 лет с активной жизненной позицией, которым интересна мода, спорт. Для них мы создаем отдельное продуктовое предложение на 4 этаже комплекса, где собраны популярные молодежные бренды и товары», - комментирует Леонид Капров, старший вице-президент «Галс-Девелопмент».

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/v-tsdm-na-lubyanke-otkrylis-magaziny-ulichnoj-odezhdy-ot-veduschikh-streetwear-dizajnerov/2019050725650>

## **John Varvatos открыл Pop-Up бутик в центре Москвы**

1 мая в самом центре Москвы состоялось открытие Pop-Up бутика американского бренда мужской одежды John Varvatos. Pop-Up store расположился в исторически премиальном месте столицы - Столешниковом переулке.

Новое пространство стало продолжением мировой экспансии бренда, которая началась с открытия первого флагманского бутика в Средней Азии, в Дубаи.

Продолжение – открытие монобрендового бутика JV в России в 2016 году в «Крокус Сити Молле».

Новый Pop-Up store пропитан бунтарским духом и фирменным стилем бренда. Вдохновленные образом жизни основателя бренда Джона Варватоса, в бутике представлены основные линии марки: John Varvatos Collection и John Varvatos Star USA, а также эксклюзивные капсульные коллекции, обувь, кожаные изделия, аксессуары и парфюм.

Интерьер Pop-Up store выполнен в концепции флагманского бутика в Нью-Йорке на улице Madison Avenue с белыми стенами и декоративными деталями в форме черных корон. Интерьер-проект Pop-Up store в Столешниковом символизирует мужскую прямолинейность и брутальную эстетику.

Бутик расположен на 1-м этаже исторического здания и занимает площадь 157,6 м<sup>2</sup>. В XIX веке здесь располагался Доходный дом Карзинкина; с 1886 г. жил писатель В. Гиляровский, чьим именем и названо здание сегодня.

Первая коллекция бренда John Varvatos была представлена в 2000 году, и состояла из casual образов и спортивной одежды. Сегодня в коллекциях бренда представлены обувь, сумки, ремни, очки, ювелирные изделия, ароматы, коллекция John Varvatos Star USA и Bootleg от John Varvatos.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/john-varvatos-otkryl-pop-up-butik-v-tsentre-moskvy/2019051025689>

## **Группа LVMH и Рианна создадут новый дом моды Fenty**

Fenty официально начнет работу до конца весны

Певица Рианна создает собственный модный дом при поддержке группы компаний LVMH – Louis Vuitton Moet Hennessy. Как сообщается в пятницу на сайте организации, новый дом Fenty официально начнет работу до конца весны.

«LVMH и Робин Рианна Фенти объединились, чтобы создать новый дом роскоши - Fenty со штаб-квартирой в Париже», – информирует пресс-служба группы. В нем отмечается, что марка станет отражением взглядов певицы на моду и будет включать модели прет-а-порте, обувь и аксессуары. «Официальное открытие дома Fenty запланировано на весну 2019 года», – уточняется в документе.

«Создать марку вместе с LVMH – это невероятно особенный момент для нас. Господин [Бернар] Арно [президент группы компаний LVMH] дал мне артистический карт-бланш, чтобы создать Дом моды во вселенной люкса. Я не могла представить себе лучшего партнера как по части креатива, так и бизнеса, и сейчас с нетерпением жду, чтобы представить наши творения», – приводит пресс-служба LVMH слова Рианны.

«Она действительно принадлежит к семье LVMH, – заявил Арно. – Для Рианны мы задействовали энергию талантливой многокультурной команды, а также предложили поддержку за счет ресурсов нашей группы». Он заявил, что гордится участием в создании этого модного дома и желает ему большого успеха.

**Источник:** <https://tass.ru/obschestvo/6418761>

## Интернет-торговля

### AliExpress стал доступен для продавцов из России

Корпорация Alibaba сделала торговую площадку AliExpress доступной для иностранных продавцов. Торговать здесь получили возможность предприниматели из России, Турции, Италии и Испании. По мнению руководства Alibaba, этот шаг поможет AliExpress на равных конкурировать с Amazon.

До настоящего момента AliExpress была открыта лишь для китайских ритейлеров, которые могли продавать свои товары покупателям из 150 стран. Изменения, о которых говорилось выше, уже реализуются.

По словам представителей Alibaba, открыть свою платформу для зарубежных продавцов планировалось уже давно – такая идея появилась в первый день работы торговой площадки AliExpress.

Тем не менее, сделать это удалось лишь сейчас. Регистрация для иностранцев уже открыта, и большое количество компаний из России, Испании, Турции и Италии уже зарегистрировались на платформе.

«Текущий год стал первым для компании, мы реализуем стратегию „от локального к глобальному“, – сообщила президент подразделения оптовых рынков Alibaba Труди Дай.

Ранее Alibaba, ПАО «Мегафон», Mail.Ru Group, РФПИ и объявили о создании совместного предприятия в области электронной коммерции. По итогам сделки совладельцами СП AliExpress Russia станут Alibaba Group (48%), «Мегафон» (24%), Mail.Ru Group (15%) и РФПИ (13%).

