Тренды

В Ульяновске появится фирменный магазин детской итальянской одежды

Лучшее - детям

www. De Sallito

Алёна Дамбаева

Открыть магазин сети по франшизе в июне этого года планирует ООО «Марина групп». Сейчас в помещении на территории ТЦ «Энтерра», где расположится бутик детской одежды, завершается ремонт. Соседство с магазином детских товаров сети «Детский мир» франчайзи не смущает. Аналитики также считают, что места хватит всем: рынок детской одежды один из наиболее емких.

На российском рынке De Salitto работает уже 7 лет. До создания розничной сети компания занималась оптовыми продажами одежды De Sallito в мультибрендовые магазины, в том числе и в Ульяновске.

- За эти годы мы зарекомендовали себя как надежный партнер по бизнесу и заслужили репутацию компании, - рассказала корреспонденту «УП» Ирина Сарычева, руководитель направления франчайзинга компании. - Марка стала популярной и к нам начали поступать предложения от бизнесменов об открытии фирменных магазинов. В 2010 году мы запустили франчайзинговую программу. На сегодняшний день в России открыты уже 8 магазинов сети. До конца мая ожидается запуск магазина в Магадане, в середине июня - в Ульяновске, еще три магазина должны открыться в июле. Все спешат как можно быстрее заявить о себе, чтобы успеть до начала школьного сезона.

Инвестиции в открытие магазина по франчайзингу составляют порядка 2-3 млн рублей, паушальный взнос и роялти отсутствуют. Срок окупаемости от 9 до 18-ти месяцев. Компания предоставляет своим франчайзи-партнерам сопровождение сезонных коллекций информационно-рекламными материалами и обеспечение рекламными и упаковочными материалами с фирменной символикой, а также участие в общероссийских рекламных кампаниях, проводимых в целях продвижения сети, и интернет-поддержку. Магазины работают в сегментах «средний» и «средний плюс», сумма среднего чека составляет 3000-3500 рублей.

- Эксклюзивная, креативная одежда итальянской марки по ценовой категории подходит жителям нашего города, - отмечает партнер De Salitto в Ульяновске Марина Полбина. - Я сама мама и знаю, как тяжело найти красивую и качественную детскую одежду. В марке De Salitto я уверена, поскольку знаю, как она носится, стирается. Что касается «соседства» с «Детским миром», я не боюсь конкуренции. Они ведь не специализируются на одежде. Для мальчиков, к примеру, там выбор не очень большой.

Близость к сети «Детский мир» скорее даже будет выгодная De Salitto.

- К выбору помещения для фирменного магазина мы подходим очень тщательно. ТЦ должен быть не просто популярным, но рассчитанным на сегмент семейных пар. Плюс в нем должна быть развлекательная зона для детей. «Энтерра» в этом плане нам подходит, - уверяет Ирина Сарычева.

Ассортимент товаров De Salitto рассчитан на детей и подростков в возрасте от 1 до 16 лет. В год разрабатывается четыре коллекции, включающие в себя одежду на все случаи жизни - от блузок и праздничных платьев для девочек, рубашек и костюмов для мальчиков до верхней одежды. Специально для России в этом году марка значительно расширила модельный ряд верхней одежды за счет теплых курток и пуховиков на синтепоне и пухе, рассчитанных на морозную зиму.

В планах у компании - начать работать с нулевым сегментом. И это не случайно. Именно товары для новорожденных, как сообщает «РБК.Исследования рынков», претендуют на то, чтобы стать наиболее быстрорастущим сегментом, который в ближайшие пять лет увеличится на 20%. Предпосылками к бурному развитию, по мнению экспертов, станут продолжающееся увеличение рождаемости, улучшение экономической ситуации, а также развитие розничного рынка.

Среди основных тенденций рынка детской одежды аналитики также выделяют возросшие требования потребителей к качеству. Если раньше основным критерием покупки была цена, то сегодня все больше внимания уделяется тканям, удобству и практичности детской одежды. Кроме этого, растет количество родителей, которые хотят одевать своих детей модно - все больше россиян могут позволить себе покупки не на дешевых вещевых рынках, а в более дорогих и качественных специализированных магазинах.

Согласно исследованию «Рынок сетевого ритейла детской одежды от 0 до 14 лет в России и регионах: состояние, тенденции и перспективы его развития», проведенному ИА КредИнформ, рынок детской одежды практически не подвергся влиянию кризиса. Из заметных изменений - перераспределение в 2009 году части покупателей в более дешевые каналы продаж, однако уже через год спрос вновь повернулся лицом к сетевой и несетевой розрнице. В 2010 году рост рынка детской одежды эксперты оценили в 7-10% (объем составил 107,0 — 110,0 млрд руб.). На 2011 год рост сегмента детской одежды прогнозируется в пределах 8 - 10%, а по некоторым оценкам до 15%.

При этом сегмент детской одежды оценивается аналитиками как наиболее емкий на рынке детских товаров, что открывает большие перспективы для его развития.

