

Rusya Pazarı

İçindekiler

Alışveriş merkezlerindeki trafik Ağustos ayında düştü	2
Silk and Cashmere monobrand mağazalar açıyor	2
Çorap ithalatı azalıyor	2
Bayan kot ürünleri kalite sınavını geçti	3
Penza bölgesinde hazır giyim üretimi %70 arttı	3
Sadakat programlarına ilgi arttı	3
Yeni mağaza açılışları	4
Kaçak tekstil ürünlerine yönelik denetimler sıkılaştı	4

Rus giyim pazarının 2018 büyümesi %5'i geçmeyecek

2018 yılı itibariyle %5'ten fazla büyümesi beklenmeyen Rus hazır giyim pazarı için analistler, çok büyük beklentiler içinde olunmaması gerektiğine dikkat çekiyor.

Fashion Consulting Group CEO'su Anna Lebsak-Claymans da, önümüzde sene en iyimser senaryoda bile önemli ölçüde gelişme beklenmemesi gerektiğini söylüyor.

Fashion Consulting Group, pazardaki büyümenin büyük ölçüde ruble bazında %2-3 seviyesinde olacağını belirtiyor. Bu senaryo, petrol fiyatının istikrarlı olmasını, rublenin değer kazanmasını ve yerel üretimin artmasını öngörüyor.

Lebsak-Claymans, 2017'nin ilk yarısında, hazır giyim ürünleri tüketiminin "kötümser senaryo" paralelinde gittiğini söylüyor. Bu nedenle, yılsonu itibariyle pazardaki büyümenin ruble bazında en fazla %3 civarında olması bekleniyor. Bu yılki büyümede, özellikle yılın ilk yarısında baharın kısa sürmesi ve soğuk geçen yaz aylarının da önemli etkisi olacağı belirtiliyor.

RBC Pazar Araştırmacıları ise bu kadar iyimser değil. Araştırmalarına göre 2015-2016 dönemindeki Pazar hacmindeki küçülme duracak ancak büyüme de beklenmiyor. Pazar

hacminin 2017'de yalnızca %0.2, 2018'de ise %0.7 artacağı öngörülüyor.

Lüks markaların Rusya'ya ilgisi artıyor

Knight Frank verilerine göre, son on yıldır ilk defa "lüks" segmentin yeni satış noktalarının açılışı ekonomik segmentin önüne geçti.

2017'nin ilk yarısında Rusya'ya giren yaklaşık 300 adet yeni operatörün üçte ikisinden fazlasını (%68) yüksek fiyat segmentindeki operatörler oluşturdu. Bu oran 2016 sonunda %46 olmuştu.

Son on yılda, Rusya pazarına giren yeni markaların çoğu düşük ve orta segmentte olup, toplam yeni markalar içerisindeki oranları %56 ile %100 arasındaydı. Bu segmentteki markaların payı ilk defa bu yıl %32'ye düştü.

Lüks segment, geleneksel olarak Rusya'da rahat faaliyet gösteriyor. Pazardaki markalar, son dönemde ülkedeki çalışma yapılarında değişikliğe gidiyor. Pazardaki trendleri özellikle kendi markaları altında bağımsız olarak geliştirmek, kendi mağazalarını açmak, ortaklıklarını eğiştirmek, yeni bölgelerdeki gelişmek için ortaklıklar kurmak oluşturuyor.



Alışveriş merkezlerindeki trafik Ağustos ayında düştü

Birçok markanın Temmuz ayında Eylül öncesi satışları artırmaya yönelik olarak düzenlediği pazarlama kampanyaları beklenen sonuçları getirmedi. Alışveriş merkezlerinin ziyaret trafiğini ölçen Alışveriş Endeksi, sözkonusu dönemde ortalama %6-8 oranında düştü. Olumsuz bilgi akışının ve düşen gelirlerin Moskovalıları tasarrufa zorlamaya devam ettiği belirtiliyor.

Satışlarda beklenen gelişme, Ağustos'un son haftasında da görülmedi ve Alışveriş Endeksi geçen seneye göre %6.4, 2015'e göre ise %0.6 düştü. Watcom'un başkanı Skorokhodov düşüşü, ekonomide devam eden krize bağlarken, Moskovalıların okul dönemi öncesinde

“ekonomik” bir tavır sergilemeye devam ettiğini belirtiyor.

Alışveriş Endeksi 2014'ten beri negatif trend gösteriyor. 2016 yılında bu trend kısmen kırılmış, ancak tüketicilerin alışveriş merkezi ziyaretleri alışverişten ziyade eğlence amaçlı olmuştur. Skorokhodov'a göre, endeks 2017'de 2016'nın %8-10 altında ve 2015 rakamlarına denk bir seviyede.

