



Итоги IV Конференции по люксу CCI France Russie

10 октября 2017 года в здании Российской Шахматной Федерации состоялась IV Ежегодная конференция Journée Luxe Франко-российской торгово-промышленной палаты, уже ставшая ключевым мероприятием российской индустрии роскоши. В конференции приняли участие представители ведущих люксовых брендов – Chanel, Prada, Hermes, Cartier, Fendi, La Prairie и пр. Спикерами выступили вице-президент группы LVMH Россия Александр ЧЕТВЕРИКОВ, генеральный директор Longchamp Арина ШАБАНОВА, генеральный директор Fashion Consulting Group Анна ЛЕБСАК-КЛЕЙМАНС, управляющий дивизионом «Решения для состоятельных клиентов» Сбербанка России Денис ВАЛЬВАЧЕВ и другие. «Навигатор ювелирной торговли» как всегда был информационным партнером мероприятия.



Как отметили эксперты **Euromonitor International** и **Fashion Consulting Group**, российский рынок товаров роскоши постепенно восстанавливается после кризиса 2014 года, но его динамика остается сдержанной. Ожидается, что среднегодовой темп роста рынка составит 3–5% в валюте. Драйверами роста становятся эффект отложенного спроса, увеличение внутренних покупок, гармонизация цен и развитие въездного туризма, в частности, за счет притока туристов из стран Азии.

Все выступающие представили свой взгляд на образ российского покупателя и раскрыли практические аспекты работы с ним, исходя из опыта своих компаний. В общем представлении это человек, который хочет больше элитарности, эксклюзивного сервиса и знакомства с новыми люксовыми марками. Он находится под влиянием современных трендов, среди которых – цифровая трансформация общества, ориентация на здоровый образ жизни, спрос на персонализацию и развитие экономики впечатлений. Также в мире развивается новый тренд на рациональность – осознанное потребление

с заботой об экономии средств, времени, усилий, материалов и ресурсов среды. Однако в России эта тенденция пока менее актуальна.

Игроки рынка товаров роскоши возлагают большие надежды на рост онлайн-продаж в сегменте. По словам **генерального директора Longchamp Арины ШАБАНОВОЙ**, в следующем году ее компания планирует открыть для клиентов электронную площадку как дополнительный сервис. Однако сегодня российский потребитель использует интернет лишь как каталог. Он предпочитает продолжать покупать товар в бутиках, где есть качественное обслуживание, создающее добавленную ценность покупки. Как показал опыт **Farfetch** в России, чьи продажи в 2016 году оказались в 12 раз меньше запланированных, электронная торговля в сфере люкс пока не получает широкого распространения. Кроме того, существует немало рисков в интернет-торговле, которые сдерживают ее распространение: безопасность, подлинность товаров и наличие инфраструктуры. Это общемировые риски, и Россия не является исключением.

