

RUSSIA

il mondo della moda

№3- marzo 2009



tessili abbigliamento calzature gioielli accessori cosmetici

Di fronte all'acutizzarsi della crisi economica internazionale occorre attrezzarsi. Sul mercato russo, dove agiscono anche fattori specifici di crisi, quali la svalutazione del rublo e la persistente penuria di credito al consumo e alle imprese, questa esigenza è maggiore. Occorre pensare al mercato in prospettiva, cioè seminare molto nei primi mesi dell'anno in corso, per cogliere risultati nell'ultimo trimestre o agli inizi del 2010. Una strada obbligata, se si vogliono mantenere quote di mercato e livelli adeguati di contatto con la distribuzione. È necessario, perciò, mantenere alto – nei limiti che la crisi, comunque, impone – il livello di attività promozionale e di informazione ai consumatori. Per fornire una piattaforma di supporto alle imprese impegnate in questo sforzo, il Piano Promozionale dell'ICE in Russia nel 2009 prevede una serie di iniziative mirate.

Oltre alle singole attività di sostegno alla presenza italiana nelle fiere di settore (CPM, Obuv, Premier Vision) con campagne pubblicitarie e eventi di comunicazione (sfilate e presentazioni) e alla partecipazione diretta a Consumexpo, quest'anno lanciamo un nuovo progetto. Si tratta della «Settimana Italiana della Moda», che si terrà a Mosca nella seconda metà di ottobre. Una settimana di sfilate, presentazioni, performances, seminari per informare e orientare i consumatori e gli operatori del settore. La Settimana sarà sostenuta da una vasta campagna mediatica (riviste specializzate, TV, radio) per dare il senso al mercato della qualità e affidabilità del «Made in Italy» in questo comparto. Tenendo conto di un importante dato di fondo: questo mercato, per soddisfare la domanda interna di abbigliamento e beni per la persona, deve importare oltre l'80% del totale.

Roberto Pelo
Direttore ICE Mosca
Coordinatore Rete ICE nella Fed. Russa,
Armenia, Bielorussia e Turkmenistan



In questo numero:

- 2 Fashion From Tuscany: alle origini della moda
ICE presenta l'indagine sul mercato della moda in Russia
- 3 "Bosco di Ciliegi" apre 3 nuove boutique di calzature ai GUM
"Woolstreet" apre un negozio economy a Mosca
Aperto a Mosca un nuovo negozio "Hot Couture"
- 4 Nuovi brand italiani nella boutique "Fashion Delicatesses"
Inaugurata a Mosca una nuova boutique MANOUKIAN
Safilo apre una filiale a Mosca
- 5 A San Pietroburgo si svuota la Prospettiva Nevsky
Risultati del 2008: immobili commerciali di San Pietroburgo
- 6 I centri commerciali di Mosca: previsioni per il 2009
Nel 2009 i profitti delle catene commerciali avranno un calo del 70-90%
I proprietari dei centri commerciali delle regioni hanno abbassato i prezzi d'affitto
- 7 Diesel chiude tutti i negozi di Mosca
Il Gruppo "JamilCo" costituisce una joint-venture con la Levi's
- 8 Pasquale Bruni ha presentato il concerto di Andrea Bocelli
Natalia Vodianova designer per "Etam"
Casa Savoia presenta una collezione di abiti
- 9 Ai GUM l'esposizione dei coniglietti WI-FI Nabaztag
Donatto vestirà i calciatori del club "Moskva"
Andrei Arshavin presenterà la sua linea a Londra
- 10 Boselli, siamo soddisfatti nonostante la crisi
La conferenza "L'industria della moda al tempo della crisi.
Gestione anticrisi delle società"
- 11 La crescita del fatturato del commercio al dettaglio in Russia
e' diminuita di quattro volte
Nel 2008 nell'hinterland di Mosca sono stati costruiti 65 centri
commerciali
Il centro commerciale "Novinskiy Passage" cambia proprietario
Bosco di Ciliegi acquista un altro 6% di azioni dei GUM
- 12 Pakerson apre nuovi negozi in Russia
John Galliano inaugura un "angolo" a Mosca
One Step ha aperto la prima boutique a Mosca
Pepe Jeans apre un altro negozio monomarca a Mosca
- 13 I gruppi russi dell'abbigliamento si battono contro l'Adidas per
SOCHI 2014
Al centro di Mosca chiudono le boutique Stella McCartney e
Alexander McQueen
Miss Selfridge: ora e' la volta della Russia
- 14 Sweet Mama: la moda in stile "disco"
Presentazione della collezione "Illusioni pietroburghesi" nel
loft-project "Etazhi"
- 15 I regali di "Sabina Gorelik" per San Valentino
Crocus Group inaugura una gioielleria nel centro storico
"Ekonika" e un' insolita campagna promozionale
- 16 Marzo 2009
L'elenco dei 10 top-stilisti russi

FASHION FROM TUSCANY ALLE ORIGINI DELLA MODA

A due anni dal successo dell'ultima edizione torna, ai Mosfilm Studios di Mosca, Fashion From Tuscany, l'appuntamento con la moda toscana organizzato dall'Agenzia regionale di promozione economica "Toscana Promozione" e dall'Istituto nazionale per il Commercio Estero (Ice). In passerella, mercoledì 25 febbraio, le creazioni uomo/donna di Giab's, Tre B, Gallara', Macri, Confezioni Landi, Brooklyn, Rucon, Confezioni Foce, Nipal, Linea Fontani, Dik-Yuko, Sicla, Rossi Futuring. Il tutto per un viaggio che, partendo dagli anni '50 e dalla Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze - storica sede delle sfilate della moda italiana, - proporrà al pubblico presente i sapori e le atmosfere della Toscana, ripercorrendo cinquant'anni di mode e di tendenze italiane.

"Fashion From Tuscany" e' il piu' importante evento dedicato alla moda che la Toscana organizza, ormai da tre edizioni, in occasione della partecipazione regionale alla fiera CPM "Collection Premiere Moscow" di febbraio. Un modo per salutare il pubblico russo che da sempre apprezza il vestire Made in Italy, tanto da aver superato gli Stati Uniti negli acquisti di moda italiana. Sono decine, infatti, le grandi griffe che producono in questa regione avvalendosi dell'alta qualita' delle imprese che qui hanno sede: da Gucci a Ferragamo, da Tod's a Dolce&Gabbana, da Fendi a Prada, da Céline a Dior. Un'alta qualita' testimoniata dalle 34 aziende che quest'anno hanno preso parte alla collettiva regionale presente alla CPM e che i visitatori della fiera possono ammirare grazie anche a "Tra Mito e Stile", la mostra inaugurata martedì 24 febbraio presso il polo fieristico Expocentr di Mosca.

Organizzata da Toscana Promozione in collaborazione con il Consorzio Emporium, la mostra e' il secondo evento che la regione italiana ha preparato in occasione della sua partecipazione all'edizione invernale della fiera CPM. Un itinerario alla scoperta della storia del cinema attraverso i capi delle star. In scena, gli abiti piu' famosi del grande schermo: dall'impermeabile di Bogart in "Casablanca" al vestito di Anita Ekberg in "La Dolce Vita", passando per il trench di Audrey Hepburn in "Colazione da Tiffany". Una carrellata di creazioni di alta moda realizzata da dieci delle migliori aziende toscane: Brooklyn, Cheby, Landi, Rucon, Nipal, AM, Sicla - Agostoni, Landi - Zerosestanta, Fontani e Macri - Aquatempora.

ICE PRESENTA L'INDAGINE SUL MERCATO DELLA MODA IN RUSSIA

L'ICE ha realizzato una edizione aggiornata della nota settoriale sul mercato della moda in Russia. Grazie anche alla collaborazione di EMI e SMI-ATI, si e' pensato ad uno strumento di lavoro, nello stesso tempo agevole da consultare e completo di informazioni, utile a quelle aziende italiane intenzionate ad affrontare il complesso mercato russo.

La nota, oltre ad un'analisi generale del mercato e di tutti i segmenti principali del settore moda, contiene una serie di approfondimenti dedicati alle procedure doganali e alle certificazioni. Infine e' presente una dettagliata lista di nominativi di operatori del mercato con i dati anagrafici completi (importatori/distributori, grossisti, dettaglianti/ditte, negozi, boutiques, show-rooms).

La presentazione si e' tenuta il giorno 26 febbraio 2009, presso la Sala Ristorante dell'Hotel Piotr I a Mosca, davanti ad una platea formata da aziende italiane presenti a CPM, dal 24 al 27 febbraio. Si e' tenuto un intervento di uno degli autori della nota ed a seguire un buffet dinner. A tutti i partecipanti e' stata distribuita una chiavetta USB contenente la nota in formato elettronico.

