

Уход западных брендов из России: ребрендинг, параллельный импорт и «серые» поставки

Бабр провёл расследование о массовом уходе с российского рынка западных брендов и ритейлеров. Поговорили с представителями торговых центров, покупателями и выяснили: справился ли Красноярск с оттоком магазинов и какие настроения у потребителей.

В феврале 2022 года Россия попала под санкции ряда стран, что повлекло за собой, в том числе, уход иностранных ритейлеров с российского рынка. **Такой массовый отток зарубежных фирм произошёл впервые в новейшей истории страны.**

С прошлого года в российских магазинах почти не осталось привычной брендовой одежды, электроники и бытовой техники. Исчезли некоторые продукты, алкоголь и сигареты, косметика и средства гигиены, лекарства, автомобили и многое другое.

Массовый уход обусловлен ещё и тем, что **ушедшие компании владели несколькими марками.** Например, испанская фирма Inditex, под крылом которой известны многим бренды: Zara, Bershka, Pull & Bear, Oysho, Stradivarius, Massimo Dutti.

INDITEX

ZARA

PULL&BEAR

Massimo Dutti

Bershka

Stradivarius

OYSHO

ZARA HOME

UTERQÛE

Уход ритейлеров – крах магазинов?

Зарубежные бренды начали покидать российский рынок в марте 2022 года. И неудивительно, что в торговых центрах снизился поток покупателей. Но прежде чем закрыть свои двери, магазины устраивали распродажи и акции, чтобы продать оставшиеся товары. Естественно, на фоне сейлов трафик в ТЦ заметно подскочил, однако после закрытия покупательский спрос упал. В Российском совете торговых центров (РСТЦ) подсчитали, что **количество клиентов в среднем уменьшилось на 15%, а продажа одежды сократилась почти на четверть.**