Öte yandan, trafikte düşüş, her alışveriş merkezi için geçerli değil. Örneğin Afimall'un trafiğinin sözkonusu haftada geçen yılın aynı dönemine göre %7 arttığı, artışın çoğunlukla okul alışverişlerinden kaynaklandığı açıklanmıştı.

Kaynak: Kommersant



Silk and Cashmere monobrand mağazalar açıyor

Pazardaki lüks markalar yeniden yapılıyor

Silk and Cashmere, St. Petersburg'da Peserico, Herno ve Lorena Antoniazzi mağazaları açmaya hazırlanıyor.

Yapılan açıklamaya göre, Peserico butiği Eylül ayı içinde açılacak. Yaklaşık bir ay sonra da Herno ve Lorena Antoniazzi butiklerinin açılması planlanıyor.

Bu markalar daha önce, multibrand Silk and Cashmere mağazalarında satılmaktaydı. Marka yetkilileri, prensip olarak monobrand mağazalar açmadan önce markaları büyüttüklerini ve böylece

hem mevcut markaların sunumlarını genişlettiklerini, hem de pazara yeni markalar getirdiklerini belirtiyor.

St. Petersburg'daki Silk and Cashmere butiğinin ürün portföyü de Demoo, Purottato, Albino Teodoro markaları ile zenginleştirilecek. Marka ayrıca, uzun zaman önce açılan multibrand mağazalarını da renove etmeyi planlıyor.

Bazı mağazaların renovasyonu halihazırda bitmiş durumda.

Kaynak: Business Petersburg

Çorap ithalatı azalıyor

Global Reserach Consulting'in araştırmasına göre, 2016'da ithal çoraplar pazarın %68'ini oluşturdu.

Öte yandan, çorap ithalat hacmi, 2015'te %13, 2016'da %30 düşüş göstererek iki yıldır azalıyor.

Analistler, ithalatın azalmasını doların değer kazanmasına ve halkın alım

gücündeki düşüşe bağlıyor.

İthal ürün maliyetleri 2016 yılında dolar bazında düşmesine rağmen, ruble bazındaki fiyatlarda artış devam ediyor. Mesela taytların maliyetleri döviz yapısı itibarıyla fiyatların kriz öncesi seviyelere inebilmesini önüyor.

Kaynak: RBC Market Research



Bayan kot ürünleri kalite sınavını geçti



Roskachestvo, farklı ülkelerde üretilen 35 örneği test ederek bayan kot giyim ürünlerini inceledi.

Testlerde renk istikrarı, dayanıklılık, zehirli maddelerin olup olmadığı gibi 45 kalite kriterinin yanısıra, kumaş mahiyetinin ürün etiketiyle uyumlu olup olmadığı da inceleniyor.

Test edilen ürünlerin arasında Levi's, Uniqlo, Zara, Bershka, Diesel, Gloria Jeans, gibi popüler markalar ile Rusya, Çin, Türkiye, Sırbistan, Romanya, Vietnam gibi ülkelerde üretilen ürünler bulunuyor.

35 örnekten 3 tanesi kalite gerekliliklerin üzerinde olarak nitelendirilirken 24 adedi de kaliteli bulundu. Ancak en iyi örnekler Vietnam,

Çin ve Tunus gibi ülkelerde dikilip ithal edilen ürünler olduğu için yerel üretim ürünler arasında devlet kalite markası alan olmadı. Yüksek kalitede bulunan ürünler Ostin, Uniqlo ve Calvin Klein markalarına ait.

Araştırmaya göre, sadece Love Republic'e ait kotlar, yıkama ve saf suya dayanıksız renkleri dolayısıyla gerekli güvenlik gerekliliklerinin dışında olarak nitelendirildi.

Ayrıca, çalışmanın sonuçlarına göre fiyat kalitenin bir göstergesi değil. 2.000 rubleden daha ucuza satılan bazı ürünlerin, kalite yönünden 10.000 rubleye satınlanların aşağısında kalmadığı tespit edildi.

Kaynak: Rossiyskaya Gazeta

Penza bölgesinde hazır giyim üretimi %70 arttı

Penza bölgesi Belediye Başkanı Ivan Belozertsev, bölgedeki hazır giyim üretiminin 2017 yılının ilk yedi ayında geçen yılın aynı dönemine göre %70 arttığını açıkladı.