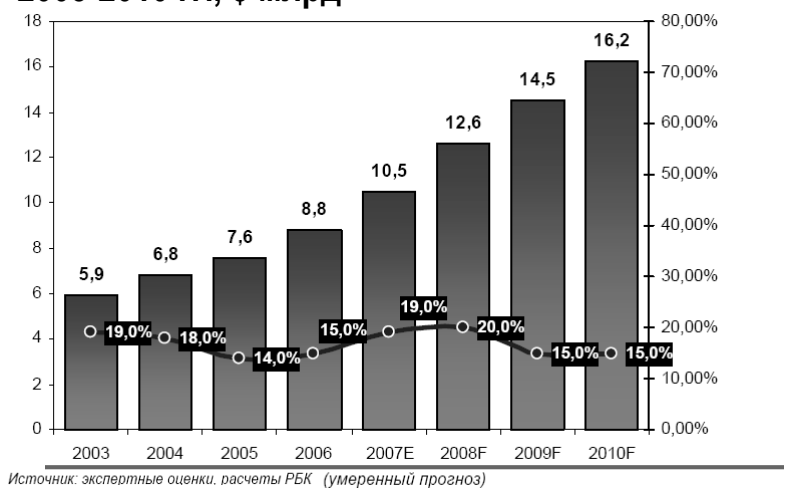
Ульяновская область поняла это одной из первых. На прошедшей в марте 5-ой Московской международной специализированной выставке товаров для детей «Игрушка/Старт жизни 2011» глава региона Сергей Морозов подписал меморандум о сотрудничестве и взаимодействии областного правительства и некоммерческой организации «Ассоциация предприятий индустрии детских товаров» (АИДТ). Договор предусматривает реализацию стратегии развития индустрии детских товаров на территории региона до 2020 года.

Помимо торжественного подписания меморандума на открытии выставки президент АИДТ Антонина Цицулина вручила губернатору золотого мишку - награду как человеку года в индустрии.

- Ульяновская область - один из первых регионов, который на практике развернул свой мощный потенциал в сторону индустрии детских товаров. Надеемся, что ее примеру последуют другие, - завершила торжественную церемонию Антонина Цицулина.

Поблагодарив за награду, Сергей Морозов отметил, что граждане страны соскучились по созданию товаров для детей, произведенных в России, и Ульяновская область готова взять на себя эту задачу. Развивать на территории региона, согласно данным департамента развития реального сектора экономики, планируется три приоритетных направления: производство детской мебели, производство детской одежды и изготовление мягких и деревянных игрушек. Конечная цель, которую ставит перед собой правительство - развитие детской социальной инфраструктуры: открытие семейных центров, специализированных детских магазинов, детских кафе, детских центров, кабинетов психологов, игровых и спортивных площадок.

Динамика объема российского рынка детских товаров 2003-2010 гг., $ млрд

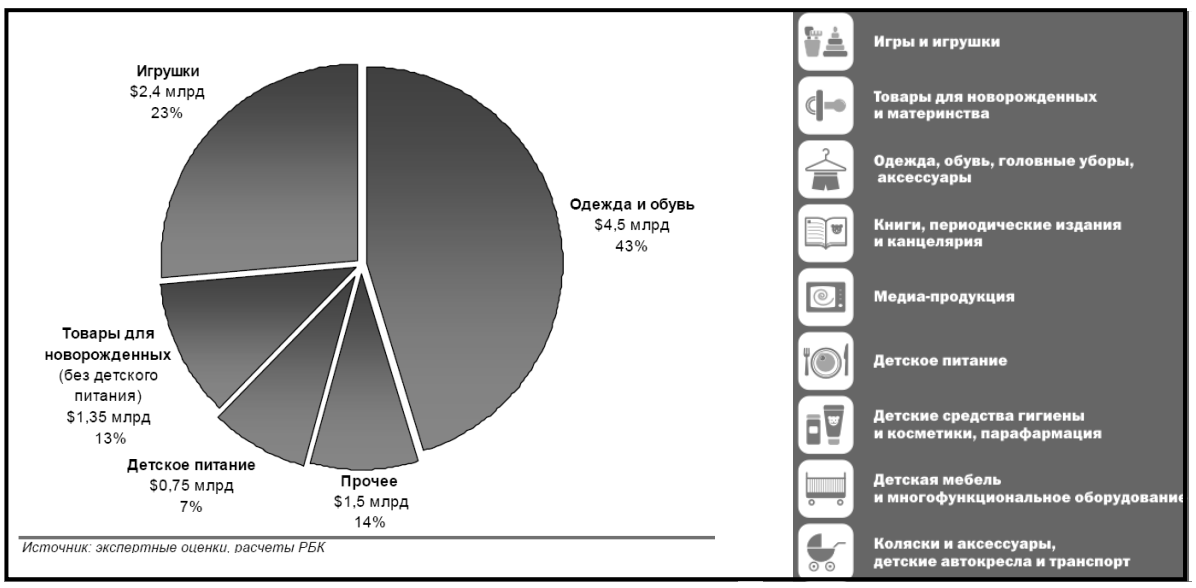


Источник: экспертные оценки, расчеты РБК (умеренный прогноз)

Структура российского рынка

Темпы прироста некоторых сегментов рынка детских товаров
Рынок детских товаров в целом - 15%
Детская одежда - 10-12%, Игрушки - 25-30%, Детское питание - 15-20%

Наиболее емкий сегмент рынка детских товаров – детская одежда и обувь. На его долю приходится 43% общего объема рынка, или $4,5 млрд. долларов (по состоянию на 2008 год).
Второй по емкости сегмент рынка – игры и игрушки: 23% общего объема, или $2,4 млрд. долларов (2008 год). Этот сегмент демонстрирует наибольшие темпы ежегодного прироста (до 30% в год).



Источник: экспертные оценки, расчеты РБК

СПРАВКА «УП»

P.S. На выставке товаров для детей «Игрушка/Старт жизни 2011» Ульяновская область представила единую экспозицию, на которой были выставлены лучшие образцы детских товаров, выпускаемые организациями региона:

1. ОАО «ИПК» Ульяновский Дом печати»;
2. Ремесленная палата Ульяновской области;
3. ГК «Фирма Русь»;
4. ООО «Алёна»;
5. ООО «Крепыш Я»;
6. ООО «Камелия»;
7. ООО «Мишутка»;
8. Салон - ателье «МиЛена»;
9. ООО «Росток Эль»
10. ООО «Белань»