“BOSCO DI CILIEGI”

APRE 3 NUOVE BOUTIQUE DI CALZATURE AI GUM

A marzo 2009, la società “Bosco di Ciliegi”, uno dei leader del commercio al dettaglio di articoli della categoria “deluxe” in Russia, che gestisce, attualmente, oltre 50 boutique che commercializzano esclusivamente prodotti di questa marca, ne aprirà, a Mosca, tre nuove.

Si tratta di boutique “pilota” di calzature che saranno ubicate al primo piano delle linee 1 e 2 dei grandi magazzini GUM situato in Piazza Rossa. Le marche offerte sono “Casadei”, “Cesare Paciotti” e “Alberto Guardiani” che personificano, oggigiorno, non solo alcuni dei migliori brand italiani di culto, ma rappresentano calzature raffinate con elementi di lavoro manuale create per gli appassionati che sanno concepire ed interpretare il mondo in modo creativo.

Tutte e tre le collezioni da uomo e donna della stagione “primavera-estate 2009” si contraddistinguono per combinazioni di linee slanciate e ardite che si basano su soluzioni ispirate al sentimento di immaginazione e libertà. Le dette marche si inquadrano perfettamente nell’ambiente “Bosco di Ciliegi” ai GUM. Infatti, dopo l’inaugurazione delle tre boutique al primo piano del grande emporio si formerà un’intera linea di calzature, nell’ambito della quale le nuove boutique divideranno lo spazio con le marche che sono presenti già da tempo: “Fratelli Rossetti”, “Pollini” ed “Iris”. Tale trasformazione dello spazio commerciale segna un termine logico della riorganizzazione dell’indirizzo “BoscoScarpa”, l’obiettivo principale del quale era quello di costituire un’unica linea di calzature “Bosco di Ciliegi” ai GUM.



“WOOLSTREET” APRE UN NEGOZIO ECONOMY A MOSCA

Dal 16 febbraio al centro commerciale “Varshavskiy” all’indirizzo: Varshavskoye shosse, 87 e’ aperto il negozio “Woolstreet economy”, dove e’ possibile trovare confezioni accessibili di qualità europea.

Il marchio tedesco “Woolstreet”, presente sul mercato russo dal 1996, offre al pubblico sei collezioni all’anno in tutti i suoi punti di vendita, la cui rete, in Russia, conta oltre cento negozi.

I modelli che sono in vendita rappresentano capi delle collezioni principali di questo brand, ma a prezzi inferiori. Particolarmente richiesti dal pubblico russo sono vestiti da donna di taglio classico, pullover di tessuti naturali, pantaloni ed accessori.

APERTO A MOSCA UN NUOVO NEGOZIO “HOT COUTURE”

Alla fine di gennaio nel centro commerciale “Metropolis” (Leningradskoe shosse, 16) si e’ aperto un altro nuovo negozio – questa volta della catena “Hot Couture”.

L’arredamento interno del negozio, che occupa una superficie di quasi 300 mq, e’ a dir poco elettrico grazie alla combinazione tra lusso glamour e graffiti. I visitatori potranno così apprezzare il design creativo del negozio e godersi le novità di MCQ, Diesel, Andrew Mackenzie, De Puta Madre, Bray, Hello Kitty, Zu+Elements, Moncler, Hot Couture e degli altri marchi alla moda.

“Hot Couture” e’ posizionato nel segmento medio di prezzo e punta alla parte più modaiola dei giovani. Gli esperti ammettono che finora la crescita della catena e’ stata più lenta di come si pensasse due anni fa al momento della comparsa dei negozi del marchio sul mercato russo.

SWEET MAMA: LA MODA IN STILE «DISCO»

L'11 febbraio nel Museo di arte contemporanea di Mosca si è svolta la show-sfilata della collezione della stagione autunno-inverno 2009/10 di uno dei più grandi produttori e distributori russi di abbigliamento e biancheria per le future mamme – il gruppo «Sweet Mama».

L'ispirazione per la creazione della collezione è venuta dall'atmosfera dell'epoca della disco music, piena di ottimismo e di gioia di vivere. Sono tornati di moda gli abiti "hippy" degli anni '70 e quelli "sgraziati" degli anni '80 con il loro rifiuto del minimalismo e del rigore. A giudizio degli stilisti di "Sweet Mama", nel prossimo autunno le future mamme non dovranno temere gli esperimenti. Le principali tendenze della futura stagione sono: abiti a più strati, pantaloni a banana e colori luminosi, tutto giocato con spensieratezza. Le tute sono ancora attuali, ma cedono posizioni ai set di maglieria di gonne e giacchette. Il massimo della moda della stagione è il tartan (o stoffa scozzese), ma adesso l'accento viene posto non sul rosso, ma sul verde. Inoltre dalla combinazione tra pullover di maglieria e kilt viene fuori un abito in stile. Si utilizzano lucentezza e colori al neon, pantaloni aderenti sensuali e di vario colore, tute, decorazioni luccicanti e calzature massicce a soles alte.

La varietà dei colori, l'abbinamento di materiali diversi e l'insolito taglio hanno reso la nuova collezione "Sweet Mama" straordinariamente allegra, positiva e femminile. Il tocco finale ai modelli lo hanno dato i luminosi accessori e le calzature che sono stati forniti appositamente per la sfilata dalla casa italiana "Alba".

Ad oggi «Sweet Mama» possiede una catena di negozi griffati a Mosca (15 negozi) e in tutta la Russia - da Kaliningrad a Yuzhno-Sakhalinsk (in tutto più di 100). Le collezioni del marchio vengono rinnovate quattro volte l'anno e confezionate con tessuti italiani e francesi. Tra le clienti della casa ci sono alcune stelle e mamme famose come la top model e attrice Inna Gomez, le cantanti Eva Polna e Yuliya Nachalova, l'attrice Olga Drozdova, la pattinatrice artistica Irina Slutskaya e la presentatrice TV Tutta Larsen.

PRESENTAZIONE DELLA COLLEZIONE "ILLUSIONI PIETROBURGHESI" NEL LOFT-PROJECT "ETAZHI"

Il 13 febbraio si è svolta a San Pietroburgo, la "capitale del nord" della Russia, la presentazione delle collezioni "Illusioni pietroburghesi" e "Fraktap" della giovane e talentuosa stilista di Pietroburgo Zhanna Nesterova. L'evento si è tenuto nella galleria di abbigliamento d'autore "Backstage", un nuovo spazio della moda situato nel loft-project "Etazhi".

«Etazhi» è il loft più grande di San Pietroburgo che occupa gli ultimi tre piani di un vecchio panificio (Ligovskiy prospekt, 74, 3° piano). Il posto è avvolto in una atmosfera davvero originale: per entrare nell'edificio dell'ex panificio con i soffitti altissimi occorre ricevere un pass. Il cortile è impregnato da un forte aroma di vaniglia. All'interno le mattonelle rimaste dal periodo sovietico sono accompagnate da pareti dipinte con un colore verde brillante e da lenti convesse, così come il bar d'antiquariato e l'arredamento in stile si alternano a quel che resta del passato industriale del luogo, tipo bobine per cavi o vecchi sistemi idraulici.

Il negozio di abbigliamento "Backstage" si trova al terzo piano e presenta articoli esclusivi degli stilisti russi e dell'area baltica – borse in tweed con merletti e foto di Coco Chanel, gilet spaziali argentati, palto' pesanti gualciti.

Le collezioni di Zhanna Nesterova si sono inserite perfettamente nell'insolito arredamento interno dello spazio espositivo di "Etazhi". "È una collezione-visione, dove c'è una certa ricercatezza romantica e una leggera melanconia. È ispirata all'architettura di Pietroburgo; lavorando sui modelli ho cercato di capire le tradizioni culturali della città" – così Zhanna Nesterova definisce la sua collezione "Illusioni pietroburghesi".

Le creazioni di Zhanna hanno ricevuto riconoscimenti in molti concorsi e festival, tra cui la Mostra Internazionale della Moda (Mosca, 2008), la Rassegna Internazionale della Moda (Düsseldorf, 2008), la Baltic Fashion Night (2008), l'Art-Parad (2008), «La guglia dell'Ammiragliato» (2008), il «Couturier dell'anno» (Mosca, 2007), «Industria della moda» (2007).

