



Fashion
Consulting
Group



RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM

ДИНАМИКА, ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ 2021Г. ПРОГНОЗ НА 2022Г.



Fashion
Consulting
Group

КОНСАЛТИНГ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБРАЗОВАНИЕ

Более **1000** реализованных проектов

Более **450** клиентов:

- производители одежды и обуви
- розничные сети
- российские дома моды и дизайнеры
- швейные предприятия

Более **4500** публикаций и выступлений
в СМИ и на отраслевых конференциях



Fashion
Consulting
Group

FASHION CONSULTING GROUP И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ **ЦЕНТР СТРИМ** В АКАДЕМИИ ИМЕНИ СТРОГАНОВА

ИННОВАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ КАРЬЕРЫ В НОВЫХ ЦИФРОВЫХ РЕАЛИЯХ

DIGITAL&PHYSICAL ТЕХНОЛОГИИ ДОПОЛНЯЮТ ДРУГ ДРУГА - ЭТО ВЗАИМОСВЯЗАННЫЕ ЧАСТИ СОВРЕМЕННОГО
УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ.

PHYGITAL IN FASHION – НОВЫЙ ПОДХОД К ОБРАЗОВАНИЮ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

НАБОР НА НОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ С 15 СЕНТЯБРЯ

Старт программ Октябрь 2021

КОНТАКТЫ:

INFO@FASHIONCONSULTING.RU

+7 906 056-18-18



АКАДЕМИЯ
ИМЕНИ С.Г. СТРОГАНОВА
1 8 2 5

FASHION РЫНОК 2021:

СТАТУС И ПЕРСПЕКТИВЫ

СОДЕРЖАНИЕ

1. ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ
РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА
2. ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ. СТАТУС
РИТЕЙЛА
3. ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА
FASHION E-COMMERCE. МУЛЬТИКАНАЛЬНЫЙ
ВЕКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКА
4. ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА В
ПЕРСПЕКТИВЕ ПОСЛЕДУЮЩИХ 3-5 ЛЕТ

01

FASHION РЫНОК
2021:

СТАТУС И
ПЕРСПЕКТИВЫ

ЧАСТЬ 1



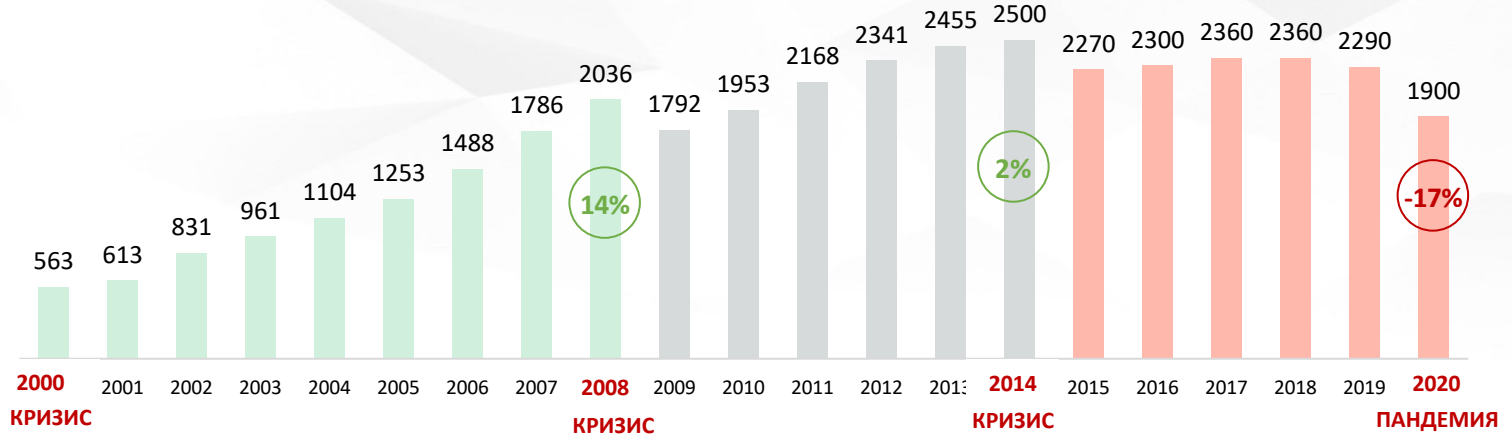
ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ
РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

ЛОГИКА ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА МОДЫ

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

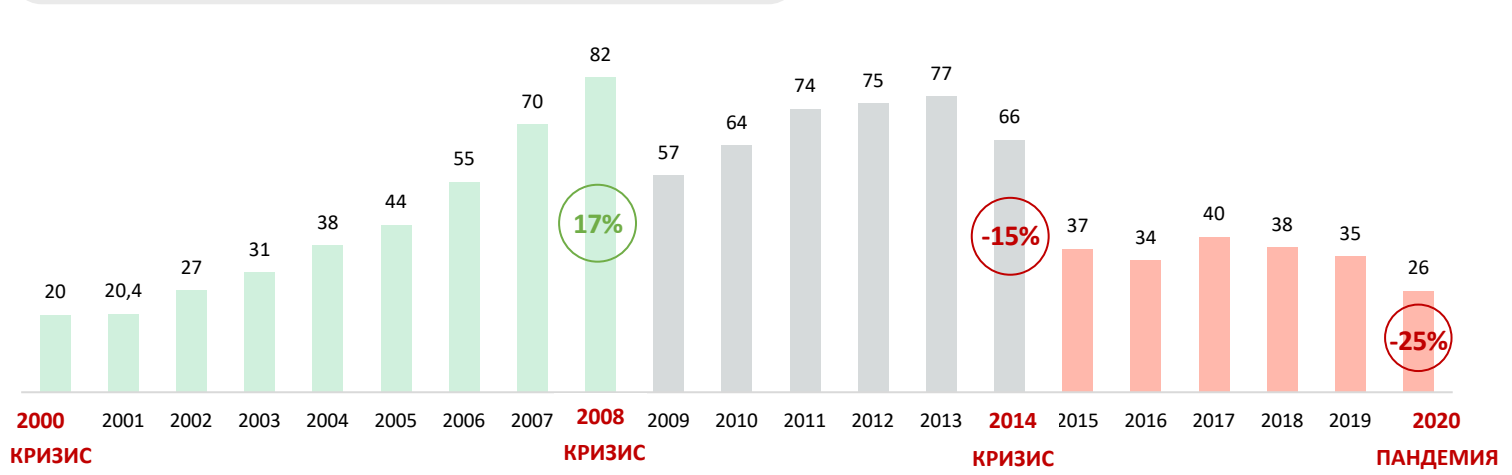


+ Объем fashion рынка в России 2000-2020., млрд руб.



Объем всего fashion рынка, включая одежду, обувь и аксессуары в 2020 году сократился до 1,9 трлн руб., 60% из которых приходится на одежду (1140 млрд руб.). (оценка FCG)

+ Объем fashion рынка в России 2000-2020., млрд долл.



Данные показатели не учитывают объем оборотов «серого» рынка, который оценивается в коридоре 25-33%, на борьбу с которым нацелена программа по маркировке товаров Легпрома.

■ Этап развития технологического рынка
 ■ Этап интенсивного роста рынка
 ■ Этап стагнации спроса и активизации online

Источник: Оценки FCG, 2021
 ©Fashion Consulting Group, 2021. Все права защищены.

ЛОГИКА ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА МОДЫ

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ СОСТОЯНИЕ РЫНКА



СУЩЕСТВУЮЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Результат сложного периода трансформаций, которые имеют как глобальные так и локальные причины.

НАЧАЛОМ ТЕКУЩЕГО ПЕРИОДА ТРАНСФОРМАЦИЙ СТАЛ КРИЗИС 2014 Г.

Многие процессы ускорила глобальная пандемия COVID-19.

○ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

Противостояние и санкции

○ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

Стагнация и пандемия

○ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

Цифровизация экономики, phygital стиль жизни



ЗАМЕДЛЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА ЭКОНОМИКИ РФ И ЕЕ ПИКОВОЕ ПАДЕНИЕ ПОД ВЛИЯНИЕМ ПАНДЕМИИ 2020

ВЫЗОВЫ И ВЛИЯНИЕ НА FASHION РЫНОК:

- С 2014 рынок одежды РФ достиг фазы своего насыщения и темпы роста потребительского рынка замедлились.
- В 2020 пандемия привела к социальному дистанцированию, смещению приоритетов в сторону безопасности защиты здоровья.



СНИЖЕНИЕ РАСПОЛАГАЕМЫХ ДОХОДОВ У НАСЕЛЕНИЯ

ВЫЗОВЫ И ВЛИЯНИЕ НА FASHION РЫНОК:

- Сокращение трат на одежду. Одежда, обувь, аксессуары являются первой статьей экономии наряду с развлечениями и отдыхом.
- Перетекание покупательского спроса из среднего сегмента в сегмент недорогой массовой одежды. Рост конкуренции в среднем сегменте.
- Рост технологической конкуренции

ЛОГИКА ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА МОДЫ

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ СОСТОЯНИЕ РЫНКА



ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА МОДЫ И НА ЭКОСФЕРУ МОДНОГО БИЗНЕСА

ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Политика импортозамещения стала результатом ответных мер на международные экономические санкции.