КРАСНОЯРСК

19 КРУПНЫХ
Торговых центров

188 МАЛЫХ
Торговых центров

499,3 GLA торговая
площадь | тыс

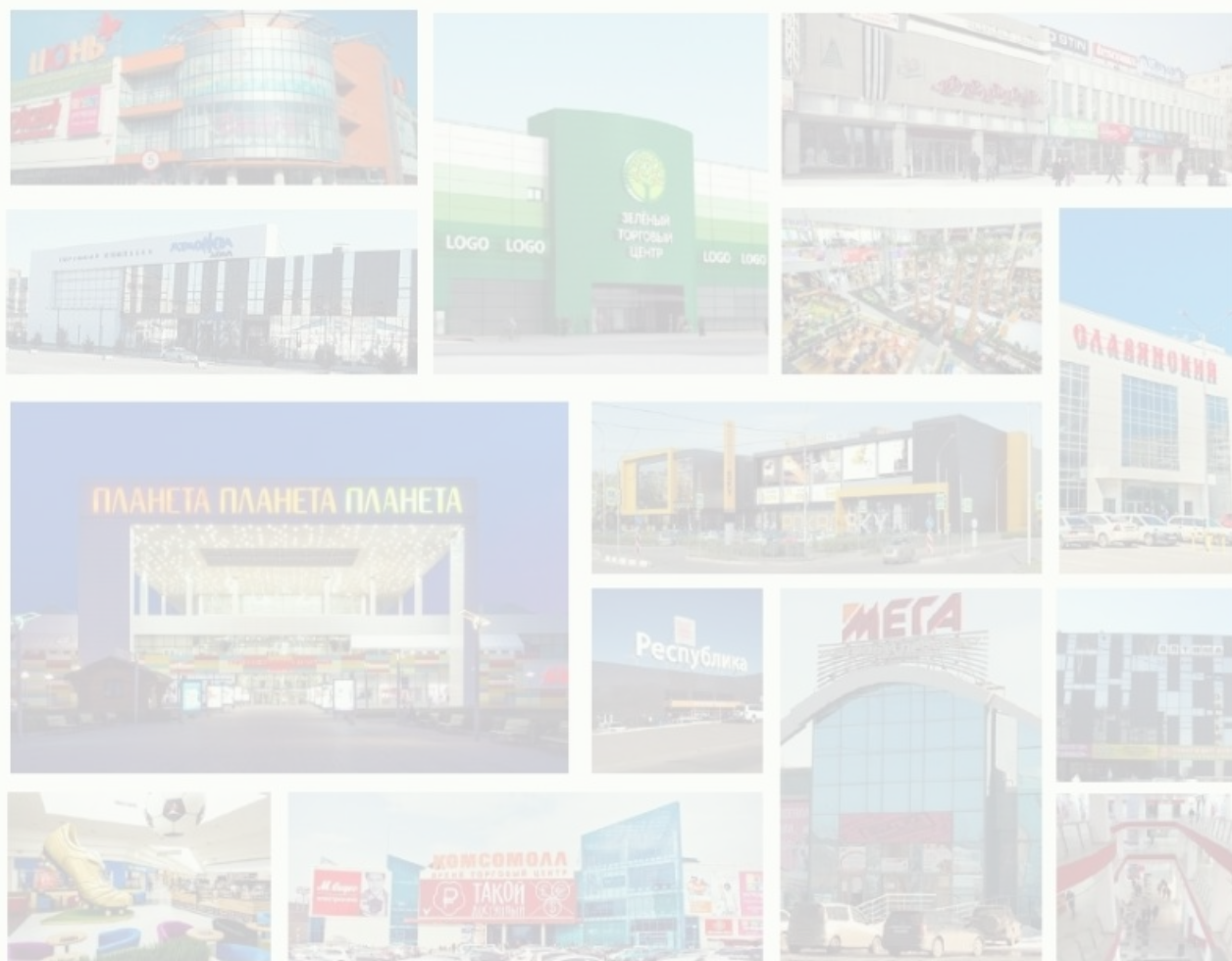
374 Обеспеченность
площадями | 1000 чел

2022

Статистика по
Красноярску согласно
отчёту РСТЦ за 2022
год

Эксперты РСТЦ рассказали, что весной и летом 2022 года до 20% площадей ТЦ либо не были заполнены, либо арендаторы оставались формально: **магазины не работали, но аренду платили**. В РСТЦ отмечают, что отечественные марки низкого ценового сегмента в то время показали увеличение продаж. Новые форматы прорабатывали и крупные бренды, чтобы занять освободившиеся в ТЦ площади. Это неплохо получилось у компаний «Глория Джинс» и Melon Fashion Group.

Падение дохода с аренды специалисты РСТЦ оценили в 35-45% (по сравнению с 2019 годом). В среднем по рынку падение трафика в ТЦ составило 7,4%, посещаемость к концу 2022 года упала до 15%. Меньше всего пострадали районные ТЦ, а у крупных произошли большие потери покупателей.



мае 2022 года представители одного из крупнейших в Красноярске торгово-развлекательных центров «Планета» рассказали СМИ, что посещаемость посетителей соответствует плановым показателям. Работу приостановили 20 магазинов, но из торгового центра они не ушли. Однако в «Планете» признали, что после ухода крупных брендов показатели временно невозможно было отследить, чтобы понять, какие убытки несёт ТРЦ.

Остались на плаву

Управляющий торгово-развлекательного комплекса «КомсомоЛЛ» Денис Шипунов рассказал Бабру, что к маю 2023 года по сравнению с началом 2022 года в торговом центре даже увеличилось количество магазинов: заполняемость торговых площадей выросла на 11%. Во второй половине 2022 года и начале 2023-го повысилась и посещаемость. Сезонные пики покупательской активности установили семилетние рекорды – трафик увеличился в среднем на 20%.

Ещё за прошедший год удалось заполнить практически все свободные площади ТРК, привлечь новых интересных арендаторов и наладить сотрудничество с местными предпринимателями.

«Ротация арендаторов у нас происходит. Но те якорные арендаторы, которые работали год назад, открыты и сейчас. Работают брендовые магазины, которые скорректировали торговое название в соответствии с обновлёнными стандартами брендинга. С закрытием таковых мы, к счастью, не столкнулись. Конечно, для работы ТЦ сложилась не самая благоприятная ситуация на российском рынке. Нужно заполнять освободившиеся площади, мониторить качественные российские бренды, поддерживать трафик. Всё это требует немалых усилий и слаженной работы», – уточнил Денис Шипунов.



Представители красноярского торгового центра «Зелёный» рассказали Бабру, что в апреле 2022 года количество посетителей снизилось, но вскоре пришло в норму. В общем же трафик увеличивается каждый месяц, происходят и сезонные всплески покупательской активности.

