

“ Мировые хотспоты в постановке ритейла (1) ”



«Forum Shops at Caesars» - пионеры в области комплексного шоппинга.

Когда туман коронавируса наконец рассеется, в ритейле появится потребность в поиске новых концепций и идей. Во время пандемии инновации были сосредоточены или находятся в основном в технологической сфере, например, на дальнейшем развитии (безналичных) платежных систем или даже магазинов без персонала. Российские ритейлеры здесь однозначно первопроходцы. Однако сейчас снова нужны импульсы для стационарных магазинов, потерявших позиции во время пандемии.

Как консультантов и проектировщиков магазинов, нас, *retail branding*, часто спрашивают где можно наблюдать наиболее интересные примеры и тенденции в архитектуре розничной торговли, дизайне магазинов и целостной организации ритейла. Наш ответ: есть много вариантов, но трип по международным местам славы в ритейле по-прежнему особенно полезен для архитекторов, проектировщиков, дизайнеров магазинов, специалистов по маркетингу и владельцев, чтобы вдохновиться концепциями, ориентированными на будущее. В 80-х и 90-х годах торговый центр West Edmonton Mall в Канаде и Mall of America в Миннеаполисе были популярными направлениями для скаутов из Европы. Эти торговые центры явно демонстрируют свой возраст, но, благодаря постоянным инновациям, их все же стоит посетить. Они считаются прототипами так называемых городских (урбанных) развлекательных центров. Они сочетают в себе потенциал успеха различных предложений досуга, развлечений, культуры, спорта и гастрономии с ориентированной на приключения розничной

торговлей в одном месте. Термин «городской» необязательно означает расположение в центре города, это отсылка к городской атмосфере в дизайне таких проектов. В конце концов, основная идея в будущем может стать источником вдохновения для возрождения многих городских центров. Девиз: Из торгового города в город приключений.

Лас-Вегас: Торговый центр в своем превосходстве

Это звучит немного безумно, но для нас Лас-Вегас в пустыне Невада - самое интересное место в мире для людей, интересующихся тенденциями в розничной торговле. Это по преимуществу городской развлекательный центр, нигде в одном месте невозможно увидеть столько аспектов ритейла. Игровой город, которым до сих пор является Лас-Вегас, стал раем для шоппинга, огромным семейным парком развлечений, культурным, художественным и спортивным мегаполисом, а также ведущим городом международных выставок и конгрессов. Здесь проходят передовые мировые выставки-ярмарки и проводятся битвы за первенство мира по боксу. Что касается популярных



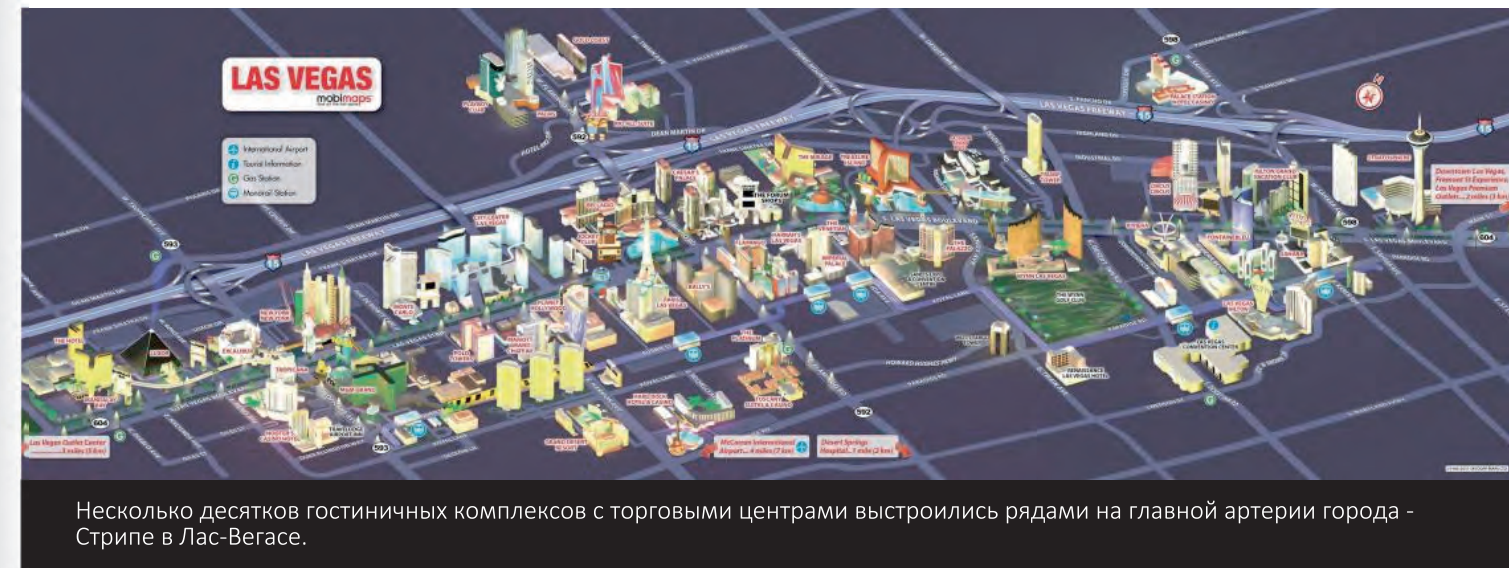
Прогулки на гондоле по Гранд-каналу являются главной достопримечательностью "Grand Canal Shoppes" в Вегасе.