I REGALI

DI "SABINA GORELIK" PER SAN VALENTINO

La stilista russa Sabina Gorelik, che crea capi di vestiario con il marchio GS by Sabina Gorelik, per il 14 febbraio, festa degli innamorati, ha presentato una nuova, anche se limitata, collezione che comprende eleganti bende per gli occhi decorate con nastri di velluto, pelliccia, strass e cuoricini a pendaglio.

Il portavoce della stilista assicura che "gli insoliti e delicati regali, prodotti in pochi esemplari, non lasciano insensibili nessuna rappresentante del gentil sesso". "Questa idea e' nata in aereo - dice Sabina Gorelik - dove osservi sempre piu' spesso persone che dormono con la benda e capisci che si tratta di una cosa certamente abbastanza noiosa e poco originale. Volevo rendere la cosa un po' piu' piacevole, intrigante e romantica. Questa benda diventera' una ottima manifestazione di affetto verso l'altra nostra "meta"".

Tutti gli articoli sono prodotti in piccole serie e presentati nello show-room di Mosca "Begem" (ul. Novoslobodskaya, d. 24) e nel negozio Internet <http://www.begem.ru/shop>.



CROCUS GROUP

INAUGURA UNA GIOIELLERIA NEL CENTRO STORICO

Nel centro storico di Mosca, in vicolo Stoleshnikov, 5, dove gli affitti sono tra i piu' alti al mondo, la boutique plurimarche "Crocus Group" inaugura una gioielleria. Nel negozio verra' esposta la "John Galliano Fine Jewellery Line" unitamente a noti marchi quali i gioiellieri brasiliani FR Hueb, Vianna e Manoel Bernardes.

Le creazioni della "John Galliano Fine Jewellery Line" sono comparse nel marzo 2008 grazie alla collaborazione tra il notissimo stilista John Galliano e il gioielliere Valente Milano. La nuova collezione conta tre linee - "Pugnali", "Fiori" e "Monete", ciascuna delle quali presenta esclusivi esemplari di «haute couture» e «prêt-à-porter». Lo stilista si definisce un amante delle avventure, per questo di avventure, per questo ritiene che il gioiello piu' amato sia il pugnale di pietre preziose con guaina estraibile in oro rosa e bianco e lama con ametiste e brillanti bianchi della collezione "Pugnali".

Il marchio FR Hueb e' presente con piu' collezioni, dal tortuoso Gaudi, ispirato dalle opere del grande architetto spagnolo, all'ultramoderno Casual.

I gioielli Vianna, che riflettono l'esperienza di tre generazioni della famiglia di gioiellieri brasiliani, sono ispirati all'"art-nouveaux" con la sua scenografia volutamente accentuata e il simbolismo delle forme, mentre nella linea di Manoel Bernardes «Secret Garden» troviamo molti motivi a fiori e sfumature brillanti.

Contemporaneamente in un angolo della gioielleria al primo livello del negozio pilota Crocus si inaugura uno spazio del marchio italiano di orologi U-Boat del brillante stilista ed imprenditore Italo Fontana che presenta una collezione di orologi con brillanti e rubini.

«EKONIKA» E UN INSOLITA CAMPAGNA PROMOZIONALE

All'inizio di febbraio la catena russa di negozi di calzature "Ekonika" ha compiuto una insolita campagna promozionale: nella prima meta' di febbraio i biglietti della metropolitana di Mosca sono serviti contestualmente per avere uno sconto abbastanza consistente nell'acquisto di calzature.

"La nostra catena sfrutta per la prima volta un veicolo pubblicitario davvero di massa e nello stesso tempo poco tradizionale", - dice Elena Yudina, responsabile area marketing. "Sono certa che grazie a questa promozione saremo in grado di attirare l'attenzione di un vasto pubblico".

La catena di negozi di calzature "Ekonika" e' uno dei maggiori operatori russi del commercio al dettaglio e tra i leader del mercato russo di scarpe di alta qualita' e alla moda. Ogni stagione il gruppo propone oltre 700 modelli con i marchi commerciali "Alla Pugachova" (insieme alla nota cantante russa Alla Pugachova), «Parmen», «RiaRosa» e «De'Marche», in oltre 100 saloni di calzature.

I CENTRI COMMERCIALI

DI MOSCA:

PREVISIONI PER IL 2009

Il gruppo "Colliers International" ha pubblicato un rapporto sugli immobili commerciali di Mosca nel 2008. Veniamo a sapere che dei 20 centri commerciali previsti nel 2008 ne sono stati aperti solo un terzo. Si tratta più che altro di complessi non grandi, mentre l'apertura di altri centri commerciali come "Metropolis" lungo la Leningradskoe shosse, "Gudson" sulla Kashirskoe e "Fipion" sul Bagrationovskiy proezd sono stati rinviati al 2009. «E la probabilità che questi complessi si aprano è abbastanza alta, giacché solo alla fase conclusiva della realizzazione», – dicono alla Colliers. Una serie di proprietari ha già corretto i termini di apertura dei complessi: i progetti di apertura di GoodZone, River Mall, "Tverskaya Mall" e "Matryoshka Mall" sono stati spostati dal 2009 al 2010.

Gli affitti dei centri commerciali continuano a diminuire: in singoli casi gli sconti degli ultimi mesi sono pari già al 30-40%, ma non tutti i proprietari vanno incontro ai dettaglianti. Ricordiamo che anche in precedenza molti grossi operatori del commercio al dettaglio avevano richiesto di pagare l'affitto in base al fatturato, minacciando di chiudere i loro negozi. La "Colliers International", che opera come broker dei principali centri commerciali di Mosca, prevede che nel 2009 la situazione potrebbe evolversi in modo tale che la norma per l'apertura di nuovi centri commerciali potrebbe essere la copertura degli spazi da affittare non più del 50-60%.

Anche la società di consulenza "Cushman" ha reso noti i risultati della sua ricerca sugli immobili commerciali nel 2008: secondo le sue stime, a Mosca entreranno in funzione solo centri commerciali per complessivi 250 mila mq contro il milione di mq programmati in precedenza. Anche gli analisti sottolineano la mancanza di fondi dei proprietari di complessi commerciali, concordando sul fatto che prossimamente essi potranno finire di realizzare solo i progetti avviati prima della crisi.

I PROPRIETARI DEI CENTRI COMMERCIALI DELLE REGIONI HANNO ABBASSATO I PREZZI D'AFFITTO

La crisi finanziaria costringe i proprietari degli immobili commerciali a ridurre i profitti per non rimanere senza affittuari. Ad esempio, a Rostov-na-Donu, una delle città più sviluppate della Russia nel settore degli immobili commerciali, gli affitti degli esercizi commerciali sono stati già abbassati. Nel 2009 lo sconto medio dell'affitto si aggirerà sul 10-30%.

Alcuni complessi commerciali sarebbero potuti restare con spazi enormi semivuoti, per cui i loro proprietari sono stati costretti a concedere dei ribassi di prezzo.

Invece i centri commerciali di successo, dove da anni esiste un pool qualitativamente alto di affittuari, seppure hanno abbassato gli affitti, lo hanno fatto solo di poco. Comunque già a marzo 2009 anche i più solidi operatori del settore immobiliare del commercio si vedranno costretti a rivedere i loro prezzi di affitto. Gli specialisti prevedono che durante la nuova ondata della crisi gli affitti potrebbero calare anche del 30-40%.

NEL 2009 I PROFITTI DELLE

CATENE COMMERCIALI

AVRANNO UN CALO DEL 70-90%



Il gruppo "Renessans Kapital" ha presentato uno studio analitico sugli indici finanziari delle maggiori catene russe al dettaglio nel 2009. Secondo le previsioni degli analisti, gli introiti di queste catene potrebbero risultare inferiori a quanto ci si attendeva con una contrazione media dell'11-12%.

Ciò potrebbe essere in gran parte causato dalle oscillazioni delle quotazioni delle valute estere rispetto al rublo. In base ai dati di "Renessans", potrebbero calare in modo drastico i profitti netti degli operatori commerciali al dettaglio: ad esempio, "X5 Retail Group" potrebbe perdere l'88% dei profitti, "Sedmoy Kontinent" il 76%, "Magnit" il 21%. Peraltro i profitti escluse tasse, percentuali e ammortamento potrebbero diminuire rispettivamente del 14, 17 e 15%. Questi dati si basano su una previsione ottimistica (\$1 = 30,5 rubli) e pessimistica (\$1 = 35 rubli) della quotazione del rublo rispetto al dollaro nel 2009.