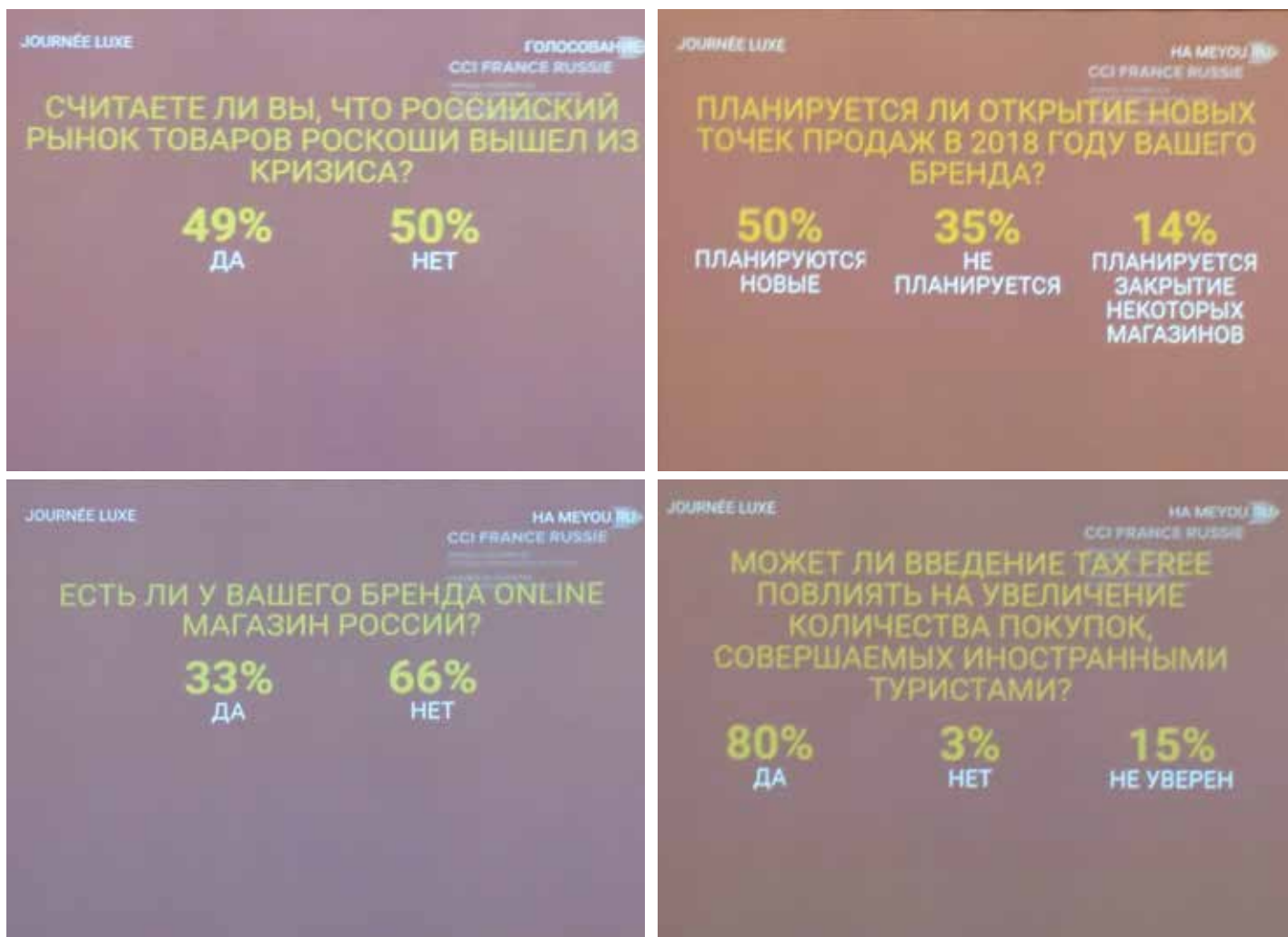


Фото 1–4

По словам **Дарьи ЯДЕРНОЙ** (Y Consulting), современный клиент становится чувствителен к цене и не хочет переплачивать только за то, что он находится и покупает в России. Он всегда может найти товар в интернете и узнать, будет ли его дешевле купить на российском или зарубежном рынке. Это оказывает серьезное давление на люксовых операторов в России, которым впервые за 10 лет пришлось сокращать маржу: до кризиса 65–70% товаров продавалось по полной цене, сейчас – всего 48%, а остальное – на распродажах.

О том, как компании класса люкс могут сократить издержки при полном сохранении качества, рассказала **Сэлия Спанидис ЛАШКАР**, партнер **Oliver Wyman**, компании-консультанта мировых люксовых брендов. В частности, по ее словам, могут быть оптимизированы косвенные издержки, в том числе за счет изменений в маркетинге (до 15% экономии), а также в строительстве и содержании бутиков (до 10%).

Говоря об особенностях российского ретейла, **Александр ЧЕТВЕРИКОВ** (LVMH Россия) отметил, что, в отличие от других стран в России всего несколько настоящих департамент-сторов, нет стрит-ретейла, а возможности дистрибуции сильно ограничены моллами среднего уровня, которые доминируют в стране. Однако, как подчеркнула **Анна ЛЕБСАК-КЛЕЙМАНС** (Fashion Consulting Group), «пока существует социальная стратификация, рынок люкса будет стабильно существовать» в России, а бьюти- и фешн-индустрии будут оставаться наиболее «стрессоустойчивыми» направлениями в кризис.