С 2014г. стартовала политика международного давления на экономику РФ. С 2017г. санкционные меры усилились и приобрели системный характер. Это привело к экономическому изоляционизму. Внутри текущей пандемии эта тенденция усилилась

ВЛИЯНИЕ НА FASHION РЫНОК:

- Акцент инвестиционных проектов перемещается на сильный локальный бизнес
- Рост внутреннего спроса, в том числе за счет активизации локального туризма внутри РФ
- Активный рост спроса на локальные торговые марки

УСИЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЧАСТНОГО БИЗНЕСА И ЭКОНОМИКИ В ЦЕЛОМ

Усиление налогового контроля и повышение требований к прозрачности бизнеса. Борьба с контрафактом, с целью сокращения серого рынка и обеспечения прозрачности бизнеса

ВЛИЯНИЕ НА FASHION РЫНОК:

- Введение обязательной маркировки одежды, обуви и аксессуаров с 2021г.
- Уход с рынка «серых компаний» - необходимость дополнительных компетенций и расходов на внедрение требований по маркировке

КУРС НА ЦИФРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Поддержка и ориентир на развитие технологических проектов, способствующих внедрению цифровых технологий в сферу производства, услуг, образования.

ВЛИЯНИЕ НА FASHION РЫНОК:

- Внедрение цифровых технологий. Первый этап: внедрение в розничный бизнес, обеспечившее опережающее развитие онлайн торговли. Текущий этап – внедрение в производство и планирование
- Необходимость быстрой перестройки – повышенные требования к адаптации

ПРОГНОЗ ДО 2025 Г. СЦЕНАРИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ FASHION РЫНКА



ПОЗИТИВНЫЙ СЦЕНАРИЙ ВОССТАНОВЛЕНИЯ К 2022 Г.

Оптимистичный прогноз темпов восстановления рынка – к весне-осени 2022 г.

- ВВП РФ (Быстрый подъем локальной экономики) – 3,8% (МВФ)
- Инфляция – 3,4% (Сбербанк)
- Уровень безработицы – 5,2% (Минэкономразвития)
- Высокие цены на нефть, рост международного спроса на нефть – Brent выше 62,3\$ (Минэнерго США)
- Среднегодовой курс доллара – ниже 70 руб. (Fitch)
- Международные отношения: прекращение санкций
- Доступность вакцинации и отказ от карантинных мер в мире и в России к концу 2021 года
- Пандемия. Активное восстановление массовых мероприятий и туризма

СБАЛАНСИРОВАННЫЙ СЦЕНАРИЙ ВОССТАНОВЛЕНИЯ К 2023 Г.

(СЦЕНАРИЙ МИНЭКОНОМ РАЗВИТИЯ)

Взвешенный сценарий предполагает снятие пандемических ограничений в 2022 г. и восстановление оборотов рынка и спроса к осени 2023 г.

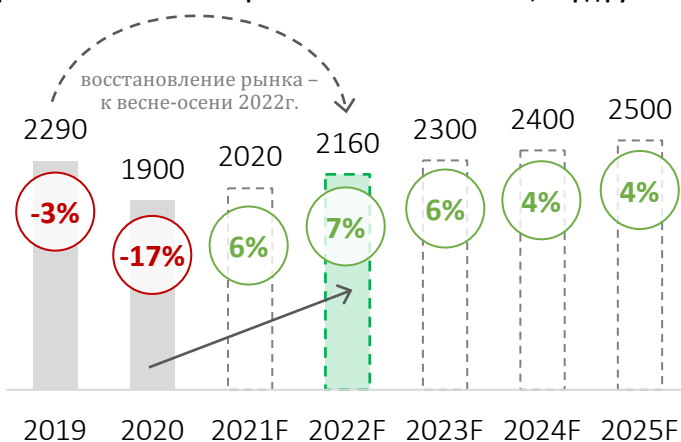
- ВВП РФ (Подъем локальной экономики) – выше 2,5% к 2019г. (Минэкономразвития)
- Инфляция – не выше 4 % (Fitch)
- Уровень безработицы – менее 5,8% (Еврокомиссия)
- Стабильные цены на нефть, – Brent не ниже 53\$ (Fitch)
- Среднегодовой курс доллара – не выше 72 руб. (Сбербанк)
- Улучшение международных отношений: прекращение санкций в 2022 г.
- Пандемия: Снятие карантинных мер и доступность вакцинации, но продолжение карантинных мер в России до конца 2021 г., восстановление массовых мероприятий и туризма

ПЕССИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ ВОССТАНОВЛЕНИЯ К 2025 Г.

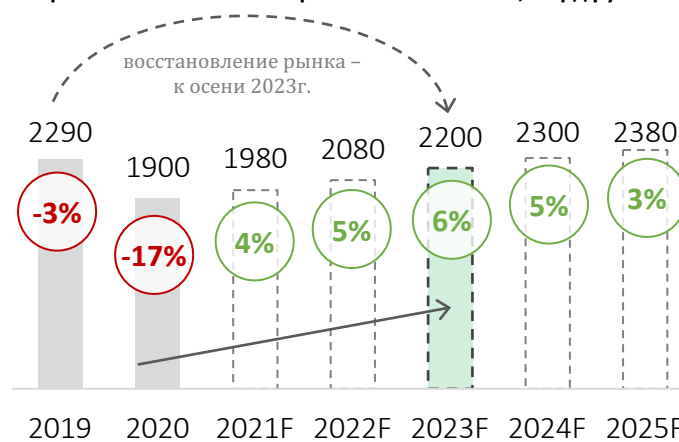
Пессимистичный прогноз строится на том, что ограничения в каких-то формах останутся дольше, и нам придется привыкать к ним, как к своей повседневности. Этот сценарий сдвигает границу восстановления к 2025 г.

- ВВП РФ (стагнация локальной экономики) – менее 2% (прогноз Еврокомиссии)
- Инфляция – от 6-7 %
- Уровень безработицы – 6,3% и выше (Минтруд)
- Неустойчивые цены на нефть, – Brent ниже 47\$ (ЦБ)
- Среднегодовой курс доллара – 77 руб. (МВФ)
- Международные отношения: продолжение санкций
- Пандемия: Продолжение карантинных мер: Ограничение вакцинации и продолжение карантинных мер до конца 2021 г. в мире и в России. Продолжение ограничений массовых мероприятий и туризма

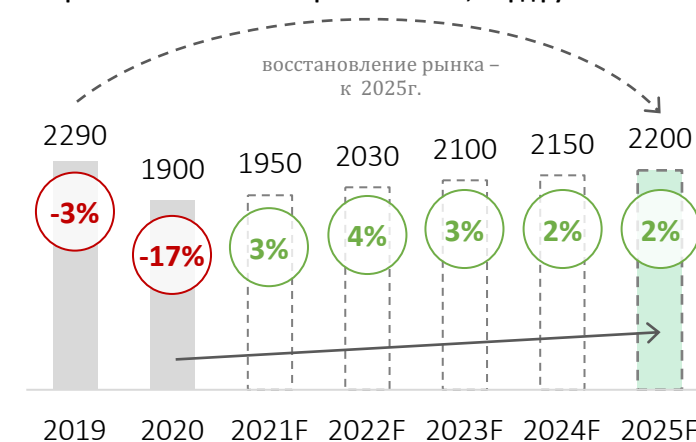
Прогноз восстановления рынка к весне-осени 2022г., млрд руб.



Прогноз восстановления рынка к осени 2023г., млрд руб.



Прогноз восстановления рынка к 2025г., млрд руб.



ПРОГНОЗ ДО 2025 Г. СЦЕНАРИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ FASHION РЫНКА



ПРОГНОЗ: СБАЛАНСИРОВАННЫЙ СЦЕНАРИЙ ВОССТАНОВЛЕНИЯ К 2023 Г. (СЦЕНАРИЙ МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ)

Взвешенный сценарий предполагает снятие пандемических ограничений в 2022 г. и восстановление оборотов рынка и спроса к осени 2023 г.

- **ВВП РФ** (Подъем локальной экономики) – выше 2,5% к 2019г. (Минэкономразвития)
- **Инфляция** – не выше 4 % (Fitch)
- **Уровень безработицы** – менее 5,8% (Еврокомиссия)
- **Стабильные цены на нефть**, – Brent не ниже 53\$ (Fitch)
- **Среднегодовой курс доллара** – не выше 72 руб. (Сбербанк)
- **Улучшение международных отношений**: прекращение санкций в 2022 г.
- **Пандемия**: Снятие карантинных мер и доступность вакцинации, но продолжение карантинных мер в России до конца 2021 г., восстановление массовых мероприятий и туризма

**ПРИ БЛАГОПРИЯТНОЙ
КОНЪЮНКТУРЕ СПРОСА НА
НЕФТЬ ВОССТАНОВЛЕНИЕ
РЫНКА МОЖЕТ ПОЙТИ ПО
ПОЗИТИВНОМУ СЦЕНАРИЮ –
ВОССТАНОВЛЕНИЕ К ОСЕНИ
2022Г.**

Источник: Оценки FCG, 2021
©Fashion Consulting Group, 2021. Все права защищены.

ФАКТЫ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА (АВГУСТ 2021):

- **ВВП РФ** (Подъем локальной экономики, 1 полугодие 2021г./2019) – **2,9%**
- **Инфляция** (1 полугодие 2021) – 4,19%
- **Уровень безработицы** – 4,8%
- **Цена на нефть – Brent 71,59\$**
- **Курс доллара** – 72,8 руб.
- **Международные отношения**: продолжение санкций
- **Пандемия**: снятие карантинных мер и доступность вакцинации, восстановление массовых мероприятий и туризма, продолжение масочного режима и дистанцирования



РОСТ ВВП ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ ГОДА ПОКАЗАЛ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ДИНАМИКУ ПО ОТНОШЕНИЮ К ДОПАНДЕМИЧЕСКОМУ 2019Г.:

"В июне ВВП, достиг допандемийного уровня - плюс 0,1% к IV кварталу 2019 года с исключением сезонности, и превысил показатели по сопоставимому полугодью 2019 на 1,9%" - Минэкономразвития, июль 2021

ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКИ ОКАЗЫВАЕТ ТОТ ФАКТ, ЧТО СТОИМОСТЬ ФЬУЧЕРСА НА НЕФТЬ МАРКИ BRENT ВПЕРВЫЕ С ОКТЯБРЯ 2018 Г. ПРЕВЫСИЛА ПОРОГ В 77\$.