Ricordiamo che in precedenza si prevedeva una ondata di fusioni e assorbimenti sul mercato. I grandi operatori, secondo gli analisti, potrebbero acquistare i grandi discount che non riescono a superare la crisi. Non è escluso che saranno fortemente colpite le catene di supermercati plurimarche, mentre i discount subirebbero meno perdite.

DIESEL

CHIUDE TUTTI I NEGOZI DI MOSCA

La catena dei negozi monomarca Diesel cessa l'attività a Mosca a causa del calo generalizzato delle vendite: verso la metà di marzo il gruppo «Vintage Technology», che ha sviluppato la catena del franchising del brand, ha deciso di chiudere tutti i 5 negozi che espongono capi firmati del marchio italiano. La crisi attuale è tra le motivazioni più forti che hanno indotto tale decisione.

Secondo gli esperti, la colpa di tutto ciò è il posizionamento del brand nel segmento superiore "lusso", che ha costretto ad aprire spazi commerciali nei centri commerciali più prestigiosi e nelle vie commerciali più costose di Mosca (ad esempio, al Kuznetskiy Most o in vicolo Stoleshnikov), peraltro con un listino prezzi più adatto all'abbigliamento casual.

Il più antico dei negozi – Diesel 1 – nel modernissimo centro commerciale "Atrium" è già chiuso così come quello che si trovava nell'altrettanto prestigioso centro commerciale "Evropeyskiy", che ha chiuso i battenti il 2 febbraio. I locali di Mosca che appartenevano a Diesel saranno messi a disposizione degli altri marchi «Vintage Technology» - Miss Sixty, Energie, Sixty, Killah etc. Nel 2009 il nuovo partner in franchising Diesel sarà il gruppo "Arts Group", che sta sviluppando in Russia i negozi d'abbigliamento non caro - Mango, Promod, Jennyfer, Orsay, Okaidi e +IT.



IL GRUPPO "JAMILCO"

COSTITUISCE UNA JOINT-VENTURE CON LA LEVI'S

Il gruppo "JamilCo", uno dei più importanti operatori russi per la vendita di abbigliamento, sta costituendo una joint-venture con l'americana "LeviStrauss&Co". La catena di 32 negozi monomarca Levi's (di cui 10 a Mosca), che erano in precedenza gestiti dalla OOO "LVB", filiale della "JamilCo", passerà alla JV Global Denim, alla cui guida in veste di direttore generale è stato chiamato Marten Slingerland, che dirige la "LVB".

"JamilCo" opera sul mercato russo in qualità di distributore di brand di lusso. Il suo portafoglio include l'esclusiva di Burberry, Chaumet, Dormeuil, Hermès AKZENT, J.M. Weston, Salvatore Ferragamo, Sonia Rykiel, Wolford, nonché Escada e i suoi marchi commerciali James e Redcode. La filiale del gruppo "LVB" cura lo sviluppo dei negozi monomarca nel segmento dei mass-market: Levi's, Naf Naf, Guess, Chevignon e Timberland.

La nascita della joint-venture consentirà alla "JamilCo" di acquistare i prodotti Levi's direttamente attraverso la sede centrale del gruppo a Bruxelles. In base al nuovo accordo il partner americano risponderà della strategia generale del marchio e della politica di marketing nella Federazione Russa, mentre la "JamilCo" sarà responsabile dello sviluppo della catena a Mosca e del programma di espansione nelle regioni.

Gli esperti di mercato stimano il business moscovita della Levi's attorno ai 5 milioni di dollari e quello regionale attorno ai 4,4 milioni. Tra l'altro non si esclude che nel corso di questa operazione con la LeviStrauss&Co, il gruppo "JamilCo" abbia ricevuto un premio per aver introdotto la compagnia americana nella catena dei negozi monomarca.

PASQUALE BRUNI

HA PRESENTATO IL CONCERTO DI
ANDREA BOCELLI

Il 14 febbraio in occasione della celebrazione di San Valentino la Maison di gioielli "Pasquale Bruni" ha presentato un concerto del celebre tenore italiano Andrea Bocelli al Concert Hall del Barvikha Luxury Village a Mosca.

E' dal 1976, che il gioielliere Pasquale Bruni, specializzato nella creazione di "fashion jewellery", presenta le sue collezioni con il proprio nome. L'orafo italiano, aiutato ultimamente dalla figlia Eugenia, nella sua attivita' creativa conserva la fedelta' alle tradizioni classiche, senza trascurare, tuttavia, le tendenze moderne che segue il mondo della moda.

Così, il giorno della festa degli innamorati il grande marchio ha deciso di fare un regalo a tutti gli appassionati russi, organizzando un concerto di Andrea Bocelli, una delle voci piu' rappresentative del panorama artistico italiano. Erede simbolico di Luciano Pavarotti, Bocelli segue l'esempio del suo grande predecessore, facendo apprezzare il belcanto e cercando di sposare la musica classica e pop, istillando in tal modo l'amore per l'opera lirica ad un'ampia cerchia di spettatori. Tra i progetti piu' famosi di Bocelli spiccano i suoi bellissimi duetti con Eros Ramazzotti, Selin Dion, Anna Netrebko e Christina Aguilera.

NATALIA VODIANOVA

DESIGNER PER "ETAM"

Natalia Vodianova, modella russa di fama internazionale, oltre a continuare a prendere parte alle sfilate, partecipa attivamente alla vita dell'industria della moda anche fuori le passerelle. Infatti, la top-model ha esordito in qualita' di stilista, creando nell'ambito del suo nuovo progetto una collezione di intimo per "Etam".

Sotto contratto del brand francese per i prossimi tre anni (a partire dalla primavera 2009), la "stella" russa ha disegnato la linea "Natalia pour Etam". "Lavorando sul progetto ho capito di essere una donna di grande femminilita', - racconta Vodianova, - la linea comprendera' una camicia da notte di seta, un corpino con pizzi color grigio e un set di due capi a pois. Intendevo creare una linea che si rivolge a donne moderne e decise, a cui piace giocare".

La prima collezione di Natalia Vodianova sara' disponibile in vendita a partire dal prossimo aprile.

CASA SAVOIA PRESENTA UNA COLLEZIONE DI ABITI

Il principe italiano Emanuele Filiberto di Savoia lancia la sua prima linea di abbigliamento che non poteva non chiamarsi: "Principe d'Italia".

"Sono sempre stato molto esigente nei confronti dei vestiti e ho deciso di voler indossare abiti che creero' da solo", - così ha risposto all'edizione "Di piu'" il rampollo della famiglia reale.

E' noto che la linea si produrra' a Bari dalla societa' "U. Emme P.", e il logo del marchio comprendera' la corona e lo stemma reali, mentre i prezzi dei capi della collezione saranno abbastanza contenuti: a titolo di esempio, una polo costera' 80 Euro circa.

La collezione estiva disegnata dallo stilista Raimondo Ciofani "in conformita' con le istruzioni e basandosi sullo stile" del principe sabaudo per ora e' stata presentata alla Fiera "Pitti Immagine Uomo" e prossimamente sara' sul mercato.



AI GUM L'ESPOSIZIONE DEI CONIGLIETTI WI-FI NABAZTAG

L'esposizione dei Nabaztag, i coniglietti-comunicatori dell'ultima moda WI-FI, "rivestiti" per l'occasione da noti designer, e' finalmente arrivata anche a Mosca. La mostra e' stata organizzata dal 5 al 20 febbraio nei GUM dal «Prêt-a-Porter Paris» e dalla societa' Violet, di cui Nabaztag e' una delle creazioni.

Al progetto hanno partecipato 80 tra i migliori stilisti, tra cui Agatha Ruiz de la Prada, Christian Audigier, Christophe Guillaume, Jean Claude Jitrois, Jean Paul Knott, Lolita Lempicka, Marithe & François Girbaud, Nicole Van Dyke, On Aura Tout Vu, Princesse Tam Tam ed altri.

L'esposizione e' stata inaugurata nel settembre 2008 al Prêt-a-Porter Paris, dopodiche' ha continuato a girare per il mondo dalle vetrine parigine delle Galeries Lafayette alla rassegna newyorkese "The Train", attraverso le tappe di Milano, Berlino, Tokyo e Mosca. Nella parte finale del percorso, a conclusione del 2009, i conigli saranno venduti nel corso di una grande asta di beneficenza a New York, il cui introito andrà devoluto al WWF.

Il coniglio-comunicatore WI-FI pesa soltanto 417 grammi. Tra l'altro possiede moltissime qualita': parla in 36 lingue, risponde alla voce, legge, balla, canta, suona, comunica le notizie on-line, riceve e invia posta elettronica.