музыкальных постановок, Лас-Вегас уже обогнал Бродвей.

Китч 60-х и 70-х уступил место последовательной тематике. В первую очередь это связано с огромными гостиничными комплексами. Американцам больше не нужно путешествовать по миру, чтобы познакомиться с иностранными культурами. На территории отеля вы найдете практически все и с приятным кондиционированием: Египет, Рим, Нью-Йорк, Монте-Карло, озеро Комо, Венеция, Париж ... В каждом из этих впечатляющих тематических отелей проводится грандиозное шоу (даже несколько цирков Cirque de Soleil постоянно гостят в Лас-Вегасе) и,

прежде всего, огромное казино с тысячами игровых столов и десятками тысяч одноруких бандитов. Умеренные цены на номера и рестораны – влияют как наркотик. Те, кому нравится вид сверху, будут поражены вертолетной экскурсией по близлежащему Гранд-Каньону или плотине Гувера. Даунтаун Лас-Вегаса с его знаменитыми свадебными часовнями и огромным светодиодным световым шоу на Фремонт-стрит также стоит посетить.

Первый адрес для скаутов розничной торговли - 7-километровая улица Лас-Вегас-Стрип. Здесь выстроено около трех десятков тематических отелей, в каждом из которых есть впечатляющие торговые центры или торговые ряды.



Несколько десятков гостиничных комплексов с торговыми центрами выстроились рядами на главной артерии города - Стрипе в Лас-Вегасе.

«Forum Shops at Caesars» с их драматической дневной и ночной постановкой

считаются пионерами в области приключенческого шоппинга. Не менее

впечатляющими являются «The Grand Canal Shoppes» отелей-казино «Venetian» и «Palazzo». Как и в оригинале, здесь можно проехать на гондоле через Гранд-канал.



«The Shops at Crystals», спроектированный Даниэлем Либескиндом, представляет собой чистую роскошь.

Друзья традиционных торговых центров скупаются в торговом центре Fashion Show Mall площадью 175 000 м². Здесь есть магазины почти всех мировых брендов, которыми можно восхищаться - в основном, в нынешнем концептуальном поколении. Настоящая роскошь предлагается в торговом центре The Shops at Crystals площадью 46 000 м², спроектированном звездным архитектором Даниэлем Либескиндом. С другой стороны, для охотников за скидками есть несколько интересных аутлетов.

Нью-Йорк и «американская мечта»

Географически и по содержанию розничная торговля в Нью-Йорке ближе к европейцам. Говорят, что концепции, пользующиеся успехом в Большом Яблоке, могут существовать в любой точке мира. Хорошей отправной точкой для популярных туров по Нью-Йорку является отель в Мидтаун к югу от Центрального парка. Удобная обувь и метро - являются хорошими предпосылками. Такси необходимо только для «дополнительных туров». Прогулку имеет смысл разделить на направления северное и южное. Северный тур охватывает Мидтаун в районе всемирно известной 5-й авеню от 59-й (прямо на Центральном парке) до 34-й улицы (Macy's). Многие крупные игроки в сфере фэшн, каждый из которых имеет торговые площади в несколько тысяч квадратных метров, расположены на 5-й авеню: Armani, Abercrombie & Fitch, Dolce & Gabbana, Tommy Hilfiger, Uniqlo, Hollister, Zara, H&M и т. д. Обязательно стоит сделать объезд в Apple Store, Nike Town и магазин Anthropology в Рокфеллер-парке. Небольшая «экскурсия» на Аппер-Мэдисон-авеню открывает захватывающий мир роскоши магазинов Polo Ralph Lauren и дает нам возможность заглянуть в универмаг Bloomingdale.



На 5-й авеню в Манхэттене поселились ведущие игроки мировой моды.

Вернувшись на 42-ю, поклонники железной дороги и Apple будут несомненно восхищены на Grand Central Station. Обязательно посетите огромный универмаг Macy's. Совершенно другой, маленький мир представлен нам на Dover Street Market с очень аутентичной атмосферой. Вечером мы окунемся в сияние и огни Таймс-сквер и побалуем себя бродвейским шоу с билетом в последнюю минуту. Наш южный тур приведет нас в Сохо, к югу от Хьюстон-стрит, в Нолита и район Митпэкинг. Нас интересующие объекты давно обосновались и в этих районах, источая свое собственное очарование из-за менее мощных зданий и близости к Маленькой Италии и Китайгороду. «Торговый караван» давно пересек Ист-Ривер и приземлился в Бруклине. В районе нового World Trade Center на Манхэттене в 2016 году был построен крупнейший торговый центр Нью-Йорка (34 000 м², 100 магазинов) вместе с Westfield Mall.

