

■ Сябры заменили IKEA на российском рынке. Первый магазин с аналогами полубившихся позиций открылся в Москве.

СЕРЬЕЗНЫЙ НАСТРОЙ

Четвертый этаж. Магазин виден сразу. Автоматически ищешь глазами привычное название. Но перед глазами вывеска - Swed House. Вход украшен воздушными шариками. По бокам - большие колонки, из которых доносится легкая музыка. Внутри не протолкнуться! Люди давно ждали открытия магазина.

Для первых посетителей устроили лотерею. Разыгрывали и тех самых легендарных акул. Пушистые рыбины притаились в углу.

- Мам, ну купи! - хватает и прижимает к груди игрушку темноволосый мальчик лет семи. - Ну пожалуйста! Заранее! На мой будущий день рождения.

И это только первая точка, площадью 330 квадратных метров. Ее открыли в торговом центре «Щелковский». Директор белорусской компании «Мердем», собственник сети магазинов Swed House Мурат Шагылыджов рассказал об ассортименте:

- Продаем мягкую, корпусную мебель, кровати, шкафы, комоды, столы, стулья, стеллажи и мебель для гардеробных. Также товары для кухни и ванной, посуду, детские товары, постельное белье, текстиль, декор.

И, что самое главное, это не параллельный импорт товаров от шведского бренда. Сеть наладила сотрудничество с производителями, которые работали с IKEA и другими компаниями, ушедшими с рынка РФ.

- Еще в декабре 2021 года запланировали открытие собственных брендовых магазинов вместе с партнерами в Китае. Когда дошло до разработки стиля и ассортимента, закрылись IKEA и Jysk, мы подумали, что будет здорово создать эту концепцию на месте самим, - говорит Мурат Шагылыджов.

Икеевские товары для российского потребителя производили в Китае, России, Беларуси, Казахстане. Когда шведы ушли, заводам пришлось искать новых заказчиков. В такой ситуации оказался, например, концерн «Беллесбумпром», чьи компании по деревообработке плотно сотрудничали с ними.

- Предприятия сегодня работают. Они болезненно, но перестраивают свою производственную программу и ищут новые рынки сбыта, - поясняет глава концерна Михаил Касько.

Как отмечают эксперты, феномен

И ШКАФ ПОДВИНУЛИ!



Посетители спешат приобрести товары, по которым уже успели соскучиться.

IKEA - вовсе не в уникальных товарах. Популярность и кассу компании сделали сбалансированный ассортимент, грамотная экспозиция и хороший мерчендайзинг.

Сможет ли Swed House повторить успех? Покажет время. Но белорусский бренд настроен серьезно. Планирует открыть в Москве в 2023 году около десятка магазинов площадью до тысячи квадратных метров.

ПОЛКИ ИЗ БОБРУЙСКА

Поразительно, но факт: IKEA на белорусский рынок в свое время так и не смогла зайти. Зато компания умудрилась производить в Синеокой львиную долю своего ассортимента. Причем не только для российских магазинов, но и европейских.

Полюбившийся многим икеевский домашний текстиль - дело рук сотрудников могилевского «Моготекса». Гардины, скатерти, салфетки - от сябров!

Мебель делали «Ивацевичдрев». В последнее время предприятие активно развивает две собственные торговые марки - MySTAR (модульная мебель) и BYSPAN (мебельные плиты). И, судя по приятным ценам и огромному ассортименту, белорусы вполне смогут заместить шведов. Например, комплект мебели для гостиной из шести элементов будет стоить чуть больше тридцати тысяч российских рублей.

Стулья и комоды были из Молодечно, полки - из Бобруйска, раскладушка, стол и скатерти - из Могилева.

Около трех лет назад на Минском часовом заводе запустили производство будильников для IKEA (с локализацией на восемьдесят процентов). Удивлены?

ИСКЛЮЧИЛИ ЛИШНЕЕ ЗВЕНО

Теперь белорусские товары будут выходить на рынок без наценки за счет исключения дополнительного звена из цепочки продаж.

