

# IBCRE

Russia

Magazine

## Люксовые бренды в России

Март 2024

# Ключевые выводы

**1** **39% брендов люксового сегмента не получают новые коллекции** в связи с ограничениями на ввоз предметов роскоши. Наибольшие трудности с поставкой товаров испытывают бренды часов и ювелирные дома.

**2** **34% люксовых брендов продолжают поставлять актуальные коллекции в российские бутики,** однако ассортимент все равно остается ограниченным.

**3** **27% ритейлеров сегмента люкс приостановили работу своих магазинов.** Большинство таких магазинов находятся на Столешниковом переулке (31%), улице Петровка (25%), Кузнецком мосту (13%) и Большой Дмитровке (13%).

**4** **Уход международных брендов послужил стимулом к развитию формата перепродажи товаров одежды, обуви и аксессуаров - ресейлу.** Изменение отношения к б/у товарам, тренд на осознанное потребление и экономическая ситуация в стране ведут к активному развитию этой ниши. ЦУМ и Lamoda уже открыли свои ресейл-платформы по перепродаже люксовых вещей.





## Ограничения на рынке

В марте 2022 года российский рынок люксового ритейла столкнулся с вызовом: Евросоюз ввел четвертый пакет санкций против России. Наряду с транспортными средствами, парфюмерией и косметикой **в списке запрещенных к ввозу в РФ товаров оказались предметы одежды и обуви стоимостью выше 300€** в закупке. США вслед за союзниками ввели ограничение на поставку одежды и обуви стоимостью в опте более 1000\$ за единицу товара, но вскоре понизили этот порог до 300\$.

На сегодняшний день во многих люксовых бутиках, продолжающих работать в России, можно найти лишь товары, стоимость которых не превышает 300€ в закупке: кроссовки, ремни, джинсы, футболки и т.д. Однако многие бренды адаптируются к новым реалиям и находят нестандартные решения, позволяющие обойти санкционные ограничения. **Бренды выпускают специальные капсульные коллекции для российских потребителей.** Эти товары сделаны из более дешевых материалов и имеют, соответственно, меньшую стоимость. На товарах для российского потребителя могут поменять фурнитуру или разделить единый товар на части и продавать их по отдельности (например, «разделить» платье на блузку и юбку).

# Карта люксовых брендов

Команда IBC Real Estate проанализировала статус работы люксовых брендов в России. В анализ попали бренды люкс-сегмента, представленные в торговых центрах, аутлетах и отдельно стоящих бутиках.

**39%** Продолжают работать, но перестали поставлять новые коллекции в российские магазины



**34%** Продолжают поставлять новые коллекции в российские магазины\*



\*Ассортимент ограничен из-за логистических трудностей, коллекции приезжают неполными.

**27%** Приостановили деятельность в РФ



# Бренды без поставок

Бренды, магазины которых открыты, но нет поставок, составляют наибольшую часть всех проанализированных люксовых марок. Треть исследуемых брендов в категории одежда/обувь продолжают работать, предлагая к продаже не распроданные ранее товары. В связи с логистическими трудностями и запретом на ввоз предметов роскоши стоимостью более 300€ производители люксовых брендов не могут осуществлять поставку в РФ товаров дороже установленного порога. Поэтому некоторые бутики продолжают продавать товарные остатки, сохранившиеся с досанкционных времен.

**Бренды швейцарских часов испытывают наибольшие трудности с поставкой товаров** ввиду высокой стоимости изделий. Rolex, Patek Philippe, Chopard и другие бренды, представленные в Mercury, не привозят новые коллекции в Россию.

Доля брендов, продолжающих работать без поставок

# 39%

Примеры брендов, **магазины которых открыты, но нет поставок**

ALEXANDER  
MQUEEN

BALENCIAGA

BLANCPAIN

ROLEX

PIAGET

GIVENCHY

Breguet  
1783

DAMIANI  
HANDMADE IN ITALY SINCE 1374

RALPH LAUREN

ULYSSE NARDIN

PATEK PHILIPPE  
GENEVE

FERRAGAMO

JAEGGER-LECOULTRE

CELINE



# Новые коллекции

Треть представленных в России международных люксовых брендов продолжают поставлять новые коллекции в российские магазины. Люксовый сегмент продолжает адаптироваться к современным реалиям. В сегменте «одежда/обувь» почти половина брендов продолжает привозить новые коллекции в российские бутики. Однако ассортимент все равно остается ограниченным: **к продаже предлагаются в основном товары, стоимость которых не превышает 300€** в закупке: футболки, очки, ремни и другие аксессуары из актуальных коллекций. Впрочем, в единичных бутиках, расположенных на Кутузовском проспекте и в Барвиха Luxury Village, наблюдаются исключения: в магазины некоторых брендов приезжают товары дороже введенного порога в 300€.

Примеры брендов, в магазинах которых представлены новые коллекции



Доля люксовых брендов, продолжающих поставлять актуальный ассортимент

34%

# Приостановили работу

Почти треть попавших в анализ люксовых брендов приостановили работу в РФ, но продолжают занимать торговые площади на ключевых торговых коридорах и в торговых центрах Москвы. Бренды ритейл-гигантов (LVMH, Kering, Richemont) составляют большую часть от всего объема игроков рынка, которые приостановили работу магазинов, но не освободили площади.

