

# Rusya Pazarı

## İçindekiler

En popüler giyim markası O'stin oldu	2
Kayıtdışı çocuk ürünleri pazarı üçte biri oranında azaltılacak	2
"Beyaz Cumartesi"	2
LPP Group 2018'de 50 mağaza açacak	3
Black Friday'e rekor katılım	3
En pahalı cadde yine Stoleshnikov Lane oldu	3
Yeni mağaza açılışları	4
Rospotrebnadzor "kara liste" tutacak	4
Online mağazalar kayıt altına alınacak	4

## Rus tüketicilerin alışkanlıkları değişiyor

Boston Consulting Group'un araştırmasına göre Ruslar tüketim alışkanlıklarını değiştiriyor. Araştırma sonuçları, Rus tüketicilerin ürün tercihlerinde daha seçici olmaya başladıklarını, marka sadakatlerinin azaldığını ve aktif olarak daha düşük fiyatlı ürün arayışına girdiklerini gösteriyor.

BCG'ye göre, Rusların yeni davranış biçimi genel olarak Doğu Avrupa ülkelerinkine yaklaşıma başladı. Yeni satın alma yaklaşımları, en yoksul kesimden en yüksek gelirli kesime kadar tüm segmentlerde görülüyor.

Tasarruf eğiliminin de devam etmesiyle, artık yüksek gelire sahip tüketicilerin dışındaki kesim örneğin daha iyi hizmet, veya daha uygun servis koşulları için daha fazla para ödemeye razı olmuyor.

Daha muhafazakar ve rasyonel alışveriş tercihleri paralelinde, marka bağımlılıkları da azalıyor. Markaların kişiliklerini ve değerlerini yansıttığına inanan Rus tüketicilerin oranı %24'e düştü.

Rus tüketiciler, indirim ve kampanya dönemlerini de aktif olarak takip etmeye başladı. GFK'nın araştırmalarına göre, indirimli satışların toplam satışlar içindeki payı %21'e çıktı.

Bu arada, indirimli satışların yasal düzenleme altına alınması da gündeme geldi. İndirimli satışların payının artmasına karşın bu konuda herhangi bir regülasyonun olmamasının fiyatların suni olarak artırılarak sonrasında indirimli satılması gibi ilkesiz uygulamalara yol açtığı düşünülüyor.

İlgili regülasyonun "indirim" kavramını ve en yaygın "indirim tipleri"ni tanımlaması öngörülüyor.

Tüketici güven endeksi ise hala negatif alanda olmasına rağmen artış göstermeye devam ediyor. Endeksin yedi dönemdir artış göstermesi, yükseliş trendini teyit ediyor.

Fashion Consulting Group uzmanları, tüketicinin düşük fiyat arayışına karşın Rusya'da outlet konseptinin henüz yeterince yayılmadığı görüşünde. Bu pazarın geniş ve cazip bir pazar olduğunu belirten uzmanlar, önümüzdeki 5 ile 8 yıl içerisinde 20- 25 adet outlet açılmasının sürpriz olmayacağını belirtiyor. Öte yandan, outlet konseptinin potansiyel kiracıların büyük bir bölümü tarafından henüz anlaşılmadığı ve benimsenmediği de hatırlatılıyor.

Grubun sahibi olduğu Fashion House Outlet Center Moscow'un rakamları yıllık %100'e varan oranlarda artış gösteriyor.



## En popüler giyim markası O'stin oldu

Online Market Intelligence (OMI) verilerine göre, Rusya'da 2017'nin en popüler markası Rus O'stin oldu.

Daha önceki yıllarda dördüncü veya beşinci sıralarda yer alan O'stin, ilk defa uluslararası markaları geride bırakarak birinci sıraya yükseldi. Hazır giyim kategorisinde zirve yarışı Zara, H & M gibi seri üretim markalar arasında geçerken, takip eden sıralamada Bershka, H&M, Mango, Gloria Jeans, O'stin gibi markalar yer alıyordu.

Uzmanlar, 2017'de ikinci gruptan bir markanın ilk sıraya çıkmasını, şu andaki avantajlarının göstergesi olarak

yorumluyor.

Önceki iki yıl beşinci sırada yer alan O'stin, ankete katılanların %16.7'sinin oyunu aldı. %16 oy oranı ile ikinci sıradaki Zara'yı, %14.5 oranında oyla 2016'da listenin başında yer alan Adidas takip etti.

İlk on markanın içerisinde yer alan diğer markalar sırasıyla Nike, H&M, Oggi, Gloria Jeans, Levi's, Mango ve Bershka oldu.

"Rusya'nın favori markaları" 2008 yılından bu yana her yıl online bir anket ile belirleniyor.