Belozertsev, özellikle dikim faaliyetlerinde kümelenmenin hızlı iş alanı yaratması, maliyetlerin diğer endüstrilere göre düşüklüğü ve üretimin hızla artmasının mümkün olması gibi nedenlerle bölge ekonomisinin gelişmesinde önemli rol

oynayacağına inandığını ifade ediyor.

Penza bölgesinde giyim endüstrisini desteklemek için sistematik bir çalışma yürütülüyor. İşletmeler özellikle 3 yıla kadar vadeli öncelikli mikrokredilerin avantajlarından faydalanabiliyor. Krediler, girişimlerin gelişmesi amacıyla, işletme sermayesi ihtiyacı, makina ve ekipman alımı, inşaat ve yatırım gibi çeşitli ihtiyaçlar için kullanılabilir.

Kaynak: Fashionunited

Rusya'da hazır giyim üretimi yaygınlaşıyor

Sadakat programlarına ilgi arttı

Wanta Group, Rus tüketicilerin sadakat programları ve marka kartları kullanım alışkanlıklarını araştırdı.

Araştırmanın sonuçlarına göre, aktif tüketicilerin %87'si bu tür kartları kullanıyor. İlk sırada %76 kullanım oranı ile gıda sektörü, ikinci sırada ise %39 ile moda sektörü geliyor.

Marka kartlarının kullanımı genel olarak düşük gelir seviyesine sahip,

çoğunluğunu 35 yaş altı ve 45 yaş üstü kadınların oluşturduğu "ekonomik" tüketiciler arasında daha yaygın. Orta gelirli tüketiciler ise diğer müşteri sadakat programlarını tercih etme eğiliminde.

Tüketicilerin çoğu, marka kartlarının sağladığı satın alım anında belli bir oranda indirim yapılması gibi basit uygulamaları tercih ediyor.

Kaynak: newretail



Yeni mağaza açılışları



Görüş ve önerileriniz için
e-mail adresimiz;
eevaran@moredanismanlik.com

www.moredanismanlik.com

- ⇒ İtalyan çocuk giyim markası Il Gufo, Rusya'daki ilk monobrand mağazasını Moskova'da Petrovsky Pasajı'nda açtı.
- ⇒ Armani Exchange, Moskova'nın kuzeydoğusundaki ilk butiğini Golden Babylon Rostokino alışveriş merkezinde açtı.
- ⇒ H&M, Nizhnevartovsk'taki ilk mağazasını Lenin Caddesi'nde açtı. Marka Eylül sonuna kadar Samara ve Barnaul'da da birer mağaza açacak.
- ⇒ Krasnoyarsk'taki ilk Quiksilver mağazası Planeta alışveriş merkezinde açıldı.
- ⇒ Fransız Kiabi, Eylül başında St. Petersburg'daki ikinci mağazasını açtı.
- ⇒ Geox St.Petersburg'da Nevsky Center alışveriş merkezinde X-Sore formatında bir mağaza açtı.
- ⇒ Uniqlo, yeni konseptiyle renove ettiği Atrium alışveriş merkezindeki 3 bin m2 büyüklüğündeki mağazasını açtı.

Kaçak tekstil ürünlerine yönelik denetimler sıkılaştı

Yasadışı ticaretin önlenmesine yönelik tedbirler kapsamında, sahte ve kaçak tekstil ürünleri de, İçişleri Bakanlığı, Başsavcılık, Federal Güvenlik ve Gümrük otoriteleri tarafından yakından takip edilmeye başlandı.

Yetkililer tarafından 2016 yılı başından bu yana yapılan denetimlerde, tekstil işletmelerinde 19 bin adet usülsüzlük tespit edildiği açıklandı.

Bu denetimler, tekstil ürünlerine yönelik şimdiye kadar yapılan en geniş çaplı ve sıkı denetimler oldu.

Yalnızca kuzeybatı bölgelerinde ikiyüz bin adetten fazla tekstil ürününe el

konduğu belirtiliyor.

Sahte tekstil ürünleri özellikle internet üzerinden yaygın olarak satılıyor. Bu taraftaki denetimlerin sonucunda da yaklaşık 800 adet sitenin kapatılmasının talep edildiği ifade ediliyor.

Endüstri ve Ticaret Bakanı Manturov, hafif sanayi ürünlerinde pazar hacminin %35'inin yasa dışı ürünlerden oluştuğunu açıklamıştı. Bu yasa dışı ürünler, "gri" olarak ithal edilen ürünlerden ve ünlü markaların taklitlerinden oluşuyor.

Kaynak: Izvestiya

