



Il mondo delle calzature in RUSSIA: successi ed insuccessi di un grande Brand: CROCS



La Compagnia Crocs fu creata da un imprenditore del Colorado George Boedecker nel 2002. **È stato il primo ad usare per calzature un materiale insolito – crosbite, una sostanza polimerica che nella struttura ha delle celle ripiene della resina di origine naturale.**

La pubblicità della compagnia: la temperatura del corpo influenza il crosbite e ciò permette ai Crocs di assumere la forma del piede.

Il modello classico delle Crocs sono gli zoccoli bucherellati coloratissimi— da giallo velenoso a viola scuro. Le Crocs sembrano poco serie, ma hanno portato ai loro creatori una fama mondiale e un guadagno milionario.

DUE ANNI DI LAVORO DELLA COMPAGNIA DI SCARPE CROCS IN RUSSIA NEGANO LA TEORIA CHE L'IDEA BRILLANTE SI VENDE DA SOLA.

Troppi fattori non permettono alla compagnia di ripetere il suo successo mondiale al mercato russo.

Nonostante tutto, Crocs prova ad aumentare le vendite con le spese di pubblicità zero.

L'ardua fatica? convincere il consumatore russo di massa che le loro scarpe sono adatte per l'uso quotidiano. All'inizio del 2009 la compagnia dichiarò che avrebbe venduto 200 mila paia di scarpe. Il volume di vendite reale, però, è stato 55 mila Crocs

Le Crocs sono diventate famose nei paesi dell'Ovest: hanno calzato i piedi degli star più belli di Hollywood, dei famosi atleti e perfino di Barack Obama. Il fatturato di Crocs nel 2004 era \$13.5 milioni, e nel 2008 è arrivato a quasi \$800 milioni. Secondo Forbes americano, la redditività della compagnia era il 30 %.

Invece di dieci negozi la compagnia ha aperto un negozio solo e altri due chioschi (una tale forma di vendite esiste anche nei mercati occidentali) a Mosca. Il vantaggio è ovvio: per aprire un negozio da 30-50m² occorrono circa 2 milioni di rubli, invece per aprire un chiosco di 10-15 m² - 800 mila rubli.



Nelle regioni Crocs è entrata grazie a grandi grossisti e il programma di franchising. Secondo la compagnia, le sue calzature possono essere comprate in 80 negozi di Mosca e 60 negozi regionali in 22 città diverse. In alcuni punti ci sono espositori Crocs, e qualche volta le calzature si trovano nell'esposizione generale: la compagnia non insiste sull'attrezzatura commerciale e si adatta alle condizioni del cliente. Le condizioni per le compagnie di franchising sono inusuali: non ci sono e royalty, bisogna solo comprare le calzature e venderle.

Attraverso la propria rete di vendita al minuto Crocs vende il 35 % di produzione, l'altro 65 % viene venduto dai grossisti e negozi franchising. Il numero maggiore di scarpe si vende a Mosca

In breve, per adesso la compagnia non riesce a ripetere in Russia il suo successo mondiale.

Il prezzo medio delle Crocs è 1590 rubli. Eric Petie lo considera un suo successo: è stato lui a convincere la sede centrale della compagnia a vendere le Crocs in Russia allo stesso prezzo che in Europa nonostante gli alti dazi doganali (il 32 %). Nei paesi della Comunità Europea il prezzo medio è 39 euro per un paio (1508 rubli). "Ci sono tante persone che viaggiano molto. Sono le persone benestanti e pronte agli acquisti non-standard, - dice Eric. - Inoltre, la gente spesso compra le nostre scarpe in regalo per i genitori". Ma nei maggior casi le Crocs si comprano per i bambini. Nei propri negozi Crocs i modelli da bambini ammontano al 45 % di vendite, e ai grossisti - al 65 %.

"Qualsiasi azienda può vendere 55 mila paia di scarpe a Mosca e San Pietroburgo ma Crocs non diventerà mai un giocatore considerevole sul mercato russo, - dice il direttore della compagnia "le Calzature di Russia" Anton Titov. - Il motivo? Costano troppo. Il prezzo interessante per le regioni è 500-600 rubli".

Un altro motivo importante è che i consumatori russi hanno la possibilità di comprare le false Crocs. La produzione contraffatta non ha tutti i vantaggi delle scarpe originali, ma costa circa 5 euro un paio. Per la maggior parte dei russi, che non sanno niente di Crocs, la scelta è ovvia. E la compagnia non fa niente per cambiare questa situazione.

in Russia una persona compra in media tre paia di calzature all'anno, in Europa - quattro-cinque, negli Stati Uniti - sette paia. "I russi non hanno bisogno di questo tipo di prodotto." Le Crocs possono essere il settimo o quinto paio nella guardaroba ma la maggioranza dei russi ne ha solo tre..." - dice il capo del reparto di pubblicità e PR della compagnia Ralf Ringer Alexander Greb.



due anni fa la compagnia ha creato la collezione invernale dove c'erano addirittura gli stivali con la pelliccia. Sono fatti dello stesso materiale del sandalo e costano circa 2 mila rubli

Ma perfino i compratori che conoscono Crocs lo percepiscono come il produttore dei sandali e non andranno lì per comprare un paio di stivali. La pubblicità della compagnia non ha ancora cambiato questa opinione.

"Per adesso la miglior pubblicità per me è la crescita della propria rete di vendita, - dice Eric. - L'aumento di vendite accade in un modo molto semplice: qualcuno ha comprato un paio di nostre scarpe, le ha fatte vedere ad un altro, e anche quello le ha volute comprare". **L'esempio può essere "infettivo":** Petie ricorda come ha regalato un paio di Crocs ad un amico. Il mese prossimo quello ha comprato altre quattro paia - per la moglie e tre bambini. Inoltre, Petie ha notato le celebrità russe che mettono sempre più spesso un paio di Crocs.

Da gennaio a maggio 2010 la compagnia ha venduto 40 mila paia di calzature ed è 100% in più in confronto allo stesso periodo dell' anno precedente. La vendita continua di crescere, allora ci sono ancora i consumatori pronti a comprare le Crocs senza pubblicità. **Comunque, adesso in Crocs Russia pensano seriamente della promozione:** a Mosca viene il presidente della Crocs per stabilire gli investimenti, anche nella pubblicità.

[Natallia Novikava](#)