Kaynak: retail.ru

2017		2016	
1.	O'STIN (OSTIN) 16.7% ↑+4	17.4%	
2.	ZARA (ZARA) 16% ↓-2	16.4%	
3.	ADIDAS (ADIDAS) 14.9% ↓-2	14%	
4.	NIKE (NIKE) 12.4% ↓-0	12.9%	
5.	H&M (H&M) 11.4% ↓-2	O'STIN 12.2%	
6.	OGGI (OGGI) 8.4% ↓-1	MANGO 6.9%	
7.	GLORIA JEANS (GLOPIER) 5.9% ↓-0	GLORIA JEANS 6%	
8.	LEVI'S (LEVI'S) 5.8% ↓-0	LEVI'S 4.9%	
9.	MANGO (MANGO) 4.9% ↓-3	Bershka 4.9%	
10.	Bershka (BERSHKA) 4.4% ↓-1	zolla 4.8%	

## Kayıtdışı çocuk ürünleri pazarı üçte biri oranında azaltılacak

İthal ürünlerin denetlenmesinde rol alan kayıt merkezlerinin ve laboratuvarların asgari gerekliliklerinin sıklaştırılması planlanıyor.

Ek olarak getirilecek asgari gerekliliklerin özellikle standart dışı oyuncak ve giyim ürünleri sebebiyle olumsuzluklar yaşayan çocuk ürünleri pazarına faydalı olacağı öngörülüyor. Uzmanlara göre yeni önlemlerin, düşük kaliteli ürünleri üçte birine kadar azaltması mümkün.

Laboratuvarlar üzerindeki kontrollerin

sıklaştırılmasının ürün fiyatlarına yansması beklenmiyor.

Öte yandan Tüketici Hakları Koruma Konfederasyonu Başkanı Dmitry Yanin, laboratuvar kontrollerinin sıklaştırılmasının yasadışı ürün trafiğini engellemeyeceğini, çoğunlukla bu ürünlerin "yasal" sertifikaları olduğunu vurguluyor.

Çocuk ürünleri sektöründe "gri" ürünlerin payının %25 olduğu tahmin ediliyor.

Kaynak: Izvestiya

## Çocuk ürünleri pazarı mercek altında.

## "Beyaz Cumartesi"

Rusya'da, yalnızca Rus ürünlerini kapsayacak "Beyaz Cumartesi" düzenlenmesi gündemde.

Bu öneri, Rus hafif sanayini desteklemekte kararlı olan ve bu konuda çeşitli inisiyatifler geliştiren Endüstri ve Ticaret Bakanlığı'ndan geldi.

Bakan Yardımcısı Yevtukhov, Rus ürünlerinin satışı için "Beyaz Cumartesi" nin organize edilmesini

desteklemeye hazır olduklarını, ancak bu girişimin perakendeciler ve üreticilerce başlatılması gerektiğini söyledi.

Ek yasal düzenlemeler veya prosedürler gerektiği takdirde bunların yapılabileceğini belirten Yevtukhov, bugün itibarıyla işletmeleri bu tür girişimleri harekete geçirmekten alıkoyacak herhangi bir neden görmediğini de vurguladı.

Kaynak: RIA Novosti



## LPP Group 2018'de 50 mağaza açacak



Polonyalı perakendeci LPP Group'un, önümüzdeki yıl Rusya'daki aktif büyümesini sürdürerek 50 yeni mağaza açmayı planladığı açıklandı. Ayrıca grubun en genç markası olan Sinsay'in pazardaki pozisyonunun güçlendirilmesi de grubun önceliklerinden biri olacak.

Reserved, Cropp, House, Mohito ve Sinsay markalarını bünyesinde barındıran grubun CEO'su Anna Pilyugina, 2016'da 17.5 milyar ruble olan Rusya cirosunun 2017 sonu itibariyle 19.5 milyar rubleye ulaşacağını belirtiyor.

Pilyugina, grubun bu yıl içerisinde Moskova ve Yekaterinburg'daki Mega'ların yanısıra St. Petersburg, Tümen, Orel, Samara ve Nizhny Novgorod'da mağazalar açtığını, yıl sonuna kadar da Kursk, Tula,

Smolensk ve Rostov-on-Don'da yeni mağazaların açılacağını söylüyor. Bu bölgelerde zaten faaliyet gösteren ve bölgeleri tanıyan grup, bu yıl 46 mağaza açtı. Gelirleri beklentileri karşılamayan, küçük ve eski dizayna sahip 10 mağazasını ise kapattı.

Toplam yaklaşık 330 mağazaya sahip olan grubun gelirlerinin yarıdan fazlasını Reserved markası oluşturuyor. İkinci sırada ise Cropp geliyor.

Bu iki marka, Rusya'da 2004 yılında faaliyete geçen grubun ilk markaları olduğundan, bilinirlikleri en yüksek markalar.