В «Зелёном» тоже произошёл ребрендинг некоторых магазинов, но ни один иностранный бренд не ушёл. И сегодня наполняемость ТЦ – 97%, что позволяет небольшим арендаторам не переживать об отсутствии клиентов. Тем более что торговый центр развивается, открываются новые отделы, в которых представлен широкий ассортимент, что не может не радовать покупателей.

«У нас очень много качественных товаров, представлены крупные российские бренды "Глория Джинс", MODIS, Kari, где можно приобрести товары для всей семьи. Есть и различные шоурумы, в которых можно купить стильную одежду по доступным ценам. В связи с правильно выбранной концепцией работы в формате "средний" и "средний минус", наполняемость нашего центра не сократилась», – рассказал коммерческий директор торгового центра «Зелёный» Павел Кочнев.

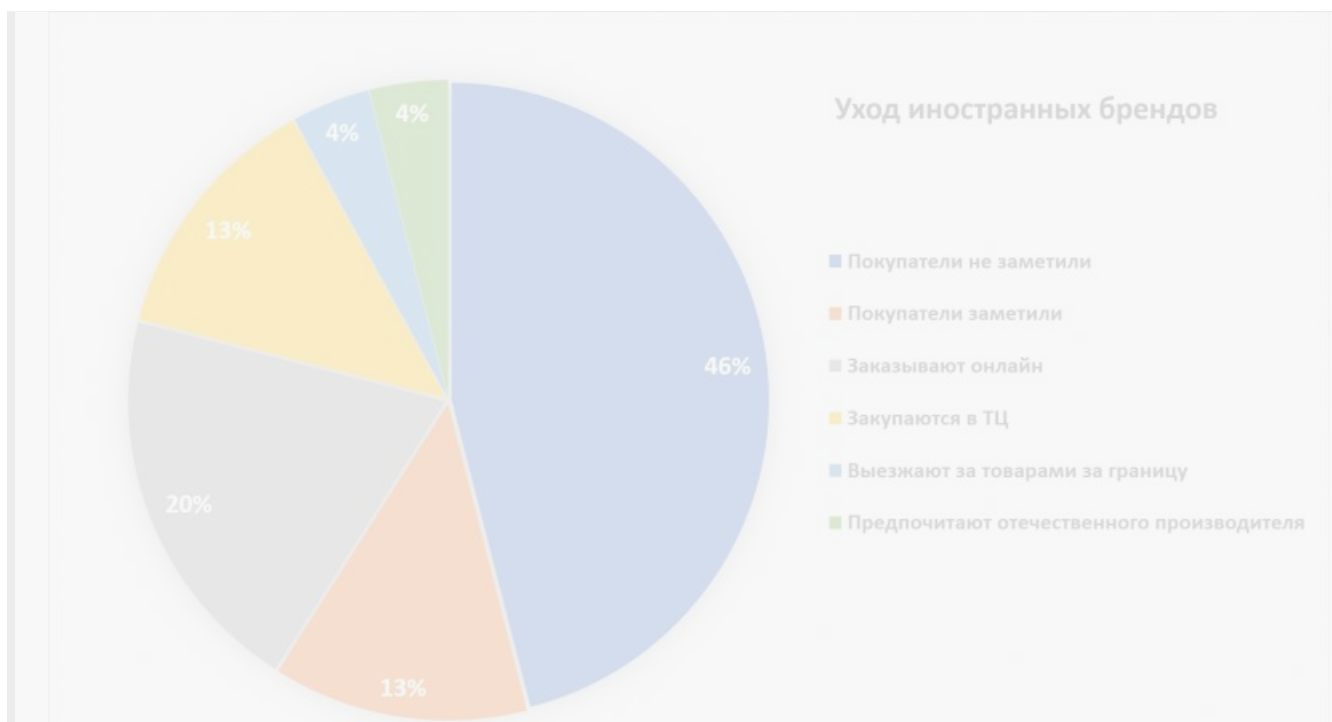


Купим онлайн, за границей, и вообще, нам всё равно

А как же потребители отнеслись к уходу иностранных брендов? **Бабр провёл опрос среди красноярцев и выяснил, что большинство из них не обратили внимания на отток брендовых магазинов.** Хорошей

альтернативой оказались маркетплейсы, где можно купить в том числе и брендовую одежду, и даже не выходя из дома.