Торговый центр American Dream Mall в Нью-Джерси в районе Нью-Йорка должен был стать эффектным торговым центром нового формата. Сочетание 45% ритейла и 55% развлечений (включая каток, лыжный холл, аквапарк и т. д.) обещает новую модель будущего торговых и городских развлекательных центров. К сожалению, открытие пришлось на середину пандемии. Таким образом, центр еще не заработал, и его дальнейшее развитие еще предстоит увидеть. Аутлет-центр Woodbury Common Factory по-прежнему находится в рабочем состоянии и имеет образцовый дизайн. Этот FOC (Factory Outlet Center) в кантри стиле с более чем 220 магазинами находится примерно в часе езды от Нью-Йорка, до него также легко добраться на автобусе.

Искусство постановки

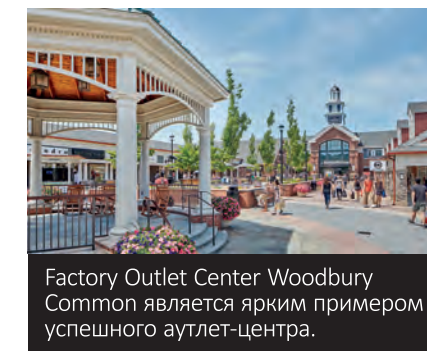
Не все концепции из Америки можно перенести 1: 1 в Европу. Некоторые кажутся преувеличенными, китчевыми и искусственными. Но всегда



Whole Food Market на Columbus Circle, рядом с Центральным Парком в Нью-Йорке, представляет собой демонстрационный проект с точки зрения презентации продуктов питания.

есть на что посмотреть и чему поучиться. Прежде всего, американцы являются «чемпионами мира» в искусстве целостной постановки и ее последовательной реализации. Некоторые секреты успеха сцены и кино умело переданы в оформлении магазинов. Голливуд приветствует! Здесь работают профессионалы разных специальностей: известные архитекторы, трендовые дизайнеры, режиссеры, художники, сценографы, специалисты по нейромаркетингу. Особой популярностью пользуется высшая школа выкладки и презентации товаров с точки зрения визуального мерчендайзинга. Каждый уважающий себя бренд разработал сценарий, в котором тщательно прописаны правила игры по презентации товаров. Эти инструкции являются обязательной основой для сотрудников магазина при ежедневной подготовке «внешнего вида». Во время экскурсии по американскому

торговому центру до его открытия вы заметите бесчисленное количество «старательных рук» за стеклянными фасадами магазинов, которые ежедневно заняты новыми постановками. Идеальный мерчендайзинг умело сочетается с повествованием и поддержанием фирменного стиля, а так же хорошо развитой связью с цифровыми инструментами. Все это хорошо известно в Европе, но зачастую отсутствует дисциплина и последовательность в реализации.



Factory Outlet Center Woodbury Common является ярким примером успешного аутлет-центра.

Удивительно, что требования к качеству торгового оборудования, за исключением флагманских магазинов, довольно низкие. Реализацию магазина с системным оборудованием практически невозможно увидеть. Требуются индивидуальные решения, а импровизация часто проводится на высоком уровне. В тренде винтажный образ, использование декораций и необычных материалов в сочетании с постоянно изменяемыми декорациями. Как компания, активно работающая в розничной торговле, мы, *retail branding*, внимательно следим за этими развитиями, чтобы включить их в нашу работу с клиентами. В будущем темы постановок и городских развлечений в Европе должны быть в центре внимания не только розничных торговцев, но и местных властей, чтобы превратить торговые города в пульсирующие города приключений.

10 факторов успеха разработки дизайна магазина

- 1) Профессиональный брендинг как основа успешной разработки дизайна магазина
- 2) Дизайн магазина и его генетический код
- 3) Правила игры в разработке макета магазина, ориентированного на покупателя
- 4) Как звонят кассовые аппараты при отличной навигации в магазине
- 5) Как рассказать своим клиентам лучшие истории
- 5a) Тренды и факты из EuroShop 2020
- 5b) Мировые хотспоты в постановке ритейла**
- 6) Правила игры успешной выкладки товара
- 7) Обольщение покупателя в королевстве чувств
- 7a) Сила цвета в ритейле
- 8) Как избежать стресса на POS
- 9) Как найти идеальных партнеров для реализации проекта
- 10) Концепции многоканальности и цифровая трансформация

Авторы: Маг. Арндт Трайндл (Генеральный директор и владелец *retail branding GmbH*) и Райнхард Пенедер (PR *retail branding GmbH*). Больше информации на www.retailbranding.at.