CEO Pilyugina, ilk mağaza açılışından itibaren tatmin edici sonuçlara ulaşan grubun en genç markası Sinsay'in de genişletileceğini ve kuvvetlendirileceğini belirtiyor.

*Kaynak: Fashionunited*

## "Black Friday"e rekor katılım

Rusya'da beşinci kez yapılan "Black Friday"de geçen seneki katılım beş katına çıkarak 20 milyon kişiyi buldu. Toplam gelir ise 7.5 milyar rubleden 30 milyar rubleye çıktı. Bu artışta, %90'a varan indirim oranlarının yanısıra, online mağazaların ciddi bir rakip haline geldiğini gören mağazaların ilk defa bu organizasyona katılımı, tasarruf zorunluluğundan satın alma isteğine geçiş gibi faktörler de etkili oldu.

Önceki yıl 1.500 olan, organizasyonlara katılan online mağaza sayısı bu yıl 3.500'e yükseldi.

Satışların artışına en büyük katkıda bulunan sektörlerden birinin hazır giyim sektörü olduğu belirtiliyor. Bu segmentteki satışlar ortalama bir günün altı katına çıkarken, indirim oranları %90'ları buldu.

Ortalama fatura tutarı ise, ortalama bir güne göre %21, geçen yıla göre %15 arttı.

"Black Friday"e katılımın yüksek olması, Rus tüketicilerin tasarruf etmekten sıkıldıklarını da gösteriyor.

*Kaynak: Izvestiya*

**"Black Friday"  
cirosu 30 milyar  
ruble oldu**

## En pahalı cadde yine Stoleshnikov Lane oldu



Moskova'da Stoleshnikov, üstüste dördüncü kez kiralama bedellerinin en yüksek olduğu cadde oldu.

Caddedeki mağazaların kiralari m2 başına yıllık 3.000 eurodan daha fazla.

Cushman & Wakefield'in yıllık araştırmasına göre Stoleshnikov, dünya sıralamasında 4 sıra yükselerek 19. sıradan 15. sıraya yerleşti.

*Kaynak: Cushman & Wakefield*

## Yeni mağaza açılışları



More Danışmanlık

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

[www.moredanismanlik.com](http://www.moredanismanlik.com)

- ⇒ Uluslararası spor giyim markası Under Armor, Rusya'daki ikinci mağazasını Moskova'da Atrium alışveriş merkezinde açtı.
- ⇒ Uniqlo, Moskova'da Vegas Kontsevo'nun ikinci katında 1.100 m2 yer kiraladı.
- ⇒ İtalyan Terranova, Arkhangelsk ve Tula'da Maxi alışveriş merkezlerinde yeni birer mağaza açtı.
- ⇒ Surgut'ta Aura alışveriş merkezinin ikinci katında, Rusya'daki en büyük Quicksilver mağazalarından biri açıldı.
- ⇒ İtalyan ev tekstili markası Frette Gum'da 150 m2 büyüklüğünde bir mağaza açtı.

### Rospotrebnadzor "kara liste" tutacak

Kurum, Gümrük Birliği teknik regülasyonları devamlı olarak ihlal eden üreticilerin ve ürünlerin listesini tutacak.

Regülasyonları ihlal edenlerin listesi Rospotrebnadzor'un internet sitesinde bulunabiliyor. Bu verilerden yola

çıkarak iki kereden fazla ihlal yapan üreticilerin "kara liste"sini oluşturmak mümkün.

Yetkililere göre, sözkonusu kara listeler üretimin üreticiden tedarikçiye kadar tüm safhalarını kapsayacak.

*Kaynak: retail.ru*

### Online mağazalar kayıt altına alınacak

Rospotrebnadzor, ülkede faaliyet gösterebilecek online mağazaların kayıt altına alınması yönünde girişimde bulundu. Kurumun önerisi yerel mağazaların yanısıra yabancı online mağazaları da kapsıyor.

Önerilen düzenleme ile online mağazaların Vergi Dairesine kayıt sırasında, internet domain adreslerini bildirmeleri, ve internet sitelerinin bağlı olduğu tüzel kişiliği belirtmeleri gerekecek.

Kayıt yaptırmayan mağazalara uygulanacak yaptırımlar belirlenmemiş olmasına rağmen, uzmanlar kayıtsız sitelerin bloke edilebileceğini belirtiyor.

Bu tür bir kontrole ihtiyaç duyulup duyulmadığı henüz bir tartışma konusu olmasına rağmen, bir kayıt sisteminin, e-ticaret pazar hacmini tespit edebilmek ve kullanıcıları online mağazaların gerçek kontaktlarına ulaşabilmesini sağlamak gibi avantajları olacağı vurgulanıyor.

*Kaynak: Izvestiya*

