

Зато четвертую торговую сеть «Дефиле», которая специализируется на продажах недорого белья собственного производства, компания намерена развивать более активно. Это связано с тем, что продавая собственное белье, компания экономит на таможенных пошлинах за ввоз импортного, и транспортных услугах. Уже сегодня сеть увеличилась с 32 магазинов до 50, сообщает Retailer.



Дикая орхидея

Закрываемая сеть [«Бельевой базар»](#) просуществовала около восьми лет. Она была создана с целью распродаж остатков коллекций белья класса «люкс». В настоящее время осталось всего два магазина сети, которые находятся в Москве и Санкт-Петербурге. Они продолжают работу до конца 2010 года.

Эксперты обращают внимание на то, что сегодня на столичном рынке ритейла наблюдается дефицит дисконтных магазинов дорогого белья. В качестве примеров Алёна Пискунова, ведущий аналитик компании Paul's Yard, отметила дисконты ЦУМа с бельевыми секциями внутри. Как добавила эксперт, [«Бельевой базар»](#) занимал помещение формата street-retail на Ленинградском проспекте. «Тогда как «Дефиле» основной упор делает на открытие магазинов на первых этажах торговых центров, что несомненно увеличивает затраты на аренду, но при этом обеспечивает постоянный и интенсивный поток посетителей», - заключила ведущий аналитик компании Paul's Yard.

Ритейлер [«Дикая орхидея»](#) управляет в общей сложности 300 торговыми объектами, расположенными на территории России и Украины, и объединенными в пять торговых сетей. Кроме уже названных сетей также работает сеть «VI легион», специализирующаяся на продажах мужского белья.

Источник: <http://ru.fashionmag.com>