ПРОГНОЗ ДО 2025 Г. СЦЕНАРИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ FASHION РЫНКА



СПРОС НА МОДНОМ РЫНКЕ БЫСТРЕЕ, ЧЕМ В ДРУГИХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СЕГМЕНТАХ РЕАГИРУЕТ НА НОРМАЛИЗАЦИЮ СИТУАЦИИ

Появление сигналов улучшения экономического климата, восстанавливается опережающими и ускоренными темпами. Среди всех потребительских товаров именно fashion относится к категории наименее рациональных покупок, связанных с эмоциями и настроением.

МОДНЫМИ ПОКУПКАМИ ЛЮДИ НАГРАЖДАЮТ СЕБЯ ЗА ТЕРПЕНИЕ И СТОИЦИЗМ В СЛОЖНЫЕ ВРЕМЕНА. ПО ИТОГАМ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2021:

▲ **15%**

Рост общего количества покупок (вся потребительская корзина) в первом полугодии 2021г. в сравнении с аналогичным периодом в 2020г.

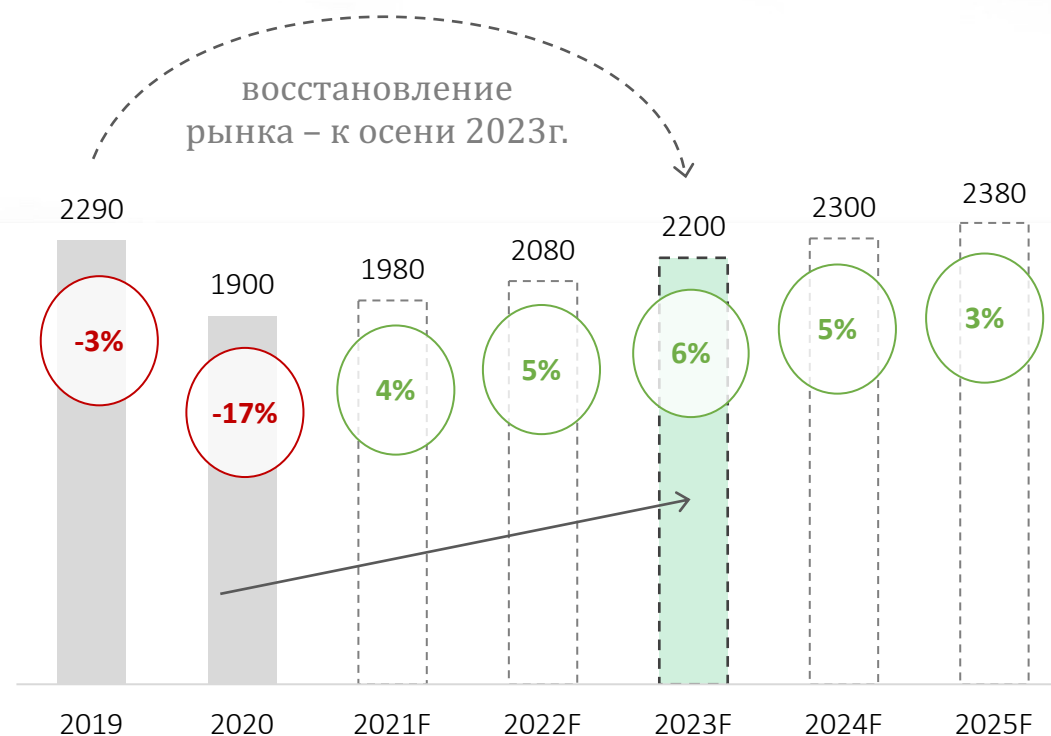
▲ **83%**

Увеличение суммы покупок (вся потребительская корзина) в традиционной рознице в первом полугодии 2021г., относительно аналогичного периода 2020г.

▲ **35%**

Рост общей суммы покупок (вся потребительская корзина) в интернете в 1 полугодии 2021г. по сравнению с первыми 6 месяцами 2019 года.

Прогноз восстановления рынка к осени 2023г, млрд руб.



02

FASHION РЫНОК
2021:

СТАТУС И
ПЕРСПЕКТИВЫ

ЧАСТЬ 2



2.1. ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ
2.2. СТАТУС РИТЕЙЛА

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ



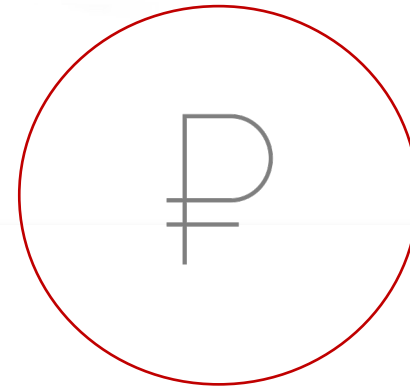
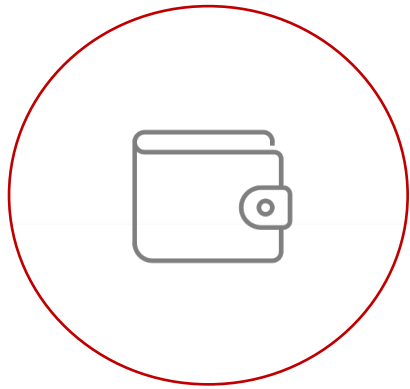
ОБЪЕКТИВНОЕ
ФИНАНСОВОЕ
ПОЛОЖЕНИЕ

СУБЪЕКТИВНОЕ
ВОСПРИЯТИЕ
ФИНАНСОВОГО
ПОЛОЖЕНИЯ

АКТИВНОСТЬ
ПОСЕЩЕНИЯ
МАГАЗИНОВ

ФАКТИЧЕСКИЕ
ТРАТЫ НА ОДЕЖДУ

ИНТЕРЕС К
ЛОКАЛЬНЫМ БРЕДАМ



Сокращение
располагаемых
доходов к 2019г.

Негативный индекс
потребительского
оптимизма

Восстановление
трафика

Фактические траты
выше возможностей
«Перетраты на одежду
как вознаграждение за
терпение»

Рост спроса на
отечественных
производителей

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ



**ОБЪЕКТИВНОЕ
ФИНАНСОВОЕ
ПОЛОЖЕНИЕ**

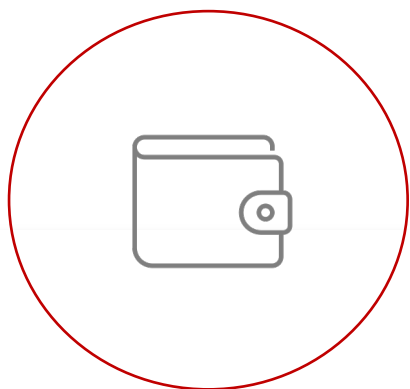
СУБЪЕКТИВНОЕ
ВОСПРИЯТИЕ
ФИНАНСОВОГО
ПОЛОЖЕНИЯ

АКТИВНОСТЬ
ПОСЕЩЕНИЯ
МАГАЗИНОВ

ФАКТИЧЕСКИЕ
ТРАТЫ НА ОДЕЖДУ

ИНТЕРЕС К
ЛОКАЛЬНЫМ БРЕДАМ

РЕАЛЬНЫЕ РАСПОЛАГАЕМЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ ПРОДОЛЖАЮТ ОТСТАВАТЬ ОТ ДОКРИЗИСНЫХ ЗНАЧЕНИЙ 2019 ГОДА, НО ПРЕВЫШАЕТ 2020Г



Статус
располагаемых
доходов

ВТОРОЙ КВАРТАЛ

ДОКОВИДНЫЙ ПЕРИОД - 2019/2021:

▼ **0,8%**

Остаются ниже второго квартала доковидного 2019 года, то есть по данным Росстата, располагаемые доходы не достигли докризисного уровня 2019г.

ПЕРИОД ПАНДЕМИИ - 2020/2021:

▲ **6,8%**

Выросли к показателям периода пика локдауна. Этот рост объясняется тем, что базой для сравнения является второй квартал 2020 года, ставший низшей точкой падения доходов в первую волну пандемии.

ПОЛУГОДИЕ 2020/2021

▲ **1,7%**

По итогам первого полугодия 2021 года реальные располагаемые доходы повысились к тому же полугодию 2020-го.

ПРОГНОЗ НА ГОД 2020/2021

▲ **3%**

Минэкономразвития ждет роста этого показателя в текущем году.

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ



ОБЪЕКТИВНОЕ
ФИНАНСОВОЕ
ПОЛОЖЕНИЕ

**СУБЪЕКТИВНОЕ
ВОСПРИЯТИЕ
ФИНАНСОВОГО
ПОЛОЖЕНИЯ**

АКТИВНОСТЬ
ПОСЕЩЕНИЯ
МАГАЗИНОВ

ФАКТИЧЕСКИЕ
ТРАТЫ НА ОДЕЖДУ

ИНТЕРЕС К
ЛОКАЛЬНЫМ БРЕДАМ

СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ РОССИЙСКОГО ИНДЕКСА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПТИМИЗМА СОСТАВЛЯЕТ МИНУС 10. ЭТО НА 10 ПУНКТОВ НИЖЕ, ЧЕМ «ПЕРЕЛОМНОЕ» НЕЙТРАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ.