Большинство приостановок приходится на Столешников переулок (31%) и улицу Петровка (25%). Приостановки в торговых центрах сосредоточены преимущественно в прайм и ключевых ТЦ.

Несмотря на то, что многие бренды заявили о приостановке деятельности своих магазинов в РФ, **некоторые из них все еще остаются доступными для покупки в России.** Так, часть товаров из новых коллекций брендов Prada и Gucci доступны к покупке в ЦУМе. BVLGARI на Кузнецком Мосту также временно приостановлен, но некоторые ювелирные изделия старых коллекций можно приобрести в бутике в Шереметьево.

Доля люксовых брендов, которые  
приостановили работу магазинов в РФ

# 27%

Примеры брендов, **приостановивших деятельность РФ**



LOUIS VUITTON



AUDEMARS PIGUET  
*Le Brassard*

TIFFANY & Co.



FENDI GUCCI PRADA

Dior

BVLGARI Van Cleef & Arpels



# Тренд на ресейл

Несмотря на то, что ресейл-сервисы начали существовать задолго до массового ухода международных брендов, значительный импульс к развитию платформы получили именно в 2022 году.

Ресейл-платформы позволяют купить, продать, обменять бывшие в употреблении товары премиум и люкс сегментов. К преимуществам развивающегося формата можно отнести возможность покупки товаров из предыдущих коллекций, которые нельзя найти в официальных бутиках, и доступ к продукции брендов, не представленных в РФ.

Собственные ресейл-сервисы запустили Lamoda и ЦУМ. В 2022 году интернет-магазин Lamoda в коллаборации с ресейл-платформой Second Friend Store объявили о появлении в приложении нового раздела с названием Resale. ЦУМ также присоединился к тренду: в TSUM Collect представлены мужская и женская одежда и обувь, аксессуары и редкие коллекционные изделия люксовых брендов, бывшие в употреблении.

Помимо офлайн-пространств, есть возможность приобрести люксовые товары и на онлайн ресейл-площадках. Например, The Cultt, специализирующийся на сумках, или Luxxy.

**LUXXY**    **THECULTT**

**OSKELLY**



**lamoda**



**SECOND FRIEND STORE**



**TSUM COLLECT**





# Будущее мировой фэшн-индустрии

По прогнозам McKinsey, в 2024 году мировая индустрия моды продемонстрирует рост выручки от 2% до 4% в зависимости от страны и региона. **Люксовый сегмент будет генерировать наибольшую долю прибыли**, при этом рост составит 3-5% по сравнению с 5-7% в 2023 году. Это связано с тем, что потребители до сих пор прибегают к сберегательным практикам после постпандемийного всплеска. Рост в Европе и Китае замедлится, в то время как в США ожидается ускорение после относительно низких показателей 2023 года.

## Что будет влиять на стратегии компаний?

### **Изменение потребительского поведения.**

На предпочтения потребителей влияют появление новых трендсеттеров, устойчивое развитие культуры здорового образа жизни и стремление к отдыху и путешествиям.

**Увеличение конкуренции в сфере fast-fashion.** Такие крупные маркетплейсы по продаже одежды и аксессуаров, как, например, китайский Shein, предлагают новую политику ценообразования, скорость доставки и качество обслуживания покупателей.

**Развитие ИИ.** Поиск новых вариантов и изучение возможностей искусственного интеллекта для улучшения работы творческих людей.

**Климатические изменения.** Увеличение количества погодных катаклизмов в 2023 году приводит к неотложному приоритету в устойчивом развитии.

**Мировая экономика.** Финансовые и геополитические изменения влияют на доверие потребителей. Бренды будут усиливать планирование на случай непредвиденных обстоятельств.

**Бренд-маркетинг.** Мода отходит от перформанс-маркетинга, бренд-маркетинг станет приоритетом для большинства компаний. Фокус на установление эмоциональных связей между потребителем и продавцом.



*Совершенство  
в деталях*

# Спасибо

**Москва**, БЦ Lighthouse  
ул. Валовая, д. 26  
[Moscow.Russia@ibcrealestate.ru](mailto:Moscow.Russia@ibcrealestate.ru)

**Санкт-Петербург**, БЦ Пассаж  
ул. Итальянская, д. 17  
[St.Petersburg.Russia@ibcrealestate.ru](mailto:St.Petersburg.Russia@ibcrealestate.ru)

**Алматы**, SmArt.Point  
ул. Байзакова, д. 280  
[Almaty.Kazakhstan@ibcrealestate.kz](mailto:Almaty.Kazakhstan@ibcrealestate.kz)

**Алексей Ефимов**  
Генеральный директор

**Евгений Бумагин**  
Член совета директоров  
Руководитель департамента  
по работе со складскими и  
производственными помещениями

**Микаэл Казарян**  
Член совета директоров  
Руководитель департамента  
рынков капитала и инвестиций

**Екатерина Ногай**  
Руководитель департамента  
исследований и аналитики

**Валерия Шураева**  
Аналитик департамента  
исследований и аналитики