DONATTO VESTIRA' I CALCIATORI DEL CLUB "MOSKVA"

A meta' febbraio e' stato firmato l'accordo di partnership tra il club di calcio "Moskva" e il gruppo russo "Donatto", specializzato nella produzione di abbigliamento da uomo.

"Come e' noto, molti calciatori russi sono diventati degli idoli per i giovani, ed io vorrei che tali restassero non solo sul campo da gioco, ma anche fuori dagli stadi" – dice il presidente del club "Moskva" Igor Dmitriev. – Detto in parole piu' povere, vorrei vedere i giocatori vestiti con stile".

Il direttore commerciale della Donatto, Anatoliy Kim ha comunicato che negli abiti creati dagli stilisti del marchio per gli atleti e' stato deciso di conservare la gamma dei colori tradizionali del club. I nuovi modelli – smoking nero e cravatte variopinte color melograno - potranno essere apprezzati gia' nel corso della prossima conferenza stampa convocata per la firma dell'accordo.

ANDREI ARSHAVIN PRESENTERA' LA SUA LINEA A LONDRA

Il noto calciatore russo Andrei Arshavin, idolo non solo degli uomini ma anche del gentil sesso, ha recentemente firmato per il club londinese "Arsenal" e si e' trasferito in Inghilterra. Adesso Arshavin prevede di presentare una sua linea di abbigliamento femminile a Londra.

Un anno fa Andrei ha terminato con il massimo dei voti la facolta' di tecnologia e design nel settore "stilista di abbigliamento femminile" dell'Universita' di San Pietroburgo. Il ventisettenne attaccante ha confessato che alcune signore del bel mondo di Mosca e Pietroburgo sono comparse in pubblico con i suoi abiti e che spera di proseguire questa attivita' nel tempo che la sua professione gli lascia libero.

«A dire il vero, ho scelto questa facolta' per studiare di meno e per stare in mezzo a tantissime ragazze" – ha ammesso Andrei in una intervista al britannico First Post. – Ma in seguito mi sono messo a creare modelli ispirandomi a cio' che mi suggeriva la mia voce interiore". Come si sviluppera' la carriera del designer in erba, ce lo dira' il tempo.

BOSELLI, SIAMO SODDISFATTI NONOSTANTE LA CRISI

In occasione delle ultime sfilate della Moda Uomo, Mario Boselli, Presidente della CNMI, ha dichiarato di essere "molto soddisfatto per la qualità e l'esclusività delle collezioni che confermano, ancora una volta, la supremazia mondiale della moda maschile italiana". A questo proposito, Boselli ha spiegato un primo bilancio su questa edizione di Milano Moda Uomo.



- Cav. Boselli, come è andata questa edizione?

- L'ultima edizione di Milano Moda Uomo è iniziata con qualche incomprensione con Parigi e con qualche defezione delle case di moda, ma alla fine con il Presidente francese Grumbach siamo arrivati a un accordo che, dalla prossima volta, ci garantirà un calendario indisturbato di cinque giorni e l'evento, nel complesso, è andato meglio del previsto.

- E in termini di affluenza?

- In termini di affluenza siamo soddisfatti perché, nonostante le previsioni fossero allarmanti, tutte le sale sfilate, sia quelle dei grandi marchi sia quelle dei nomi minori, erano piene e con ospiti importanti. Alcuni buyer esteri si sono presentati a Milano con delegazioni ridotte e hanno quindi portato un minore indotto per la città, ma le presenze dei dettaglianti italiani sono state notevoli e non bisogna sottovalutare il fatto che i budget che investono per fare gli ordini sono comunque consistenti.

- Di cosa siete rimasti contenti e di cosa no?

- Ritengo che sia stata un'edizione sorprendentemente positiva, sia a livello di qualità e creatività delle proposte, sia per le scenografie spettacolari degli allestimenti. Per quanto riguarda le presentazioni, che sono state preferite da alcuni marchi a scapito delle sfilate, personalmente trovo che, per le collezioni maschili, consentono di valutare meglio il prodotto: gli addetti ai lavori possono organizzare con maggiore calma la loro visita parlando anche con lo stilista e possono esaminare i tessuti ed i materiali e ammirare i dettagli più da vicino. Certo siamo dispiaciuti che il numero di collezioni sia calato, ma sono ottimista e credo che torneremo ai numeri precedenti.

- Quale ambiente avete vissuto? Si sente l'avvento della crisi?

- La crisi si sente, ma l'importante affluenza alle boutique dei saldi ed agli outlet dimostrano che la domanda di prodotti di alta gamma non è calata: si cerca ancora l'abbigliamento di ottima qualità ma non si è più disposti a pagare i prezzi che si pagavano prima della crisi nelle boutique durante l'anno. Gli stilisti dovranno tenere conto di queste tendenze.

LA CONFERENZA "L'INDUSTRIA DELLA MODA IN TEMPO DELLA CRISI. GESTIONE ANTICRISI DELLE SOCIETÀ"

Il 12 marzo a San Pietroburgo, nell'ambito della esposizione "Industria della moda" nel complesso culturale e sportivo "Peterburgskiy" (prospekt Gagarina, 8, sala delle conferenze, 2° piano), si svolgerà la conferenza "L'industria della moda in tempo di crisi. Gestione anticrisi delle società".

L'evento è diretto ai proprietari ed ai direttori delle aziende industriali della moda, dei negozi e delle catene al dettaglio, al personale che prende le decisioni strategiche nelle società commerciali, ai manager del settore pubblicità e promozione, ai giornalisti specializzati. L'evento è organizzato dall'ente fieristico FARexpo e dal portale «Marchi commerciali russi» (www.rustm.net).

I temi della conferenza comprendono i problemi della ristrutturazione anticrisi delle attività delle catene commerciali, le misure governative a sostegno delle aziende russe dell'industria tessile e leggera, dei marchi e della distribuzione in tempi di crisi. Durante la conferenza si discuteranno i risultati delle ultime ricerche di mercato sulle catene commerciali, il rapporto su internet come strumento più efficace di comunicazione commerciale durante la crisi e una serie di altre questioni.

Le domande di partecipazione e ulteriori informazioni vanno inviate all'indirizzo di posta elettronica: moda@orticon.com, +7-812-7183537 (interno 683), +7-495-7770407 (interno 683).

LA CRESCITA

DEL FATTURATO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN RUSSIA E' DIMINUITA DI QUATTRO VOLTE

Le conseguenze della crisi economica e finanziaria mondiale cominciano indubbiamente ad essere percepite anche in Russia: alla fine del 2008 si e' registrato un calo delle vendite e quindi un rallentamento dei tassi di crescita del fatturato del commercio al dettaglio.

Come comunica l'agenzia d'informazione "Interfax", nel dicembre 2008 il tasso di crescita del fatturato e' stato solo del 4,4% contro il 17,7% del dicembre 2007. Pertanto sulla sfondo della perdurante crisi finanziaria questo indicatore e' diminuito di quattro volte. Secondo i dati dell'istituto nazionale di statistica "Rosstat", il rallentamento della crescita del fatturato e' stato registrato anche nel quarto trimestre del 2008, quando la crescita e' stata dell'8,2% rispetto al 16,7% del 2007.

"Se pero' escludiamo i fattori stagionali e il calendario - si comunica nel rapporto del "Rosstat" - nel quarto trimestre la dinamica del fatturato e' stata negativa con una riduzione dello 0,1% in ottobre, dell'1,4% in novembre e del 2% in dicembre".

Malgrado cio', il fatturato del commercio al dettaglio in Russia e' cresciuto complessivamente nel 2008 del 4,9%.

NEL 2008

NELL'HINTERLAND DI MOSCA SONO STATI COSTRUITI 65 CENTRI COMMERCIALI

L'anno scorso, prima che la crisi economica si scatenasse, nella regione di Mosca, dove secondo le statistiche ufficiali vive la parte piu' attiva e abbiente della popolazione russa, sono stati costruiti 65 nuovi centri commerciali per una superficie complessiva di oltre 623 mila mq.

Il ministero dell'edilizia della regione di Mosca ha comunicato che questo indice supera il dato del 2007 di oltre il doppio. Nel contempo pero' gli operatori di mercato rilevano che non tutti questi centri commerciali possono essere considerati moderni e rispondenti agli standard europei. «Di conseguenza se teniamo presente questo aspetto, nel 2008 nell'hinterland della capitale la superficie dei centri commerciali di qualita' e' stata inferiore di circa il 40% rispetto alla suddetta cifra», - sottolinea Aleksandra Krzhinanovskaya, analista della Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko.