Многие респонденты уверены, что сейчас в магазинах предостаточно товаров, всё можно заменить, у отечественных производителей есть качественная продукция, а на смену западным брендам придут другие – те же Турция и Китай, поэтому глобальной проблемы для людей нет. Некоторые из опрошенных считают, что многие товары подорожали, и это определённно связано с оттоком брендов.



«Уход иностранных брендов заметил, но у меня есть возможность приобретать необходимые вещи за границей или же заказываю в интернет-магазинах», – поделился мнением предприниматель Дмитрий.

«А мне без разницы, что западные бренды ушли из страны. Я предпочитаю продукцию отечественного производителя», – рассказала педагог Вероника Гордеева.

«Я заказываю необходимые вещи в интернет-магазинах, но вообще жаль, что иностранцы ушли», – рассказал Николай, сотрудник IT сферы.

«Безусловно заметила уход брендов, заменяю тем, что есть, плюс перешла на онлайн-площадки», – рассказала дизайнер Надежда.

«С таким разнообразием товаров на нашем рынке уход западных брендов на людях никак не отразится. Тем более что за бренды мы ещё и переплачивали», – считает Дмитрий, театрал.

Работают по «серым» схемам?

И действительно, зачем потребителям переживать, если на полках магазинов стали появляться знакомые глазу бренды, и даже ушедшие недавно Зары и Бершки открываются вновь. Только под другими названиями.

А всё дело в том, что в ход пошли: параллельный импорт (который правительство легализовало ещё в марте 2022 года), перепродажа российского бизнеса иностранцами, «серые» поставки и контрафакт.

Так, упомянутая выше компания Inditex продала часть российских магазинов Daher Group. И теперь Zara,

Bershka, Pull & Bear, Stradivarius появляются в России под новыми названиями: MAAG, ECRU, DUB и VILET. Отечественные специалисты утверждают, что производство одежды с новыми бирками и под новыми названиями организовали в Турции, Китае и других странах. А новые коллекции разрабатываются специально для российского рынка, в том числе с учётом климатических особенностей.

Аналогичной схемой воспользовались представители других компаний. Но вот, например, владелец российского бизнеса польской компании LPP сменил как названия магазинов, так и поставщиков. А это значит, что брендовая одежда Mohito, Reserved, Cropp всё-таки не приедет в Россию даже под другим названием, потому что закупаться будут у других производителей.

Активно развивается параллельный импорт – ввоз в страну товаров без согласия правообладателя. Занимаются им все подряд в том числе предприниматели и простые частники, привозя санкционный товар из соседних стран. Если бренд оригинальный, подобная логистика повышает его стоимость в среднем на 20-30%. А недорогой товар может оказаться контрафактом. Техника, которую завезли способом параллельного импорта, предназначена для продажи в других странах, поэтому есть риск, что тот же смартфон могут заблокировать. Сложнее обстоят дела с «серыми» поставками, тут велика вероятность нарваться на непроверенный товар или контрабанду.

Судя по всему, уход иностранных брендов критическим образом не повлиял на красноярский рынок. Ребрендинг, перепродажа бизнеса, параллельный импорт и налаживание работы с отечественными фирмами смогли помочь удержаться на плаву торговым центрам. А у некоторых красноярских ТЦ дела и вовсе пошли в гору, несмотря на нестабильную ситуацию на рынке.

Массовый потребитель не увидел большой проблемы в том, что в магазинах не стало известных фирм. Недостатка в товарах люди не испытывают, замену привычным товарам находят, человек же ко всему привыкает.

Другое дело, насколько изменились критерии цены-качества продукции, и долго ли ещё будет продолжаться ввоз товаров в Россию из соседних стран при помощи параллельного импорта? Ведь эти манипуляции не сулят соседям ничего хорошего: если они и дальше будут пропускать санкционные товары в Россию, могут попасть под вторичные санкции.



 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Вайбер](#)
- [Одноклассники](#)

*Связаться с редакцией Бабра в Красноярском крае и Хакасии:
krsyag.babr@gmail.com*

Автор текста: **Анна
Роменская.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: [@bur24_link_bot](#)
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: [@irk24_link_bot](#)
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: [@krs24_link_bot](#)
эл.почта: krsyag.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: [@babrobot_bot](#)
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)