Конференция прошла при поддержке компаний **FM Logistic**, **Mercaux** и **CSI Group**.

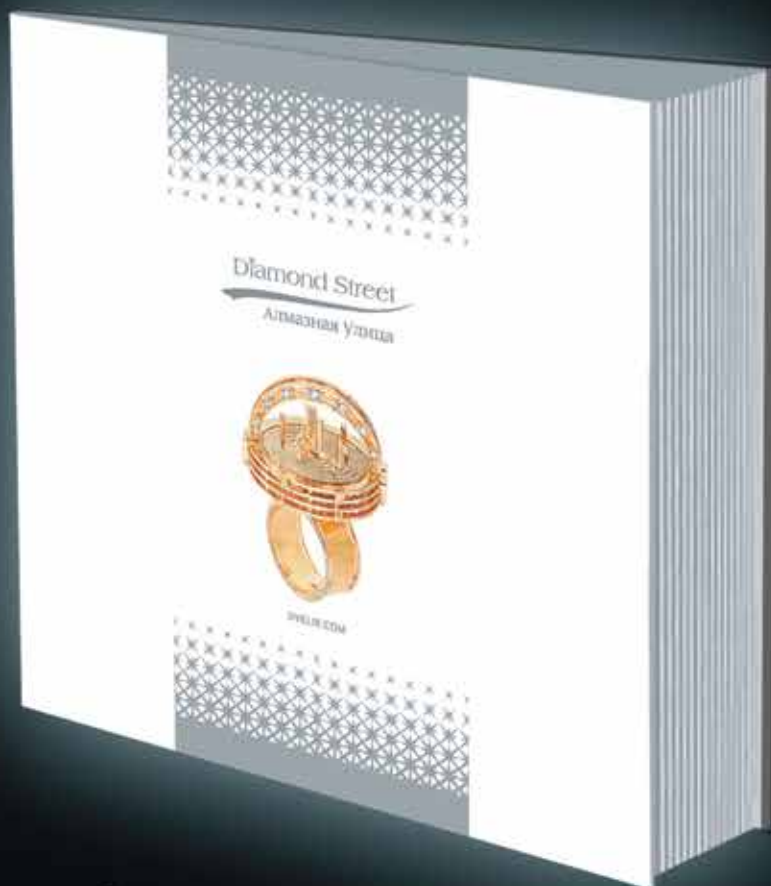
В конце мероприятия организаторы провели интересный онлайн-опрос представителей ведущих люксовых брендов. С результатами этого опроса вы можете ознакомиться на фотографиях (см. фото 1-4). [H](#)

АЛЬМАНАХ

«DIAMOND STREET – АЛМАЗНАЯ УЛИЦА»

книга для чтения о людях и компаниях, составляющих славу и будущее русского ювелирного искусства

ЧЕТВЕРТОЕ ИЗДАНИЕ



В альманахе представлены новые коллекции лучших российских ювелирных компаний.

Альманах позволяет окинуть ретроспективным взглядом мировое ювелирное искусство от древности до наших дней. Вас ждут интересные рассказы о знаменитых ювелирных домах, а также истории уникальных украшений и камней.

Это лучший подарок вашим VIP-клиентам.

Вместе с альманахом «Diamond Street – Алмазная улица» вы можете заказать представленные изделия, выбрать по своему желанию камень для вставки или даже создать новое уникальное украшение.

ООО «Академия ювелирного бизнеса»
г. Москва ПАО ВТБ 24
Р/с 40702810400000056573
К/с 30101810100000000716
БИК 044525716 ИНН 7710974272
КПП 771001001
Тел. 8 (499) 922-11-88