IL CENTRO COMMERCIALE

"NOVINSKIY PASSAGE" CAMBIA PROPRIETARIO

A causa della situazione economica di crisi la banca "Globex", acquistata dalla Vneshekonombank, comincia a dismettere alcuni i suoi assets: tra le operazioni effettuate, la vendita di 15,5% delle azioni del gruppo "Novinskiy bulvar, 31" che e' proprietario e gestisce il centro commerciale e d'affari di Mosca "Novinskiy Passage".

Il "Novinskiy Passage" e' stato aperto nel 2004 ed e' uno dei maggiori complessi polifunzionali di classe "A" di Mosca. La superficie complessiva dell'edificio di 11 piani comprende circa 80 mila mq, e quella commerciale circa 11 mila mq.

Per il momento non si conosce il nome e la cifra della transazione, ma gli esperti di mercato ritengono che in questo momento e' praticamente impossibile vendere questo edificio a prezzo di mercato (il valore orientativo del complesso si aggira sui 200 milioni di dollari). Secondo il RBK Daily, uno dei potenziali acquirenti della quota di "Globex" sarebbe Bosco di Ciliegi, uno dei principali "rivenditori del lusso" sul mercato russo.

BOSCO DI CILIEGI ACQUISTA UN ALTRO 6% DI AZIONI DEI GUM

Il gruppo "Torgoviy dom GUM", maggiore azionista dei grandi magazzini GUM sulla Piazza Rossa nel centro di Mosca, che si trova sotto il controllo del gruppo "Bosco di Ciliegi", aumenta la sua quota di un altro 6%. Le azioni sono costate 203,6 milioni di rubli nell'ambito dell'offerta pubblica.

Gia' nell'ottobre 2008 si era saputo che "Torgoviy dom GUM" era pronto ad acquistare dai soci minoritari il 6% delle azioni ad un prezzo superiore del 15% a quello del mercato. Il numero complessivo delle azioni acquistate dalla OAO "Torgoviy dom GUM", il cui capitale sociale e' costituito da 60 milioni di azioni, e' ammontato a 3 milioni e mezzo.

Nel 2004 il gruppo "Bosco di Ciliegi" di Mikhail Kusnirovich ha acquistato da "Alfa-Grupp" il pacchetto di controllo del GUM. Negli ultimi anni "Bosco di Ciliegi" ha sostanzialmente modificato la composizione degli affittuari dei grandi magazzini, aprendo oltre venti nuovi negozi del segmento superiore dei prezzi. In precedenza il gruppo aveva fatto sapere di essere intenzionato a consolidare il 100% della OAO «Torgoviy dom GUM».

PAKERSON

APRE NUOVI NEGOZI IN RUSSIA

Il gruppo italiano Pakerson che produce calzature non teme la crisi economica mondiale. A febbraio Pakerson ha aperto due nuove boutique monomarca in Russia – nel centro commerciale “Vremena goda” (Le stagioni) sul prospekt Kutuzovskiy a Mosca e nella “Hermes Plaza” a Ekaterimburgo. In questo momento il gruppo italiano ha già aperto negozi nel centro commerciale “Crocus City Mall” di Mosca e sulla Prospettiva Nevsky a San Pietroburgo. Nel corso dell’anno Pakerson prevede di avviare l’attività in altri punti vendita.

Il marchio Pakerson è stato registrato più di 50 anni fa. La produzione di calzature si svolge esclusivamente in Italia con l’impiego dei metodi tradizionali di lavorazione a mano. Una delle novità del brand riguarda il sistema computerizzato che in pochissimi secondi scannerizza il piede del cliente ed elabora la forma specifica con una precisione che è impossibile ottenere con la misurazione a mano. Si può calcolare la misura direttamente nel negozio e dopo quattro settimane si riceve il prodotto.

Un’altra soluzione assolutamente nuova del gruppo sono le solette ortopediche per le collezioni da uomo che consentono di aumentare l’altezza di 3-5 centimetri. Per le donne invece c’è la serie della categoria premium “Ice Collection”, che è particolarmente adatta per i climi freddi. I modelli eleganti e caldissimi sono rinforzati da speciale materiale termico sottilissimo che è completamente nascosto sotto la fodera.

JOHN GALLIANO

INAUGURA UN “ANGOLO” A MOSCA

Questa primavera il “Crocus Group Fashion Retail” inaugurerà a Mosca, presso la boutique capofila “Crocus” (Stolesnikov pereulok, 5), un “angolo” dello stilista francese John Galliano, che unitamente a Celine e Nina Ricci, diventerà il terzo corner di abbigliamento in questo negozio.

Arredato nello stile caratteristico del marchio, il nuovo angolo si trova al secondo livello della boutique “Crocus”, dove verranno presentate la linea da donna di “John Galliano”, la collezione balneare John Galliano Beachwear e la linea “John Galliano Fine Jewellery”.

Ad ispirare John Galliano nella creazione delle collezioni da donna primavera-estate composte da basse silhouette sensuali sono stati i simboli britannici conosciuti in tutto il mondo – la regina madre, i colbacchi alti della Guardia della regione, le gigantesche parrucche e le gemme reali. Sono stati utilizzati anche colori audaci supportati dai soggetti del caricaturista politico James Gillray e da stampe luminose, broccato e dettagli militari.

ONE STEP HA APERTO LA PRIMA BOUTIQUE A MOSCA

Dopo il primo negozio del marchio francese One Step, aperto a San Pietroburgo nel dicembre 2008, il 2 febbraio ha aperto i battenti anche il secondo negozio russo che questa volta si trova a Mosca, nel modernissimo centro commerciale “RIO”, in via Cheryomushkinskaya, 1.

L’arredamento interno del negozio di 110 mq è realizzato in stile barocco moderno. Il colore corposo prugna si armonizza dolcemente con il color avorio, il che crea un umore romantico e una calda e delicata atmosfera. I vasi di cristallo Starck, i tavolini e le poltrone stile Luigi XV, i lampadari che cambiano colore e le spalline griffate portano una nota di surrealismo nell’atmosfera generale.

Entro la fine del 2010 One Step prevede di arrivare all’apertura complessiva di 10 boutique al dettaglio in Russia.

PEPE JEANS APRE UN ALTRO NEGOZIO MONOMARCA A MOSCA

Il gruppo inglese “Pepe Jeans” ha inaugurato a Mosca nel nuovo centro commerciale “Rio” sulla Dmitrovskaya chaussée un nuovo negozio, il secondo della serie monomarca. Il primo negozio, che è in funzione da oltre tre anni, venne inaugurato nel centro commerciale “Rio” sulla Sevastopolskiy chaussée.

La storia del brand è iniziata nel 1973 nel quartiere cult londinese di Portobello. Oggi “Pepe Jeans London” propone le linee di abbigliamento giovanile e di jeans finalizzate ad un pubblico di età tra i 20 e i 35 anni con reddito medio. I negozi del brand si trovano in oltre 60 paesi del mondo.

I GRUPPI RUSSI

DELL'ABBIGLIAMENTO SI BATTONO CONTRO L'ADIDAS PER SOCHI-2014

Il gruppo Bosco di Ciliegi, che dalla metà degli anni '90 rappresenta con successo in Russia alcuni noti marchi come MaxMara, Ermenegildo Zegna, Moschino, I Pinco Pallini, si batterà a fondo per diventare fornitore ufficiale del abbigliamento per gli atleti russi che parteciperanno ai Giochi olimpici invernali di Sochi e dovrà sconfiggere la concorrenza della nota catena di negozi sportivi "Sportmaster" e del gruppo Adidas.

"Bosco di Ciliegi" è già stato sponsor ufficiale degli atleti russi alle Olimpiadi nel periodo 2002-2008, ma dopo che alla città russa di Sochi sono stati assegnati i Giochi invernali olimpici del 2014, il comitato olimpico della Russia ha annullato tutti i contratti con gli sponsor.

Secondo Dmitriy Chernyshenko, direttore generale del Comitato olimpico della Russia, il contratto di sponsorizzazione non costerà meno di 100 milioni di dollari, peraltro gli sponsor tecnici (prodotti e servizi) dovranno portare il 40% circa di tutti i soldi necessari. Il vincitore del concorso sarà annunciato durante il mese. Oltre all'abbigliamento per gli atleti, ai Giochi di Sochi servirà anche l'abbigliamento per i 30 mila addetti ufficiali e i 25 mila volontari che presteranno servizio ai Giochi. L'abbigliamento completo per gli atleti potrebbe costare circa 700 dollari, per gli altri - la metà.