71%

россиян живет в режиме экономии покупок, и экономят на всем, что находится за рамками обязательных ежемесячных трат.

Негативный индекс
потребительского
оптимизма

Источник: Оценки FCG, 2021, NielsenIQ
©Fashion Consulting Group, 2021. Все права защищены.

68%

ограничивают себя в развлечениях вне дома

67%

отказывают себе в покупке новой одежды

61%

отказывают себе в походах в кафе и рестораны

54%

отказывают себе в ежегодном отпуске

Таким образом, сегодня у потребителей преобладают пессимистические оценки в отношении собственных финансовых перспектив, тревогу и негатив также усиливает ощущение растущего уровня цен. Это приводит к снижению готовности тратить деньги на одежду и обувь.

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ



ОБЪЕКТИВНОЕ
ФИНАНСОВОЕ
ПОЛОЖЕНИЕ

СУБЪЕКТИВНОЕ
ВОСПРИЯТИЕ
ФИНАНСОВОГО
ПОЛОЖЕНИЯ

**АКТИВНОСТЬ
ПОСЕЩЕНИЯ
МАГАЗИНОВ**

ФАКТИЧЕСКИЕ
ТРАТЫ НА ОДЕЖДУ

ИНТЕРЕС К
ЛОКАЛЬНЫМ БРЕДАМ

АКТИВНОСТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ОФЛАЙН МАГАЗИНОВ И ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ ПРОДОЛЖАЕТ ОТСТАВАТЬ ОТ ДОКРИЗИСНЫХ ЗНАЧЕНИЙ 2019 ГОДА, НО ПРЕВЫШАЕТ 2020Г

Показатель Shopping Index (отражает количество посетителей на 1 тыс. кв. м торговых площадей) на 32-й неделе года (9–15 августа)



Восстановление
трафика



МОСКВА

ОТНОСИТЕЛЬНО 2019Г.

▼ **4,7%**

ниже аналогичного значения
допандемийного 2019 года

ОТНОСИТЕЛЬНО 2020Г.

▲ **2,4%**

значение выросло относительно
того же периода 2020 года



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ОТНОСИТЕЛЬНО 2019Г.

▼ **12,8%**

ниже аналогичного значения
допандемийного 2019 года

ОТНОСИТЕЛЬНО 2020Г.

▲ **13,6%**

значение выросло относительно
того же периода 2020 года

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ



ОБЪЕКТИВНОЕ
ФИНАНСОВОЕ
ПОЛОЖЕНИЕ

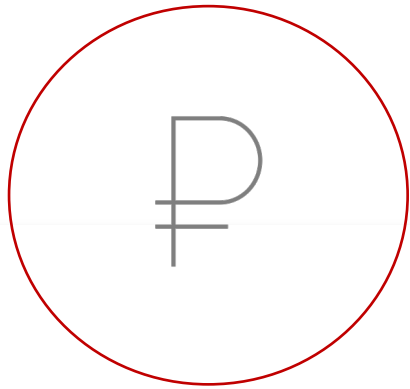
СУБЪЕКТИВНОЕ
ВОСПРИЯТИЕ
ФИНАНСОВОГО
ПОЛОЖЕНИЯ

АКТИВНОСТЬ
ПОСЕЩЕНИЯ
МАГАЗИНОВ

**ФАКТИЧЕСКИЕ
ТРАТЫ НА ОДЕЖДУ**

ИНТЕРЕС К
ЛОКАЛЬНЫМ БРЕДАМ

ВЫЯВЛЕН СВОЕОБРАЗНЫЙ ЭФФЕКТ РЕАЛИЗАЦИИ ОТЛОЖЕННОГО СПРОСА.



в 2,5-3 раза

По данным Росстата, россияне в первом квартале 2021г. увеличили траты на одежду и обувь.

2020Г.

6-7%

Траты на одежду и обувь от бюджета домохозяйств

2021Г.

11-16%



▲ с 5,8 до 15,9%

Больше всего доля расходов на одежду и обувь выросла у самых бедных россиян

▲ с 4,8 до 11,3%

Состоятельные жители России
Доход 50 -100 тыс. руб

Фактические траты выше возможностей «Перетраты на одежду как вознаграждение за терпение»

Такой единовременный резкий скачок потребительского спроса является достаточно уникальным, и отчасти объясняется перераспределением бюджета со статей международный отдых и путешествия, а также развлечения.

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ



ОБЪЕКТИВНОЕ
ФИНАНСОВОЕ
ПОЛОЖЕНИЕ

СУБЪЕКТИВНОЕ
ВОСПРИЯТИЕ
ФИНАНСОВОГО
ПОЛОЖЕНИЯ

АКТИВНОСТЬ
ПОСЕЩЕНИЯ
МАГАЗИНОВ

ФАКТИЧЕСКИЕ
ТРАТЫ НА ОДЕЖДУ

**ИНТЕРЕС К
ЛОКАЛЬНЫМ БРЕДАМ**

РОСТ СПРОСА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ БРЕНДЫ

ФАКТОРЫ:

1

ЭТОТ ТРЕНД ВЕСЬМА НАГЛЯДЕН В РАБОТЕ
КРУПНЕЙШИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ РФ:

По итогам 2020 года рост числа локальных
ТМ-поставщиков

▲ **350%**

AliExpress Россия

▲ **52%**

Wildberries

Продажи российских брендов на Wildberries за
январь – апрель 2021г. выросли гораздо
больше, нежели у иностранных

РОСТ
ПРОДАЖ:

▲ **73%**

Российские
бренды

▲ **17%**

Зарубежные
бренды

2

**ЛОКАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ ВЫХОДЯТ В
ОФЛАЙН** такие, как 12Storeez, UShatava,
Gate31, Monochrome, To be Blossom, I am
Studio или All we need — выходят
в офлайн.

3

52%

Для каждого второго россиянина
знание того, что товар произведен в
России, положительно влияет на
покупку.

4

60%

Россиян считает, что одежда и обувь из
России отличается высоким качеством



Рост спроса на
отечественные
бренды

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА РИТЕЙЛ



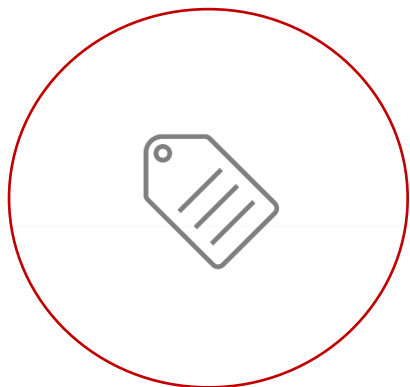
РОСТ ЦЕН

ДИНАМИКА ПРОДАЖ

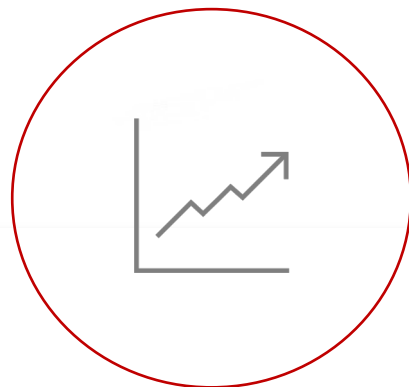
КАНАЛЫ ПРОДАЖ

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

ВЫХОД
МЕЖДУНАРОДНЫХ
БРЕНДОВ



Выраженный тренд
роста цен к 2019г.



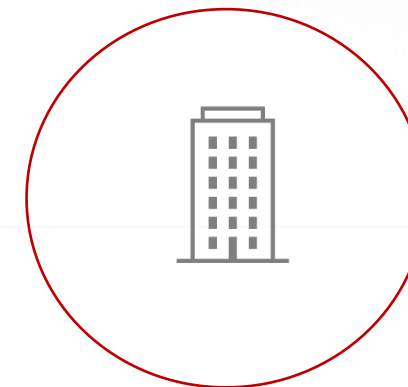
Рост выручки к
2020г., при
сокращении к
2019г.



Рост онлайн,
восстановление
офлайн



Стабилизация: от
оптимизации до роста



Низкий темп

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

СТАТУС РИТЕЙЛА



РОСТ ЦЕН

ДИНАМИКА ПРОДАЖ

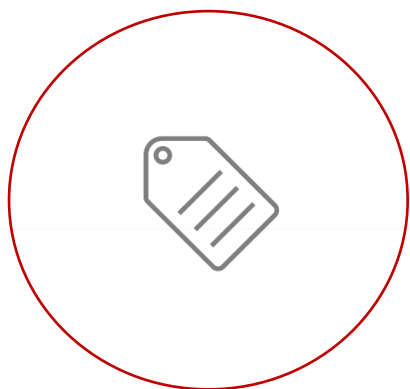
КАНАЛЫ ПРОДАЖ

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

РОЗНИЧНАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ



ЦЕНЫ ОТРАЖАЮТ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ПОЛОЖЕНИЕ И ПРОГНОЗЫ ПО ИНФЛЯЦИИ РУБЛЯ, А ТАКЖЕ ФАКТИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПО РАСХОДАМ НА ПРОИЗВОДСТВО И ЛОГИСТИКУ.



Тренд роста цен

ИНФЛЯЦИЯ РУБЛЯ НИЗКАЯ: впервые за много лет прогнозируется очень низкая инфляция, свидетельствующая об укреплении позиции рубля, средний номинальный курс доллара к рублю в 2020 году составил 71,94 руб. Согласно прогнозу Министерства экономического развития на 2021 год – он составит 72,8 (фактический курс на сегодня – 74, 1).