- Качество - то же самое, а стоимость некоторых товаров станет ниже, поскольку они будут поступать на торговые площадки практически непосредственно от производителя, - пояснил Президент Союза торговых центров Булат Шакиров.

Союз обсуждает возможность открытия магазина Swed House в торговом центре «Мега» - там, где раньше находилась IKEA.

- Уже подписан договор об открытии магазина в одном из торговых центров Санкт-Петербурга. О деталях рассказывать не буду, пусть локация останется интригой.

Открытие московских филиалов - это первый этап внедрения бренда.

Второй - запуск продаж в регионах. Переговоры

КАДРЫ РЕШАЮТ ВСЁ

■ На чем «выиграл» Swed House?

После ухода шведов продажи мебели в России упали на сорок процентов. Никто из работающих на рынке производителей не решался занять освободившуюся нишу. Гигант оставил без работы пятнадцать тысяч человек. Теперь большинство из них планирует вернуться на свои места, но уже с новым, белорусским руководителем.

- Пригласив уволенных сотрудников, удалось сэкономить на обучении. Многие из принятых на работу имеют солидный опыт, - поясняет Шакиров.

Сэкономили также на рекламе и маркетинге. Люди очень соскучились по ассортименту, который им предлагал зарубежный ритейлер. Титанические усилия по раскрутке сети уже не понадобятся.

- Как только в СМИ появилась первая новость о соглашении с компанией Swed House, не успевали отвечать на вопросы журналистов. Начали появляться всевозможные рейтинги «любимых товаров из IKEA», аналитические данные интересов потребителей.

с потенциальными арендодателями идут, обсуждаются условия сделок.

- Белорусский бренд производит товары, которые очень схожи по качеству, дизайну и цене с аналогами шведского магазина. Все товары уже в наличии. Продукции много, уже сегодня этим количеством можно заполнить сразу десять магазинов в Москве.

Подготовили Софья АРСЕНЬЕВА,
Руфина ЖАЛЯЕВА,
Евгения ЗАБОЛОТСКИХ.



В первом магазине мебели не очень много, но скоро ассортимент расширится.

ПОДБЕРУТ ТОВАРЫ MADE IN BELARUS

«ДА ДОМУ»*

■ Застолбить место ретировавшихся шведов пытается и концерн «Беллепром».

Производственный гигант в начале марта открыл в Минске первый концепт-стор с товарами для дома. Никаких подражаний скандинавскому уюту - решили обыграть свое. Экологичный лен, керамика ручной работы, дерево.

- В ассортименте около девяноста процентов уникальных вещей, - рассказывает глава концерна Татьяна Луги-

на. - Концепт-стор может конкурировать с аналогичными международными компаниями и брендами.

На площади больше трехсот квадратных метров представили продукцию отечественных производителей: постельное и столовое белье, одежду, посуду, товары для интерьера - больше десяти тысяч наименований.

В планах развить сеть подобных магазинов в Беларуси и выйти на союзный рынок. Уже есть предложение открыть точку в крупном торговом центре в России.

* Да дому (бел.) - к дому.

Леонид БРИЧ, заместитель председателя Комиссии ПС по экономической политике, промышленности и торговле:

- Европейские бренды раскрутили себя. Но технологически и практически аналогичные белорусские или российские товары сегодня не уступают им по качеству. Когда западные компании ушли с рынка, перед нами встали естественные задачи: заполнить пустующие площади, удовлетворить потребительский спрос и не оставить людей без работы. Деревообрабатывающие предприятия, мебельные фабрики, легкая промышленность могут только выиграть в сложившихся обстоятельствах. Главное - направить их работу в нужное русло, организовать



процесс так, чтобы занять пустующие ниши на рынке. Это зависит и от грамотного ценообразования, и качественного мерчендайзинга, и хорошей рекламы.

В рамках импортозамещающих программ мы можем начать выпускать недостающие на рынке товары, расширять и модернизировать производства, налаживать новые логистические цепочки. Мы

оказались в уникальной ситуации, когда отечественные производители и торговые компании могут проявить себя, не боясь конкурентов с мировым именем. Нужно брать инициативу в свои руки и не бояться занять освободившиеся места.

МНЕНИЕ