Что касается Турции, то в этой стране Alibaba активно сотрудничает с онлайн-продавцом одежды Trendyol. В этом году турецкая компания открыла собственный магазин на AliExpress.

В прошлом году торговая площадка показала лучший рост среди всех подразделений Alibaba, этот показатель составил 94%.

**Источник:** [https://habr.com/ru/post/451168/?utm\\_campaign=451168](https://habr.com/ru/post/451168/?utm_campaign=451168)

### Ozon начал продавать одежду и косметику из Китая, Европы и США

Российский онлайн-ритейлер Ozon начал тестировать продажи электроники, одежды и других товаров из-за рубежа, соответствующий раздел появился на сайте площадки.

В разделе «Товары из-за рубежа» в тестовом режиме представлены несколько тысяч товарных наименований из Китая, Европы и США. «Примерно половина ассортимента от иностранных поставщиков приходится на категорию одежды и аксессуаров, около 20 проц – на электронику, еще порядка 10 проц – товары для красоты и здоровья», – рассказали РИА Новости в пресс-службе интернет-компании.

В ходе теста высокой популярностью пользуются товары из Германии, Латвии, США и Китая, отметили в Ozon.



Онлайн-ритейлер выступает как витрина: он принимает платеж от клиента, а доставку товара клиенту осуществляет сам поставщик. Стандартный срок доставки – три недели.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/ozon-nachal-prodavat-odezhdu-i-kosmetiku-iz-kitaya-evropy-i-ssha/2019050825666>

## **Adidas отметил рост онлайн-продаж на 40% за счет покупок в Instagram**

Онлайн-продажи бренда спортивной одежды Adidas выросли на 40% в первом квартале 2019 г. Главной причиной роста стало тестирование функции покупок в Instagram, сообщил изданию генеральный директор компании Каспер Рорстед.

Также увеличение онлайн-продаж связано с выпуском новых продуктов бренда Adidas и запуском собственного приложения. По данным компании, оно было загружено более 9 млн. раз в 27 различных странах – информирует new-retail.ru

На сегодняшний день Adidas не единственный бренд, который тестирует функцию покупок в Instagram. В тесте участвуют более 20 мировых компаний и брендов, включая Nike, H&M, Dior, Uniqlo и Zara.

Instagram объявил о запуске продаж в приложении в марте этого года. Для совершения покупки пользователям необходимо заполнить информацию о способах оплаты, после чего им станет доступна функция «Оформить заказ в Instagram».

**Источник:** <http://allretail.ua/news/60208/>

## **Технологии**

### **Nike показала приложение для измерения размера ног**

Компания Nike представила функцию Nike Fit, которая появится на iOS уже летом 2019 года. Цель функции в том, чтобы измерить реальный размер ноги владельца и подобрать идеальный размер обуви.

Доступ к Nike Fit можно будет получить, открыв на странице любого товара меню с размерами обуви. В самом низу меню окажется новая опция. Приложение откроет камеру iPhone и попросит встать у стены, после чего нужно будет направить смартфон вниз над ногами.

После того, как приложение отсканирует ноги пользователя, оно отобразит точный размер обуви Nike. Также функция способна определить, отличается ли ноги владельца друг от друга.

Компания планирует позволить сотрудникам салонов Nike сканировать QR-код в приложении со смартфонов пользователей, чтобы получить все данные о размерах и порекомендовать идеальную обувь на их основе.

**Источник:** <https://www.afisha.uz/techno/2019/05/10/nike-fit/>

## Другое

### **Манго развивает e-commerce и запускает магазины нового формата**

Испанский ритейлер Mango о росте выручки от онлайн-продаж на 30 проц в годовом выражении. На долю заказов, сделанных со смартфонов и планшетов, пришлось 59 проц всех продаж в интернете.

«Сегодня мы пожинаем плоды обширной работы и значительных инвестиций, – комментирует Елена Карассо, директор по онлайн-бизнесу Mango. – В 2018 году мы превзошли наш лучший прогноз». В результате электронная коммерция заняла уже 20 проц от общего оборота Mango – такой показатель планировалось достичь годом позже. Теперь испанская компания намерена увеличить долю онлайн-продаж до 25 проц в 2019 году и до 30 проц – в 2020-м.

Добавим, то одновременно с развитием электронной коммерции в 2019 году испанский ритейлер Mango будет активно открывать магазины расширенного формата. Это будут как собственные, так и франчайзинговые торговые точки.

Данный шаг является частью стратегии компании, основанной на открытии более крупных магазинов и закрытии небольших. С 2012 года средняя площадь торговой точки Mango увеличилась на 54 процента.

В настоящее время более половины всех магазинов Mango являются партнерскими. В компании подчеркивают, что франчайзинговая модель занимает центральное место в планах по расширению сети.

На сегодняшний день открыто более 210 мегасторов Mango в 110 странах, 20 из которых были запущены в ушедшем году.

Напомним, компания начала открывать расширенные магазины с 2013 года. Это торговые точки площадью 800 – 1 500 кв. м., в которых представлены все или большинство линий ритейлера. Формат флагмана подразумевает использование еще больших площадей – до 3 000 квадратных метров.

**Источник:** <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/mango-razvivaet-e-commerce-i-zapuskaet-magaziny-novogo-formata/2019050925678>