

Entorno

Rusia: cuánto, quién y cómo se vende en uno de los mercados estratégicos para la moda

Modaes
10 sep 2013 - 04:57

Once veces más. Ese es el crecimiento que ha registrado el mercado ruso de la distribución de moda y accesorios entre 2003 y 2012. El volumen de negocio generado por las empresas de moda en Rusia se situó el año pasado en 33.000 millones de euros. Si las previsiones del European Fashion and Textile Export Council (Eftec) se cumplen, en 2015 se rozarán los 50.000 millones de euros, según un informe presentado la semana pasada con motivo de la feria CPM, organizada por Igedo.

La distribución de moda en Rusia experimentó un boom entre 2003 y 2008, cuando el volumen de negocio pasó de 3.000 millones de euros a 38.200 millones de euros. En estos cinco años, los grandes operadores tomaron posiciones en el país: Mango desembarcó en 2005; Inditex, en 2006 y H&M, en 2007.

Pero ni siquiera una de las cuatro economías que compone el grupo de los países Bric (Brasil, Rusia, India y China) escapó de los efectos de la crisis financiera. En 2009, el mercado de la moda en Rusia experimentó una brusca caída del 28%, hasta 27.400 millones de euros. Desde entonces, el sector ha dejado atrás la aceleración para crecer a un ritmo del 10% anual. Eftec prevé que se alcancen los 35.000 millones de euros en 2013 y los 46.000 millones en 2015.

Italia es el país preferido de Rusia a la hora de buscar marcas de moda. En 2012, Italia vendió ropa y complementos a Rusia por valor de 1.144 millones de euros, por debajo de los 1.312 millones de euros de 2008. Alemania es el segundo proveedor de moda de Rusia, con un total de 659 millones, frente a los 757 millones de cinco años antes.

Modaes

Francia sigue a Italia y Alemania en la lista, si bien países como España y Reino Unido amenazan su posición gracias al gran desarrollo de cadenas como Zara, Mango o Topshop. Si en 2012 Francia vendió moda a Rusia por 210 millones de euros, España lo hizo por valor de 189 millones de euros, con un incremento del 119% respecto a los 83 millones de 2009. En este periodo, Italia ha elevado sus ventas de moda a Rusia un 27%; Alemania, un 23%, y Francia, un 4%.

La moda femenina es el principal segmento en Rusia. En 2012, las prendas para mujer y niña sumaron una cifra de negocio total de 1.522 millones de euros, un volumen copado en un 18,8% por los vestidos. La moda para hombre y niño, en cambio, generó una facturación de 740,1 millones de euros, con los pantalones (excluyendo vaqueros) como prenda estrella, con un 26,5% del total. Moda íntima y lencería, en cambio, generaron una facturación de 418,6 millones de euros en 2012.

La gran distribución copa cada vez más parte del mercado. Actualmente, cadenas como Zara, H&M, Mango o Benetton representan un 24% del mercado total de la moda en Rusia. El siguiente mayor canal son los grandes mercados, con un 20%, mientras los grandes almacenes de descuentos (como Metro, por ejemplo) representa el 19%. Los grandes almacenes suponen el 15% del sector y el canal multimarca independiente, el 12%. La venta por catálogo e Internet suponen sólo el 2%.

Cambios en el consumo

El tópico dice que los consumidores rusos tienen preferencia por artículos de marca, de gama alta y caros. Pero lo cierto es que, según Eftec, los hábitos de consumo en Rusia están cambiando. “Se habla mucho de los buenos consumidores que son los rusos, pero ya no es así: son muy críticos con el precio, incluso los ricos”, señala Reinhard E. Döpfer, presidente de Eftec.

Los consumidores rusos han dejado atrás las compras “emocionales” para dar paso a las “racionales” y la sensibilidad al precio cada vez es mayor. Además, las compras de artículos de lujo comienzan a realizarse fuera de Rusia en busca de mejores precios.

El gasto en prendas de ropa crece a un ritmo cada vez más lento, en contraposición a los accesorios. “Las marcas de ropa no confieren estatus social, por lo que están siendo reemplazadas por bolsos, joyería o artículos de electrónica”, señala el presidente de Eftec.

Estas tendencias se están detectando ya en grandes ciudades como Moscú o San

Modaes

Petersburgo, por lo que Döpfer considera que la oportunidad para las marcas europeas está en ciudades secundarias, donde pocos retailers se han introducido todavía, con excepciones como Mango.

Mayores grupos

Los grupos internacionales de moda no están solos en el mercado. Según datos de Fashion Consulting Group (FCG), a cierre de 2012 la mayor cadena rusa de distribución de moda era Gloria Jeans, con 525 establecimientos en el país. O'Stin, por su parte, suma 494 tiendas, y Tvoe, 479. Destacan también operadores como Oggi, con 388 establecimientos, o Zarina, con 148.

El volumen de las cadenas extranjeras está muy por debajo del de los grupos locales. Benetton, por ejemplo, suma 122 tiendas en el país, y Mango, 114 a cierre de 2012. Zara contabilizaba un total de 58 establecimientos, mientras H&M sólo 37. Gap está presente en Rusia con cinco puntos de venta y Uniqlo, con dos.