



## GLI OUTLET FARANNO PRESA IN RUSSIA?



**Presto in Russia compariranno i punti di vendita formato "outlet"** che sono già di successo negli paesi occidentali. L'avviamento di negozi di questo tipo è stato recentemente annunciato dalle società "**Belaya Dacha**" e "**GVA Sawyer**", secondo le quali l'idea avrà successo sia da parte degli consumatori che dei rivenditori. Gli esperti, però, osservano: i fondatori possono avere la difficoltà nell'individuare gli affittuari, data dalla problematicità di fornire una vasta gamma di prodotti - le marche già presenti sul mercato russo non basteranno, in più non tutti venditori possono mantenere il regime di svendita per l'anno intero.

**In Occidente**, le "*città moda*", situate al di fuori degli insediamenti di grandi dimensioni, sono molto popolari. La loro gamma è composta da vecchie collezioni ed eccedenze di merci, sia di marche "democratiche" sia di "luxury brand", messi in vendita comunque con uno sconto considerevole. **Per la Russia, il sistema outlet è una novità** e quindi gli autori del progetto sono convinti che ci sarà alta domanda.

**Il mercato per l'abbigliamento** in Russia è composto dal segmento alto 15-20%, medio 55-60%, basso 25-30%.

**Nell' outlet si parla di un rapporto diverso:** fascia alta 30-35%, media - 50-55% e 15% o meno – fascia media bassa.

Il sistema Russia Outlet, si trova al di fuori della città. Gli esperti dicono che in una tale posizione è al contempo dotata di vantaggi ed aspetti critici. La maggior criticità data dal carico maggiore della strada, in direzione del centro "Mega". Essendo decentrato questo quartiere può diventare pericoloso. Se il concetto, però, di un nuovo centro outlet non tiene conto di tutte le variabili del format, sarebbe semplicemente sbagliato entrare in una area di concorrenza con "Megoy", prodotti di marca.

La città degli outlet annunciata dalla società "**Belaya Dacha**" in collaborazione con la società occidentale **Hines** sarà costruita nella vicinanza della città di Kotelniki (regione di Mosca). "*Come base di partenza è stato scelto un modello outlet del tipo europeo*", racconta il rappresentante di "**Belaya Dacha**" **Alex Zaslavsky**. *Esse, di solito, si presentano come le piccole città stilizzate di una*



*certa epoca storica; in questo caso sarà l'architettura di Mosca dei XIX-XX secoli".*

**GVA Sawyer**, invece, ha annunciato la costruzione della città di outlet sulla strada per Leningrado in collaborazione con **Fashion House**. Quest'ultimo ha già esperienza di progetti simili in diverse città in Europa.

**Gli Esperti** dubitano che il mercato interno può sostenere a tali proporzioni.

Secondo **Nielsen** la Russia è leader mondiale per acquisti di prodotti Chanel e Prada. **L'attrattiva dei marchi di lusso è ancora elevata e continua a crescere.** Acquistando i brand di alta moda, la gente compra soprattutto l'immagine e 'status symbol'. motivata dall'immagine e soprattutto dallo "status simbol". Questo porta la difficoltà, dice **Oscar Hartmann, CEO di KupiVIP**: *«In Germania, ad esempio, è normale andare a fare lo shopping negli outlet con le amiche. In Russia, l'acquisto di un prodotto in svendita è quasi una sentenza. Se la merce è stata comprata con un sconto, è un segreto. »*

L'opinione di Hartmann conferma anche **Alessandro Lenzi (responsabile di sezione Internet di "Orient Express" - distributore di Piquadro, Dunhill e altri)**: Per i consumatori che ritengono il solito prezzo di una marca adeguato, passare all'acquisto in un outlet vuol dire dimostrare una sorta di insolvenza.

**Nello stesso tempo, dicono gli esperti, c'è una categoria dei consumatori che vorrebbero un prodotto d'alta moda ma non possono permettere.** "In più il numero significativo di clienti potenziali sono convinti che il prezzo dei prodotti di lusso è inadeguato. Allora quando ci sono delle offerte, nella mente scatta "Eccolo qua!", aggiunge **Alessandro Lenzi**.

## **Outlet = sconti o prezzi più bassi ma c'è chi è contro**

Uno dei prerequisiti per gli affittuari nel centro di outlet è lo sconto. Secondo **Alexey Zaslavsky**, nei simili progetti in Italia, i proprietari del marchio firmano un contratto in base al quale viene definita un'attività promozionale con sconto minimo del 30%. In Russia non esiste ancora tale pratica ma ci si attende che la "**Belaya Dacha**" sarà in grado di ottenere uno sconto fino al 50%. Sebbene esperti fanno notare che non tutti i rivenditori sono in grado di mantenere un listino prezzi di questo tipo tutto l'anno, visto anche che non essendoci produzione di certi prodotti ci sono costi aggiuntivi di importazione.

Attrarre i famosi brand non sarà facile. Così, "**Louis Vuitton Est**" ha notato che gli outlet e format simili non gli interessano – la politica del marchio non permette gli sconti e svendite. *"Noi preferiamo mantenere il livello alto del*



*nostro marchio, piuttosto che inseguire i profitti. Per questo le eccedenze delle collezioni vengono bruciate, "- dice un rappresentante della società.*

**Spiegano gli esperti** – *la merce scontata è sempre una immagine non molto buona. Un'altra difficoltà, è che Il mercato dei premium brand nel paese è monopolizzato: pochi giocatori hanno un grande portafoglio di marche, hanno anni di esperienza in questo settore, così come un modello ben avviato di offerte e di vendita delle collezioni passate.*

Tuttavia, la **Belaya Dacha** è ottimista. *"Abbiamo avuto colloqui con i rappresentanti di molte aziende, tra cui Bosco e Mercurio. E hanno espresso interesse nel nostro progetto ", - ha dichiarato **Alexey Zaslavsky**. La validità del progetto è confermata indirettamente dall'attenzione che gli affittuari "costosi" di Fashion House dimostrano verso il mercato della Russia.*

## PROSPETTIVE

Gli esperti concordano: **c'è il potenziale per cinque o sei centri outlet in Russia**, nelle città con la popolazione di più di un milione dove la maggior parte hanno l'auto, perché i centri outlet di solito si trovano al di fuori della città.

Tenuto conto dei costi supplementari sotto forma di valore di terra, edilizia, infrastrutture di trasporto, logistica, **lo sviluppo del centro outlet nel paese è realizzabile solo in poche città.**

Non l'ultimo ruolo nello sviluppo dell'outlet sarà il problema della solvibilità della popolazione. E, **forse, le aziende dovranno adeguarsi allo standard di vita nelle regioni.** Le merci della fascia medio-bassa inizialmente sono molto più richieste degli altri, quindi la merce di outlet sarà in competizione con le collezioni stagionali nei centri commerciali, che si trovano in città.

*"In generale, l'avviamento dei centri outlet in Russia dà una chance agli marchi stranieri, - dice **Olga Kosenkova (direttore del dipartimento di consulenza strategica e di investimento della società Panorama Estate)**. – Sul mercato russo ci sono delle possibilità per i brand occidentali che non erano disponibili prima della crisi. In Russia i marchi stranieri non sono presentati in una maniera completa – la nicchia non è riempita. Abbiamo un grosso problema con la varietà dei produttori, perciò c'è un grande potenziale per i distributori occidentali."*

[Natallia Novikava Language Teacher-Laureanda Scienze politiche internazionali](#)