СЫРЬЕ И ПРОИЗВОДСТВО – ВЫСОКИЙ РОСТ СТОИМОСТИ: впервые за 40 лет мировые цены на сырье показали рекордный рост – за год индекс Bloomberg Spot Commodity вырос на 62%. Так, например, наиболее важное для fashion индустрии сырье – хлопок - подорожало на 30-35%. растут инвестиции в продукт, и в открытие магазинов: с прошлого года цены на строительные материалы, дерево и металл бьют рекорды.

ЛОГИСТИКА – РЕЗКИЙ РОСТ СТОИМОСТИ: перевозки подорожали в 3-5 раз и продолжают рост, вследствие усложнения цепочки поставок из-за пандемии, турбулентности конъюнктуры, эпидемиологических мер и случившихся форс-мажорных ситуаций в важнейших мировых транспортных узлах: в Суэцком канале, а потом в Китае.

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

СТАТУС РИТЕЙЛА



РОСТ ЦЕН

ДИНАМИКА ПРОДАЖ

КАНАЛЫ ПРОДАЖ

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

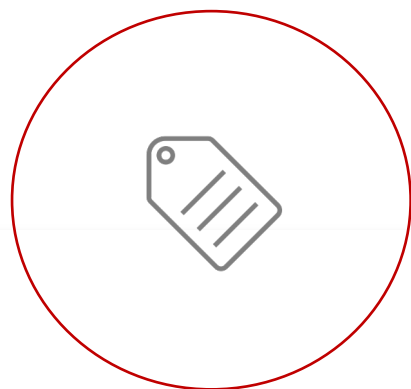
РОЗНИЧНАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ



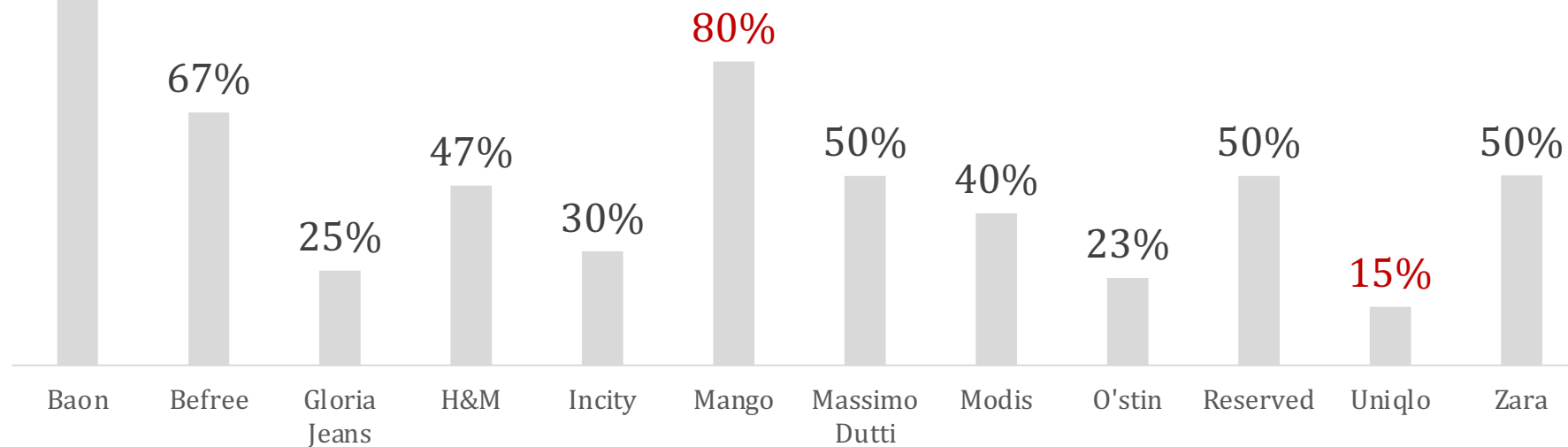
РОСТ ЦЕН В РУБЛЯХ В МАССОВОМ СЕГМЕНТЕ РЫНКА, ПО СРАВНЕНИЮ С ДОПАНДЕМИЧЕСКИМ ПЕРИОДОМ, ОЦЕНИВАЕТСЯ В ДИАПАЗОНЕ 20-80%.

Динамика минимальных цен на категорию женские платья без учета скидок FW21/22 к FW19/20

140%



Тренд роста цен



ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

СТАТУС РИТЕЙЛА



РОСТ ЦЕН

ДИНАМИКА ПРОДАЖ

КАНАЛЫ ПРОДАЖ

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

РОЗНИЧНАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ

ЕСТЬ ОТДЕЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ РИТЕЙЛА, КОТОРЫЕ ФАКТИЧЕСКИ ВЫИГРАЛИ НА КРИЗИСЕ. НАИБОЛЕЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ В СЛЕДУЮЩИХ СЕКТОРАХ РИТЕЙЛА:

1. **ОНЛАЙН МАРКЕТПЛЕЙСЫ**
2. **КРУПНЫЕ ДИСКОНТНЫЕ ФОРМАТЫ**
3. **КРУПНЫЕ СЕТЕВЫЕ РИТЕЙЛЕРЫ, С ШИРОКИМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ В БЮДЖЕТНОМ СЕГМЕНТЕ**



Рост выручки к
2020г.

Wildberries

▲ **39%**

Рост оборота сегмента
fashion, 1 полугодие 2021/
1 полугодие 2020

Lamoda

▲ **24,2%**

Рост оборота, 2 квартал 2021/
2 квартал 2020

Familia

▲ **32%**

Рост оборота, 1 полугодие
2021/ 1 полугодие 2020

Рост оборота, 1 полугодие 2021/
1 полугодие 2020:

Детский мир

▲ **23,6%**

Gloria Jeans

▲ **86%**

Melon Fashion Group

▲ **98%**

Но отнюдь не все компании смогли вернуться к показателям продаж допандемического 2019 года. Основными препятствиями для успешного восстановления рынка до допандемического уровня, выступают сокращение доходов населения и низкий индекс потребительского оптимизма.

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

СТАТУС РИТЕЙЛА



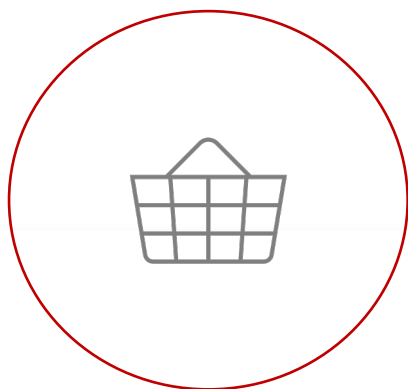
РОСТ ЦЕН

ДИНАМИКА ПРОДАЖ

КАНАЛЫ ПРОДАЖ

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

РОЗНИЧНАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ



Рост онлайн
Восстановление
офлайн

ТРЕНД ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РОСТА ОНЛАЙН ПРОДОЛЖАЕТСЯ. ОДНАКО ПИК ТЕМПОВ РОСТА ОНЛАЙН КАНАЛА ПРОЙДЕТ И РОСТ ПОСТЕПЕННО ЗАМЕДЛЯЕТСЯ. В ТО ЖЕ ВРЕМЯ ОФЛАЙН КАНАЛ ПОСТЕПЕННО ОТХОДИТ ОТ УДАРА ПАНДЕМИИ.

По данным исследования банка Русский Стандарт, по итогам первого полугодия 2021/2020 года число покупок (вся потребительская корзина):

▲ **69%**
Выросло в
традиционной
рознице

▼ **25%**
сократилось
в онлайн-
ритейле

Общая сумма покупок в интернете за 1 полугодие 2021г. (вся потребительская корзина):

ОТНОСИТЕЛЬНО 2020Г.
▼ **37%**

ОТНОСИТЕЛЬНО 2019Г.
▲ **35%**

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

СТАТУС РИТЕЙЛА



РОСТ ЦЕН

ДИНАМИКА ПРОДАЖ

КАНАЛЫ ПРОДАЖ

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

РОЗНИЧНАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ



Выход в офлайн
онлайн ритейлеров

В СРАВНЕНИИ С РОССИЙСКИМИ, ГЛОБАЛЬНЫЕ ИГРОКИ ВЕДУТ СЕБЯ БОЛЕЕ КОНСЕРВАТИВНО. ОБОБЩЁННЫЙ ТРЕНД – ОПТИМИЗАЦИЯ И СОКРАЩЕНИЕ МАГАЗИНОВ. В ОТЛИЧИЕ ОТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИГРОКОВ, ЕСТЬ РЯД РОССИЙСКИХ, КОТОРЫЕ ВНУТРИ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ И ПАДЕНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА УВЕЛИЧИЛИ КОЛИЧЕСТВО МАГАЗИНОВ.

**РОССИЙСКИЕ
ИГРОКИ**

На текущий момент основная часть российских сетей-лидеров смогли сохранить количество магазинов. Тем не менее, это удалось не всем, так компания Sela сократилась на половину, Oodji почти на 40%. Зато есть и лидеры роста, и все они в сегменте «эконом»: Твое – более, чем на 50% (56%), Incity – более, чем на треть (+36%), и дискаунтер Familia – более, чем на четверть (+27%).

**ГЛОБАЛЬНЫЕ
ИГРОКИ**

Многие крупные международные сети остановили экстенсивный рост еще за 2-3 года до начала пандемии. Таким образом, картина по стратегиям международных сетей выглядит следующим образом. **Основная часть игроков сохранила существующее количество магазинов или оптимизировало это количество в пределах 10%.** За пределы 10% вышли бренды Mango (-14%), Oysho (-13%).

ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

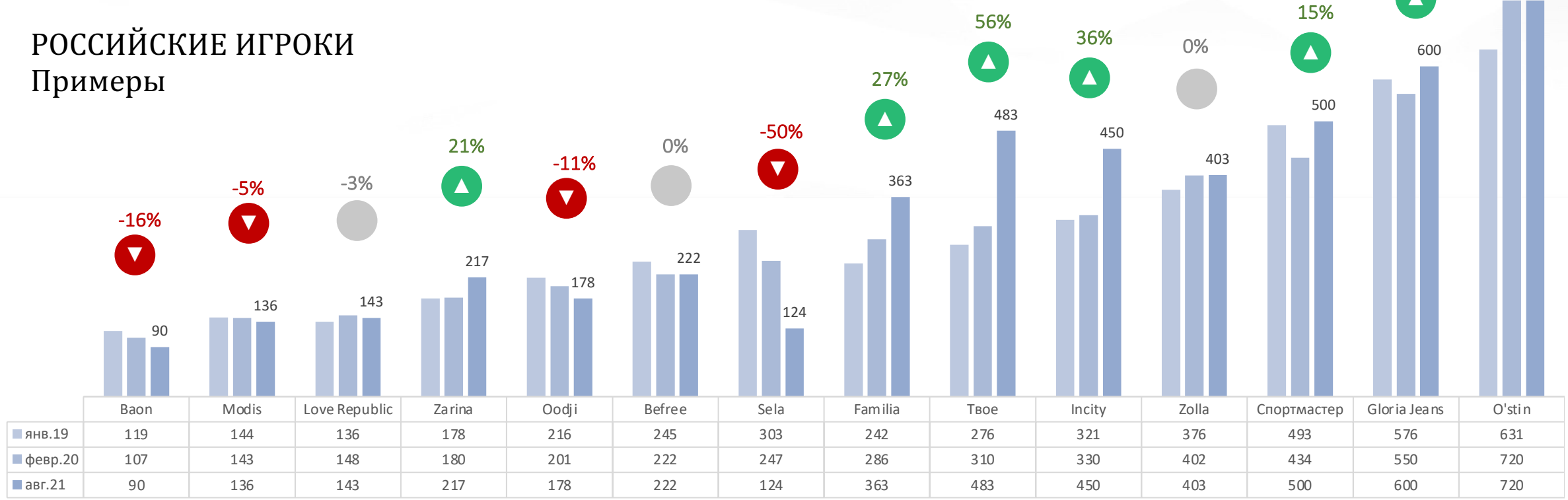
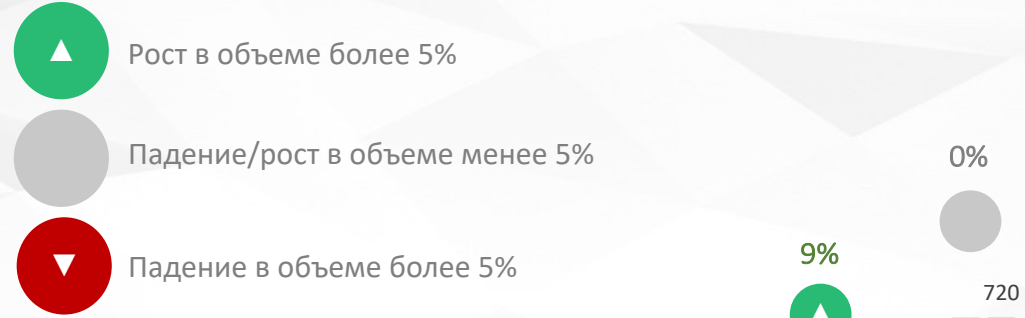
СТАТУС РИТЕЙЛА

2020/2021



РОССИЙСКИЕ ИГРОКИ

Примеры



ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

СТАТУС РИТЕЙЛА

2020/2021



Рост в объеме более 5%



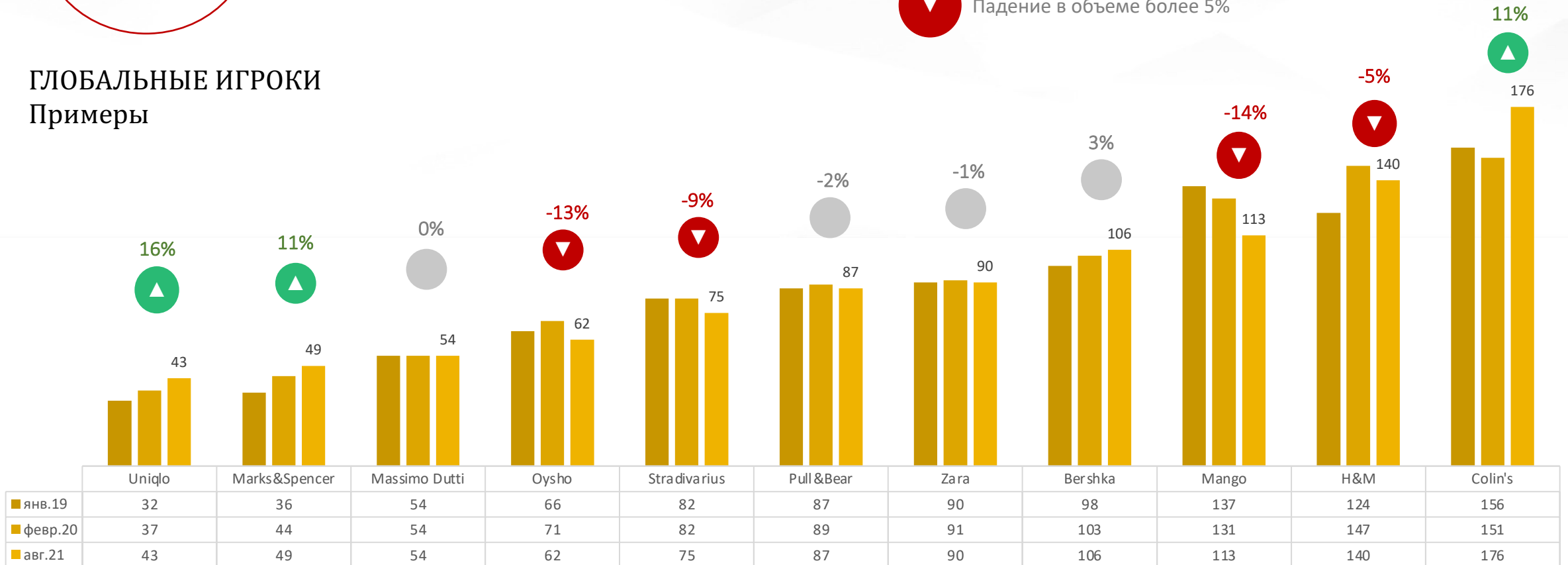
Падение/рост в объеме менее 5%



Падение в объеме более 5%

ГЛОБАЛЬНЫЕ ИГРОКИ

Примеры



ТЕКУЩИЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА

СТАТУС РИТЕЙЛА



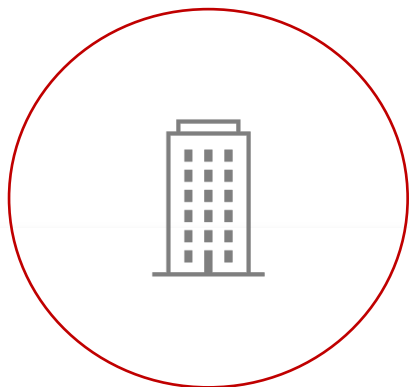
РОСТ ЦЕН

ДИНАМИКА ПРОДАЖ

КАНАЛЫ ПРОДАЖ

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

**ВЫХОД
МЕЖДУНАРОДНЫХ
БРЕНДОВ**



Низкий темп

2017

22

бренда

Ahimsa, Aquazzura, High be Claire Campbell, Koton Jeans, L.K.Bennet, Mandarina Duck, Mauboussin, MC2 Saint Barth, Mirdada, Peter Kaiser, Zanellato, Zlocchi, Hanro, Barracuda, Il Gufo, Ara, Mimioriki, Comma, Larusmiani, Lescon, Under Armour, PleinSport.

2018

19

брендов

Adolfo Dominguez, Agnona, Alpha Industries, COS, Nudie Jeans, Karl Lagerfeld, Liu Jo, Coach, Lipault, Gap Kids, GEOX Kids, Coccodrillo, Panco, Modern Easy Kids, NaturaPura, Orsay, Tommy Jeans, Billionaire Italian Couture, Dirk Bikkembergs.

2019

21

бренд

Balmain, DKNY Sport, Bape, Rains, Giorgio Magnani, Cult Gaia, Hackett, EA7, Loewe, VFiles Yellow Label, Off-White, Sandro Homme, Birkenstock, Jonak, Carter's, Giovanni Raspini, Richard Mille, GaGà Milano, Rare Gramz, United Colors of Benetton Kids, Cromia

2020

7

брендов

Suitsupply Woman, Boss Woman, Weekday, The North Face, Ereda, Adidas Terrex, &OtherStories

1 полугодие
2021г.

5

брендов

Shikkosa, The Frankie Shop, Bernadette, Fashion Baby, Ecco Kids

ОСТАНОВКА РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА НА ФОНЕ ПАДЕНИЯ СПРОСА

Строительство торговых центров в 2020г приостановлено (так как к 2020г. Рынок был перегрет)

В 2020Г. РЕКОРДНО НИЗКОЕ ЧИСЛО ВЫХОДА МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ С 2011Г.

Скидки и опережающий рост аутлетов.