СТОИМОСТЬ 1000 руб. (без НДС)
ДОСТАВКА БЕСПЛАТНАЯ



КОЛЬЦО-ТРАНСФОРМЕР
обручальное+помолвочное



ART·JEWELLER

art-jeweller.ru

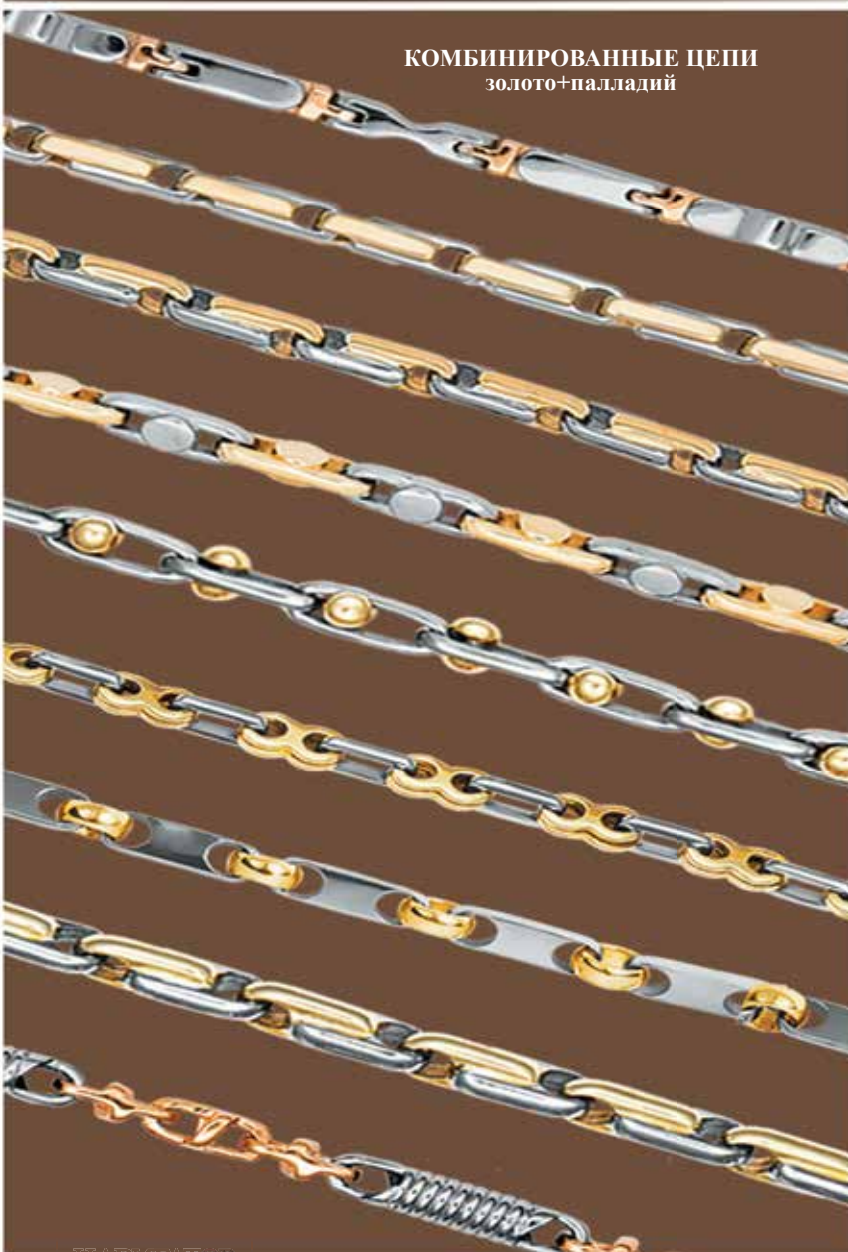


ДУЭТ ДВУХ МЕТАЛЛОВ

ПАЛЛАДИЙ И ЗОЛОТО



КОМБИНИРОВАННЫЕ ЦЕПИ
золото+палладий





ART·JEWELLER

УКРАШЕНИЯ КЛАССА ЛЮКС

ПЛАТИНА



коллекция «ВАРЬЕТЕ»



УКРАШЕНИЯ-ТРАНСФОРМЕРЫ: УНИКАЛЬНОСТЬ И УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ

Серьги сочетают в себе дневной и вечерний вариант – скромная бриллиантовая дорожка и двухсторонняя съемная подвеска. В кольцах использован поворотный механизм, в который инкрустированы разные вставки с обеих сторон.

344023, Ростов-на-Дону, ул. Страны Советов, 19, оф. 300

тел./факс: +7 (863) 300-55-11, +7 (863) 255-22-31, www.art-jeweller.ru, sales_dir@art-jeweller.ru