Alcuni specialisti ritengono che "Bosco di Ciliegi" potrebbe non ottenere il contratto per Sochi-2014, ma è evidente che il gruppo cercherà con tutte le forze di conservare la sponsorizzazione - e mantenere alto il livello delle vendite dei negozi BoscoSport, che negli ultimi anni sono andati a gonfie vele grazie alla presentazione di capi e indumenti stile olimpionico.

AL CENTRO DI MOSCA CHIUDONO LE BOUTIQUE STELLA MCCARTNEY E ALEXANDER MCQUEEN

L'"Arts Group", uno dei maggiori operatori del settore abbigliamento del mercato russo, ha deciso di chiudere le boutique monomarca Stella McCartney e Alexander McQueen al centro di Mosca. Attualmente nei negozi si sta svolgendo la svendita dell'ultima collezione, e Arts Group non prevede di fare altri acquisti.

Stella McCartney e Alexander McQueen sono stati aperti a Mosca a metà del 2007. Secondo gli esperti, il fatturato di questi negozi di abbigliamento di lusso deve essere non inferiore a 10 mila dollari per 1 mq di superficie.

Nel contempo è possibile che "Arts Group" si privi anche del suo principale brand nel segmento dei mass-market: il gruppo gestisce "Mango Russia", ma nella sede ufficiale di Mango si conta di sviluppare il marchio in Russia con le proprie forze. Anche in precedenza sulla stampa si parlava del fatto che Mango prevede di raddoppiare il numero dei negozi russi entro il 2010, nonché di realizzare nella Federazione Russa il progetto di negozi di accessori con il marchio "Mango Touch".

Oltre alle suddette marche, il portafoglio di "Arts Group" include alcuni brand di abbigliamento quotidiano non costoso come Promod, Jennyfer, Orsay, Okaidi, + IT, Castro e la boutique di Mosca Larvin.

MISS SELFRIDGE: ORA È LA VOLTA DELLA RUSSIA

All'inizio del 2009 si è svolto in Russia il lancio del brand britannico "Miss Selfridge", che combina con successo nelle proprie collezioni lo stile vintage con tendenze ultramoderne. I primi due negozi del marchio sono stati aperti a San Pietroburgo (centro commerciale "Mega Parnas" su Prospekt Engelsa) e a Nizhny Novgorod (centro commerciale "Fantastica" in via Rodinova 187/B). A detta del direttore delle creazioni "Miss Selfridge", Yasmin Yusuf, l'apertura dei primi negozi in Russia è un evento significativo per il gruppo.

Attualmente la geografia del brand conta oltre 200 negozi in Gran Bretagna, Europa e Asia. "Miss Selfridge" appartiene alla "Arcadia Group", unitamente ai marchi TOPSHOP e TOPMAN.

Il principio base dell'attività del marchio è "Solo Moda". Nei suoi negozi puoi ammirare i capi fondamentali: persino le magliette più semplici sono decorate con merletti e ruche. Particolare attenzione viene riservata agli elementi ornamentali dell'abbigliamento - polsini, fiocchi, tessuti e varietà di stampe, dettagli a vintage.

NUOVI BRAND

ITALIANI NELLA BOUTIQUE "FASHION DELICATESSES"

La nota boutique di moda sanpietroburghese "Fashion Delicatesses" allarga il suo assortimento cercando di richiamare l'attenzione dei buyer su nuovi marchi italiani.

Tra questi "Bilancioni", azienda che custodisce ormai da mezzo secolo le sue tradizioni facendo del suo meglio per assecondare le richieste più esigenti dei dandy. Ora anche la "Fashion Delicatesses" presenterà una nuova linea da donna del marchio "Bilancioni" che si ispira a forme semplici ed eleganti dei capi dai tessuti sensuali come il cachemire.

La boutique ha, infatti, arricchito notevolmente la gamma dei suoi prodotti offrendo al pubblico ed ai responsabili degli acquisti splendidi capi di maglieria e di cachemire dei marchi "Daniele Calcaterra" e "Malo", nonché la collezione estiva del designer Luisa Beccarla (vestiti slanciati da donna e camicette vaporose con fini ornamenti floreali).

Per la prima volta la boutique di San Pietroburgo presenta anche costumi da bagno e vestiti da spiaggia "Fisico": bikini e costumi per le "serate alla piscina" chiusi ma dalla vita e schiena nude, abitini con cinghie dalle fibbie grosse e pesanti sui fianchi, il tutto cucito di tessuti di microfibra, sete e raso tempestati di cristalli Swarovsky.

Indirizzo della boutique: ul. Marata 47, San Pietroburgo.

INAUGURATA A MOSCA UNA NUOVA BOUTIQUE MANOUKIAN

Nella zona nord di Mosca, nella galleria di prêt-à-porter del nuovo centro commerciale "Metropolis", tra i più grandi d'Europa, è stata inaugurata una boutique MANOUKIAN.

Il negozio espone impermeabili ed abiti a quadretti bianconeri, camicette bianche di tutte le fogge, completi eleganti, abbigliamento «casual» dai colori luminosi e vividi e, naturalmente, capi di maglieria ed i popolari abiti da donna MANOUKIAN per ogni occasione. L'arredamento interno del negozio è ispirato a tonalità avvolgenti, calde e dorate.

Attualmente con il marchio Alain Manoukian vengono proposte collezioni femminili di prêt-à-porter, capi di maglieria e accessori venduti con successo in tutto il mondo. Ad oggi la catena di negozi griffati Alain Manoukian conta 1 260 punti vendita in tutti i continenti. In Russia il marchio è arrivato nel 1998.

Indirizzo: Leningradskoe Shosse, d.16, Centro commerciale "Metropolis", 1° piano.

SAFILO APRE UNA FILIALE A MOSCA

Safilo rafforza la propria presenza in Russia. La nuova filiale Safilo CIS, con sede a Mosca e controllata al 100% dal Gruppo Safilo, è operativa dal 1° gennaio 2009. La neonata filiale porta in Russia tutto il portafoglio dei marchi Safilo, con particolare attenzione al mercato del lusso, ed opererà tramite quattro regional office a San Pietroburgo, Ekaterimburgo, Rostov e Novosibirsk. L'obiettivo è quello di arrivare a servire nel medio termine circa 400 selezionati punti vendita tra negozi di ottica e department store. "Anche in una congiuntura difficile come quella che l'economia mondiale sta attraversando, Safilo continua ad investire per crescere in quei paesi che presentano importanti opportunità di sviluppo," ha dichiarato Massimiliano Tabacchi, VP Esecutivo del Gruppo Safilo. "La Russia è uno dei mercati dalle maggiori potenzialità, in cui i consumatori dimostrano un'attenzione particolare verso i prodotti di alta gamma e dal design Made in Italy. Il nostro presidio commerciale attraverso questa nuova filiale diretta potrà garantirci di cogliere appieno le importanti opportunità aperte in questo mercato ai nostri prestigiosi marchi". Safilo CIS, insieme alle tre recenti branche in Repubblica Ceca, Slovacchia e Ungheria, rafforza ulteriormente la presenza del Gruppo nei Paesi dell'Est, e fa salire a tredici il numero di filiali Safilo presenti nel continente europeo.

A SAN PIETROBURGO

SI SVUOTA LA PROSPETTIVA NEVSKY

Diversi locali sulla Prospettiva Nevsky di San Pietroburgo si svuotano: molti negozi infatti si trasferiscono altrove. Oggi sulla via principale di Pietroburgo possiamo contare già una ventina di locali, per i quali i proprietari cercano nuovi contratti. Sarebbe facile spiegare questo fenomeno con la crisi, ma per quanto possa sembrare strano la situazione economica svolge un ruolo secondario. Secondo gli esperti, gli affittuari lasciano la via centrale della città a causa dei problemi di traffico. Non a caso la maggior parte dei locali sfitti si trovano sulla vecchia prospettiva, la Staro-Nevsky, che da un anno e mezzo è diventato un grosso ingorgo a senso unico.

A detta di Alina Karpichenko, responsabile dell'area marketing e pubblicità della società di consulenza "Colliers International", oggi il costo medio dell'affitto sul Nevsky si aggira su 350 euro a metro quadro, anche se la differenza dei prezzi può essere molto ampia. Ad esempio, l'ex locale che ospitava «Spring Field» e «Woman Secret» (Nevsky, d. 73-75) viene affittato a 580 euro al mese al mq, mentre sono pronti ad affittare il locale dell'ex tavola calda "Garcon" (Nevsky Prospekt, d. 95) a 140 euro al mq e, secondo i proprietari della società "Senator", si tratterebbe di un prezzo abbastanza alto. Peraltro, come rilevano gli specialisti, nell'ultimo trimestre gli affitti dei locali sulla Prospettiva Nevsky sono sensibilmente diminuiti.