По данным исследования СберМаркет и ResearchMe 86% россиян всегда замечают скидки, а 64% респондентов считают покупку товаров по акции реальной возможностью сэкономить. Почти каждый пятый россиянин (17%) старается класть в корзину максимальное количество товаров со скидкой.

Трафик в таких центрах ежемесячно растет на 20%, в то время как поток посетителей традиционных торговых центров падает.

СНИЖЕНИЕ ДОХОДОВ И ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ

СРЕДНЯЯ ЗАРПЛАТА В 2020Г. ЭКВИВАЛЕНТНА 210\$, В СРАВНЕНИИ С 2013Г. (810\$)

03

FASHION РЫНОК
2021:

СТАТУС И
ПЕРСПЕКТИВЫ

ЧАСТЬ 3



ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО
РЫНКА FASHION E-COMMERCE.
МУЛЬТИКАНАЛЬНЫЙ ВЕКТОР
РАЗВИТИЯ РЫНКА

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА FASHION E-COMMERCE

РОСТ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА ОНЛАЙН ТОРГОВЛИ



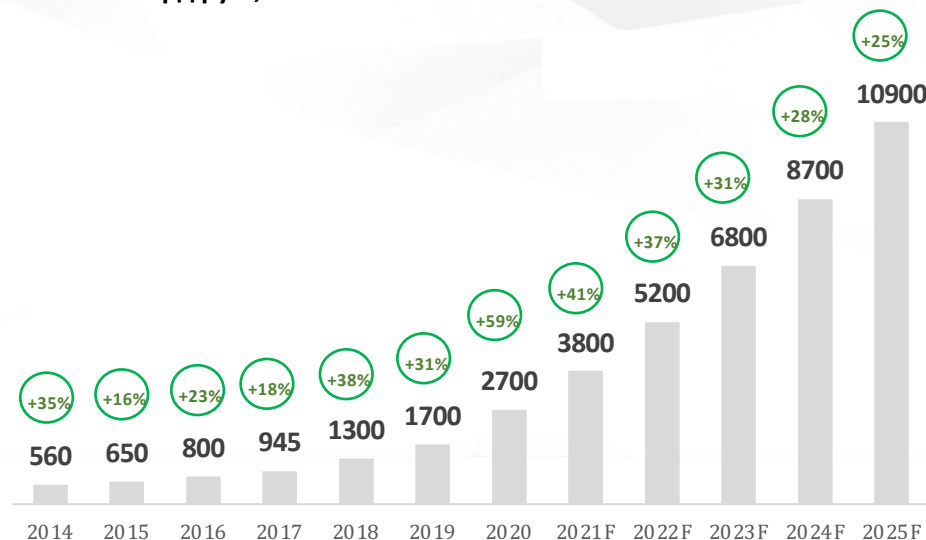
Количество российских интернет-пользователей составляет около 100 млн человек (80% населения), ПОСЛЕДНИЕ 6 ЛЕТ РОЗНИЧНЫЙ КАНАЛ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ В РОССИ РАСТЕТ ВЫСОКИМИ ТЕМПАМИ.

Пандемия и ограничительные меры в России обеспечили в 2020г. скачкообразный прирост. Приток до 15 млн новых покупателей в онлайн-магазины, согласно Data Insight, речь идет о клиентах, которые раньше никогда не делали покупки в интернете или делали давно и перестали до пандемии.

Среди покупателей выросла доля активных покупателей, тех кто покупает 3-4 раза в месяц, она составляет уже более трети от всех покупателей.

Доля онлайн продаж, согласно АКИТ, в общем объеме продаж розничного рынка в 2020 году составила 9,6%. Альтернативная оценка компании DATA INSIGHT чуть ниже - 8,8%.

Объем и динамика российского рынка интернет-торговли, млрд руб., 2014-2025F гг.



Краткосрочный прогноз 2021: Согласно прогнозам Data Insight в 2021 году общий объем рынка e-commerce может достигнуть 3,8 трлн рублей.

Среднесрочный прогноз 2025: согласно оценкам DATA INSIGHT к 2025 рынок интернет торговли перешагнет планку 10 трлн рублей.

Объем российского рынка интернет-торговли в 2020 г.

2,7 трлн руб. **+59%**

(по данным Data Insight)

Рост доли локального рынка в 2020 г.

86%

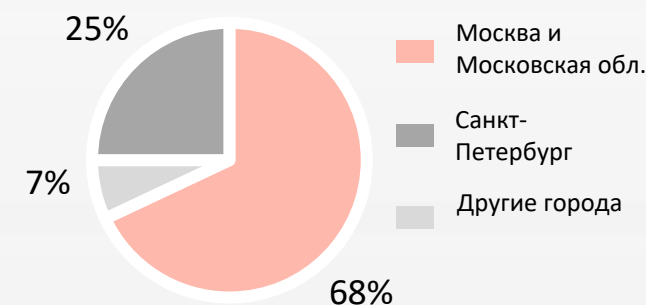
71% в 2019 г.

Рост доли трансграничной торговли в 2020 г.

14%

29% в 2019 г.

(по данным АКИТ)



Город регистрации интернет-магазинов одежды и обуви, входящих в ТОП1000 онлайн-ритейлеров (данные Data Insight)

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА FASHION E-COMMERCE

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО FASHION РЫНКА ОНЛАЙН ТОРГОВЛИ



ПАНДЕМИЯ УСКОРИЛА РОСТ ПРОДАЖ ОНЛАЙН И НА МОДНОМ РЫНКЕ, ОБЕСПЕЧИВ ВЫСОКУЮ ДИНАМИКУ ПРИРОСТА ПРОДАЖ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ – 45,3%. ДЛЯ СРАВНЕНИЯ В 2019Г. - 31,7%.

ФАКТИЧЕСКИ КАЖДАЯ ПЯТАЯ ПОКУПКА ОДЕЖДЫ, ОБУВИ ПРОИСХОДИТ В ОНЛАЙН КАНАЛЕ. ДОЛЯ ОНЛАЙН КАНАЛА В ОБОРОТАХ FASHION РЫНКА СОСТАВЛЯЕТ 22,6%. Это в три раза выше показателя проникновения ecommerce по рынку в целом.

КАТЕГОРИЯ FASHION ЯВЛЯЕТСЯ ОДНОЙ ИЗ САМЫХ РАЗВИТЫХ В ДИСТАНЦИОННЫМ ПРОДАЖАМ. Покупатели с готовностью переключаются на дистанционные покупки одежды и обуви. По результатам 2020 г. прирост оборотов товаров fashion составил 45,3%

Самая большая категория покупок внутри fashion сегмента – одежда. Эта категория составляет более 60%

ПРОГНОЗ, в перспективе пяти лет ДОЛЯ ОНЛАЙН ТОРГОВЛИ ВЫРАСТЕТ В 2 РАЗА И ПЕРЕШАГНУВ ПЛАНКУ 50%, СТАНЕТ ВЕДУЩИМ КАНАЛОМ ПРОДАЖ R 2025.

ОБЪЕМ ОНЛАЙН-РЫНКА ОДЕЖДЫ, ОБУВИ, АКСЕССУАРОВ, 2020 г.

ОБОРОТ

429,4

МЛРД РУБ

ПРИРОСТ В 2020Г.

+45,3%

ДОЛЯ ONLINE ОТ
СУММАРНЫХ
ОБОРОТОВ FASHION
РЫНКА

22,6%



**ГЛАВНЫЙ ТРЕНД
РАЗВИТИЯ
РОЗНИЧНОГО
БИЗНЕСА– ЭТО
МУЛЬТИКАНАЛЬНЫЕ
ПРОДАЖИ,**

которые предлагают расширение спектра услуг за счет соединения удобств традиционных и виртуальных продаж.

ТРЕНД ФОРМИРОВАНИЯ МУЛЬТИКАНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ



ГЛАВНЫЙ ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА ДОСТАТОЧНО ОЧЕВИДЕН – ЭТО МУЛЬТИКАНАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ

Мультиканальность – координация традиционного и онлайн ритейла с целью расширения набора каналов и способов продаж. В России лидирующими категориями с многоканальным поведением являются игрушки (55%), одежда/обувь (55%), аудиоустройства (51%), мелкая бытовая техника (47%). Около 85% мультиканальных покупателей товаров fashion имеют опыт начинать покупки на интернете и заканчивать после примерки в физическом магазине или в пункте выдачи, а так же покупать один и тот же бренд как через собственные магазины компании, так и на маркетплейсах.

НЕСМОТРЯ НА ОПЕРЕЖАЮЩИЕ ТЕМПЫ РОСТА ОНЛАЙН ПРОДАЖ ТРАДИЦИОННЫЙ РИТЕЙЛ ОСТАНЕТСЯ ВАЖНЫМ КАНАЛОМ В СТРУКТУРЕ МУЛЬТИКАНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ

Традиционные магазины не исчезнут, так как имеют не только преимущества примерки и моментального получения товара, но и функцию социализации.

А согласно исследованию First Insight, Inc., 71% покупателей тратит в физическом магазине больше, чем онлайн, 69% потребителей предпочитают офлайн, когда знают конкретно, что именно они хотят купить.

Большинство российских покупателей одежды и обуви после снятия карантинных мер не намерены отказываться от старых привычек и планируют посещать физические магазины, как и раньше. По данным исследования Ромир, даже на фоне карантинных ограничений пандемии только 25% опрошенных россиян планируют отказаться от покупок оффлайн.

Доля мультиканальных покупателей, %



МУЛЬТИКАНАЛЬНЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА НЕИЗБЕЖЕН

Каналы продаж зависят друг от друга, и влияют друг на друга, они все более плотно интегрируются друг с другом и координируются и дополняют друг друга. Традиционный ритейл и интернет ритейл постоянно развиваются и со временем граница между ними станет условной.