Secondo Roman Evstratov, vicedirettore dell'area immobili commerciali della "Collier International" di San Pietroburgo, nel terzo trimestre del 2008 l'affitto ha toccato quota 6500 euro l'anno al mq. Oggi locali analoghi vengono offerti a 4200-4800 euro. Tuttavia la riduzione dei prezzi avviene non tanto a causa dei problemi economici, quanto in forza della logica naturale di sviluppo del mercato – l'affitto attuale supera di molto le cifre che gli affittuari sono pronti a pagare per l'immagine della "boutique sul Nevsky". Tra l'altro il livello dell'affitto dipende dal carattere del locale e dalle possibilità del suo proprietario di attendere il "cliente giusto".

Gli analisti ritengono che, malgrado tutti i problemi, il Nevsky non si svuoterà mai. "La Prospettiva Nevsky come principale arteria commerciale della città è già abbastanza collaudata. Non ci sono di fatto "affittuari casuali" e la maggioranza dei locali adatti al commercio sono occupati da operatori professionali del mercato, dalle "ammiraglie" delle catene commerciali che hanno programmi di sviluppo a lungo termine", – sottolinea Roman Evstratov.

"Chi sarà maggiormente colpita è la prospettiva Staro-Nevsky", – afferma Natalya Chereyskaya, direttore marketing di "Becar Realty Group SPb". "Da quando un grosso tratto della Staro-Nevsky prospettiva è diventato a senso unico, la strada si è trasformata in un ingorgo quasi ininterrotto ed andarci è semplicemente impossibile". In particolare per gli acquirenti del segmento medio medio/alto, cioè proprio quelli verso i quali sono prevalentemente orientati i negozi situati sul Nevsky e per i quali la possibilità di parcheggiare e l'accessibilità dei mezzi di trasporto sono sempre stati forse gli unici criteri per la scelta del negozio.

A detta di Natalya Chereyskaya, sulla prospettiva Staro-Nevsky resteranno quegli esercizi commerciali che interessano le persone che escono dalla stazione ferroviaria (che si trova nelle dirette vicinanze), dai bar e dai negozietti che puntano ai turisti o a chi ama passeggiare a piedi. È quasi impossibile l'esistenza di grossi punti vendita o di ristoranti griffati in una area non accessibile al traffico privato. E fino all'autunno 2010, quando dovrebbe concludersi il restauro delle rive del canale Obvodny, questa situazione purtroppo non si risolverà.

RISULTATI DEL 2008:

IMMOBILI COMMERCIALI DI SAN PIETROBURGO

La "London Consulting Management Company" ha presentato una rassegna analitica del mercato degli immobili commerciali di San Pietroburgo nel 2008.

"All'inizio del 2008 San Pietroburgo era tra le prime città russe per l'offerta di spazi commerciali, disponendo di oltre 600 metri quadrati per 1 000 abitanti, il che superava non solo tutte le grandi metropoli della Russia, Mosca compresa, ma anche il grosso delle capitali dell'Europa dell'Est", - comunica il resoconto della compagnia.

Stando alla LCMC, verso la fine del 2008 il volume delle superficie commerciali degli empori sanpietroburghesi era pari a 3 186 mila mq. Tuttavia, dei 33 centri commerciali che dovevano essere inaugurati ne sono stati costruiti ed aperti solo 19. A San Pietroburgo l'anno scorso hanno tagliato il nastro i seguenti empori e grandi magazzini: "Atlantic City" (75 000 mq); "Felicità" (46 000 mq); "Severnij Mall" (34 000 mq); "Atmosfera" (30 200 mq).

2-6	Kazan', Centro esposizioni "Fiera di Kazan'"	Settimana primaverile della moda e dello stile	Tessuti, maglieria, abbigliamento, pelletteria, pellicceria, calzatura, cappelli, accessori, prodotti e attrezzatura per l'industria tessile e leggera	http://www.expotextil.ru/
4-7	Sochi, Centro espositivo "Jemchujina"	"Bambini - la nostra gioia"	Prodotti per bambini	http://www.soud.ru
4-9	Mosca, WC	Filo-Meraviglia	Fili, tessuti, filatura ed accessori	http://www.mirexpo.ru/exhibitions/nit.shtml
10-13	Mosca, "Expocentro a Krasnaya Presnya"	14-mo Salone Internazionale di Ottica "MSOO-2009-primavera"	Ottica	http://www.msou-expo.ru
10-12	Mosca, Sala centrale espositiva Manezh	Shoesaccess	Calzatura di Russia, accessori	http://www.shoesaccess.ru
10-13	Mosca, Centro del commercio internazionale	"Il mondo delle nozze-2009"	Industria nuziale	http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/worldweddingdaymo/worldweddingdaymo2009/index.ru.html
11-12	Mosca, Sala centrale espositiva Manezh	Premiere Vision Moscou	Tessuti, accessori	http://www.premierevision.ru/ http://www.ice.gov.it tessili.abbigliamento@ice.it
11-14	Mosca, Complesso Espositivo «Crocus Expo»	Giocattolo-2009	Prodotti per bambini	http://www.toyrussia.ru
12-15	San Pietroburgo, "Complesso da concerto e sport"	Settimana nord-occidentale del tessile e moda "L'industria della moda"	Abbigliamento, tessuti, maglieria, lingerie, pelletteria, pellicceria, calzatura, accessori	http://www.farexpo.ru/moda-vesna/
18-20	Mosca, Sala centrale espositiva Manezh	Shoesaccess	Calzatura di Europa, accessori	http://www.shoesaccess.ru
18-21	Mosca, Complesso Espositivo «Crocus Expo»	Mosshoes	Calzatura, accessori	http://www.mosshoes.ru
20-24	Mosca, "Expocentro a Krasnaya Presnya"	Calzatura. Il mondo di pelletteria - primavera 2009	Calzatura e prodotti di pelle finiti	http://www.obuv-expo.ru/
23-26	Mosca, Sala centrale espositiva Manezh	Regali-2009	Regali, accessori	http://www.gifts-expo.com
21-27	Mosca, Gostiniy dvor	Moscow Fashion Week	Abbigliamento	http://www.fashionweek.ru
23-25	Mosca, "Expocentro a Krasnaya Presnya"	Shoes from Italy	Calzatura	http://www.shoes-italy.com/
27-29	Jaroslavl', Complesso urbano espositivo-culturale "Stary Gorod"	"Fantasia nuziale-2009"	Abiti da sera e da sposa, accessori, abiti da uomo, gioielli, cosmetici	http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/wedding-year/weddingyear2009/index.ru.html
29.03-05.04	Moscow, Centro di congresso "World Trade Center"	Russian Fashion Week	Abbigliamento	http://www.rfw.ru

L'ELENCO DEI 10 TOP-STILISTI RUSSI

Alla vigilia della nuova stagione della moda la rivista russa "Industria Mody" elenca tradizionalmente i 10 migliori stilisti di collezioni per donna della Russia.

Per la stagione primavera-estate 2009 il riconoscimento e' andato ai seguenti stilisti (in ordine alfabetico):

Aliona Akhmadullina
Kirill Gasilin
Yuliya Nikolayeva
Tatiana Parfyonova
Svetlana Teghin
Aleksandr Terekhov
Elena Tzokalenko
Igor Chapurin
Anna Chistova e Maria Endourova
Valentin Yudashkin

Ufficio ICE di Novosibirsk
Krasniy prospekt, 29, ufficio 52-54
Tel +7 3832 220229/ 221272
Fax +7 3832 221305
novosibirsk.novosibirsk@ice.it

Ufficio ICE di San Pietroburgo
Teatralnaya ploshad, 10
Tel +7 812 3123216/ 3123356/ 5718396
Fax +7 812 3148082
pietroburgo.pietroburgo@ice.it

Punto di corrispondenza di Krasnodar
Kotovskogo, 103, uff. 507
Tel +7 861 2102595
Tel/Fax +7 861 2105596
icekrasnodar@mail.ru

Punto di corrispondenza di Ekaterinburg
Kuibysheva, 44, uff. 404
Tel +7 3433 596144
Fax +7 3433 596144
iceural@mail.ur.ru

Questo numero viene redatto in collaborazione con l'agenzia ICON Communications (Mosca)