ВЛИЯНИЕ МУЛЬТИКАНАЛЬНОСТИ НА РАЗВИТИЕ ТРАДИЦИОННОГО РИТЕЙЛА

НА ФОНЕ РОСТА ОНЛАЙН КАНАЛА ДОЛЯ ОФЛАЙН МАГАЗИНОВ НЕИЗБЕЖНО СОКРАТИТСЯ.

С учетом текущих прогнозов, в перспективе к 2025 количество торговых площадей, занятых сегодня магазинами одежды обуви и аксессуаров сократится не менее чем на треть.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОФЛАЙН РЫНКА – НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ИГРОКОВ.

Процесс трансформации наглядно демонстрирует банкротство крупных мировых компаний, не сумевших адаптироваться к реалиям цифровизации. О банкротстве заявили такие крупные компании как Forever 21, ALDO Group, Neiman Marcus Group, J.C. Penney, Brooks Brothers, Ascent Retail Group (Ann Taylor, Justice, Lou & Grey Lane Bryant brands), Lord & Taylor, Century 21, Stein Mart, Arcadia Group (Topshop, Miss Selfridge and Dorothy Perkins) и др. На их место будут приходить новые альтернативные игроки «нового поколения», возникших на этапе цифровизации рынка.

ПРОДОЛЖИТСЯ ТРЕНД ВЫХОДА ОНЛАЙН РИТЕЙЛЕРОВ В ОФЛАЙН ПРОСТРАНСТВО.

100 крупных онлайн-ритейлеров РФ планируют открыть до 2025 не менее 850 розничных офлайн-площадок Согласно данным JLL.

ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННОГО РИТЕЙЛА

Традиционный ритейл стремится усиливать свои сильные стороны, а также добавлять технологии, приближающие к удобствам цифрового шоппинга.

Онлайн ритейлеры активно выходят в офлайн, формируя новое поколение цифровых ритейлеров в офлайн пространстве.

УСИЛЕНИЕ ЭМОЦИЙ И СОЦИАЛИЗАЦИИ в магазине: шоппинг как lifestyle experience.

- Leisure zones в магазинах: интерактивные мастер-классы, лекции, детский edutainment (развлечение + образование) концертные программы и DJ
- Эмоциональный VM
- Мобильные магазины: pop up концепции
- Кросс отраслевые коллаборации

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ В ФИЗИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ традиционного ритейла

- Геймификация IoT и маркировка – RFID-метки, QR и пр.
- BigData и кастомизация
- AR/VR-технологии – интерактивные зеркала и виртуальные примерочные, smart-полки, сканеры размеров одежды и обуви, голографические 3D-экраны и др.

КАСТОМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПОКУПКИ. Расширенные технологические сервисы, big data, распознавание лиц и тп.

ИНТЕГРАЦИЯ ПУНКТОВ ВЫДАЧИ С МАГАЗИНАМИ (click&collect –до 30% онлайн продаж одежды предпочитают самовывоз)

ТРЕНД ФОРМИРОВАНИЯ МУЛЬТИКАНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ



ВЛИЯНИЕ МУЛЬТИКАНАЛЬНОСТИ НА РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН РИТЕЙЛА

ОНЛАЙН РИТЕЙЛ СТРЕМИТСЯ УСИЛИВАТЬ СВОИ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ, А ТАКЖЕ ДОБАВЛЯТЬ ТЕХНОЛОГИИ, ПРИБЛИЖАЮЩИЕ К УДОБСТВАМ ШОППИНГА В РЕАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ. Онлайн ритейлеры, с одной стороны, стремятся усилить свои преимущества: скорость, легкость и удобство, широкий выбор. С другой стороны, - новый тренд: добавлять услуги и качества, стирающие границы между опытом покупки в реальной и виртуальной среде.



УДОБСТВО MOBILE ПРОДАЖ. Рост доли продаж с мобильных устройств, совершенных «по ходу». Доля покупок, сделанных с мобильных устройств, в прошлом году составлявшая 36%, в этом году сравнялась с долей покупок на компьютерах. По данным Statista, к концу 2021 года количество мобильных продаж составит 73% от всех e-commerce продаж.



КОМПЕТЕНТНЫЕ ВИРТУАЛЬНЫЕ ПРОДАВЦЫ: улучшение дистанционного персонализированного сервиса. **Видеоконсультации** из реального магазина – сотрудники проводят виртуальную экскурсию по магазину и показывают изделия, могут примерить одежду. Новые технологии голосовых **чатов и ботов на базе искусственного интеллекта.** К 2022 году онлайн-платформы потратят порядка **\$7,3 млрд** на внедрение элементов искусственного интеллекта в свои платформы (По данным Juniper research).



УДОБСТВО ДИСТАНЦИОННОЙ ПРИМЕРКИ (AR технологии – augmented reality) помогают покупателям понять, как товар будет выглядеть в реальности. По данным Juniper research. К 2022 году более 120 тысяч магазинов будут использовать технологии дополненной реальности. Например, Lamoda внедрила виртуальную примерку спортивной обуви. Это увеличило конверсию в категории товаров на 8-9% и сократило время перед покупкой на 10-15%.



УДОБНЫЕ СПОСОБЫ ОПЛАТЫ: возможность моментальной оплаты как в онлайн магазине, так и во время видеосвязи (livestream) кредитной картой, электронными деньгами, в банке на прямой счет, оплата через банкоматы/терминалы. Например, у 1С уже есть специальный модуль, который позволяет провести оплату по одной ссылке.



УСКОРЕНИЕ ДОСТАВКИ. Согласно исследованиям Dostavista, 48% покупателей уйдет из интернет-магазина, если он не осуществляет доставку за 1 день. При этом 33% сделают покупку в другом месте, а 15% отменят ее.

04

FASHION РЫНОК
2021:

СТАТУС И
ПЕРСПЕКТИВЫ

ЧАСТЬ 4

ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА В
ПЕРСПЕКТИВЕ ПОСЛЕДУЮЩИХ 3-5 ЛЕТ

ПРОГНОЗ ДО 2025 Г. СЦЕНАРИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ FASHION РЫНКА

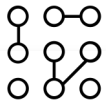
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕНДОВ И ДРАЙВЕРОВ РАЗВИТИЯ РЫНКА В ПЕРСПЕКТИВЕ ПОСЛЕДУЮЩИХ 3-5 ЛЕТ



МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РОСТ ЭКОНОМИКИ РФ ПЛАНИРУЕТСЯ ЧЕРЕЗ РАЗВОРОТ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ В СТОРОНУ НАЦИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ

В результате влияния пандемии восстановление экономики прогнозируется к 2023г. (по сценарию МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ). Временное преимущество локальных игроков на фоне разворота экономики в сторону «локализации и импортозамещения». Курс государства на продвижение «сделано в России» имеет долгосрочную перспективу.



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

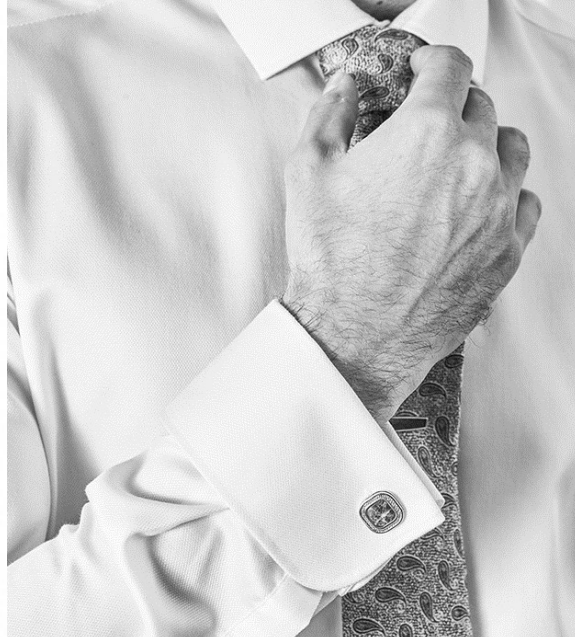
Трансформация и передел рынка в сторону «цифровых пионеров» во всех отраслях. Смена поколений компаний. С одной стороны, опытных крупных игроков теснят молодые гибкие компании. В fashion ритейле это компании, которые быстрее внедряют технологии мультимедийных продаж. С другой стороны, введение обязательной маркировки с 2021 г. нацелено на сокращение серого рынка. С модного рынка уходят контрафактные и нетехнологичные игроки.



СОЦИАЛЬНО – КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ

ТРАНСФОРМАЦИЯ СПРОСА В СТОРОНУ РАЦИОНАЛЬНОГО И ЭТИЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Пандемия и смена поколений трансформировали ценности и стиль жизни, определяющие драйверы потребления. Произошел массовый разворот в сторону более рационального потребления, сокращения импульсных покупок. Основой маркетинга и продуктовых стратегий становятся принципы осознанного потребления, устойчивого развития, этичности, культурной толерантности, открытой коммуникации



КОНТАКТЫ

Консалтинг, исследования рынка
+7 965 315-18-18

Образование
+7 906 056-18-18

info@fashionconsulting.ru



www.facebook.com/FCG.Russia



t.me/fcgmedia



www.instagram.com/fcgmedia

www.fashionconsulting.ru

ОСТАВАЙТЕСЬ
НА СВЯЗИ
ЗАПОЛНИТЕ АНКЕТУ,
ЧТОБЫ БЫТЬ В КУРСЕ
СОБЫТИЙ ИНДУСТРИИ
МОДЫ

bit.do/fcgmedia

