

# **ОБЗОР ТРАДИЦИОННОГО РИТЕЙЛА И РАСТУЩЕГО SPECIALITY РИТЕЙЛА.**

## **Подготовлено**

для «Неделя ритейла 2021»

Экспертная сессия

«Осознанное питание – новый  
маржинальный вектор развития  
экономики»

**04 июня 2021**



# СОДЕРЖАНИЕ

1. **Мировой рынок осознанного образа жизни**
2. **Как осознанность влияет на развитие розничных форматов?**
3. **Кейсы ритейлеров**
4. **Основные выводы**



WELLNESS

# СТОИМОСТЬ ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА WELLNESS СОСТАВЛЯЕТ 4,5 ТРИЛЛИОНА \$USA

## Топ-3 wellness-индустрий (в миллиардах \$)\*:

1. Красота и уход, антиэйдж – **1 083 (24%)**
2. Fitness и mind-body – **828 (18%)**
3. Здоровое питание и  
снижение веса – **702 (15,5%)**

**РЫНОК ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ И  
СНИЖЕНИЯ ВЕСА В МИРЕ СОСТАВЛЯЕТ**

**702 МЛРД. \$ USD**

**ЭТО 15.5%**

**ОТ ВСЕГО РЫНКА WELNESS**



# 91%

считают важным вести  
здоровый образ жизни



Физическая  
активность



Потребление  
чистой воды



Отказ от вредных  
привычек



Правильное  
питание

# БИЗНЕС-МОДЕЛЬ РОЗНИЧНОГО ФОРМАТА



Дизайн, архитектура, торговое оборудование, материал, визуальный мерчандайзинг, микромерчандайзинг и пр.

**КАК ОСОЗНАННОСТЬ  
ВЛИЯЕТ НА  
РАЗВИТИЕ  
РАЗНООБРАЗНЫХ  
ФОРМАТОВ?**

# КАК МОЖЕТ МЕНЯТЬСЯ РОЗНИЧНЫЙ ФОРМАТ?

для вас мы сделали обзор новейших горячих трендов 2021

**Фокус на  
новые  
сегменты  
потребителей и  
специализация**

**Смена  
рецептуры,  
состава  
продуктов,  
ассортимента**

**Re-sale, re-use,  
trade-in модели**

**Упаковка**

**Новые каналы  
продаж**

**Ценовая  
осознанность**

**Новые бизнес-  
модели**

**Дополнительные  
услуги и  
товары в  
традиционных  
сегментах**

**Смена  
товарной  
стратегии**

**Дизайн  
розничных  
магазинов**

**Фокус на  
новые  
сегменты  
потребителей и  
специализация**

# ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ЗДОРОВЬЕ ВЕГАНСКИЙ РЕСТОРАН-НА-ХОДУ

lebedeva  
.consulting

**VEG'D**



Шеф-повар Мэтью Кенни недавно объединил усилия с местной предпринимательницей Кристиной Малхолланд, чтобы запустить новую веганскую концепцию Drive-Thru, получившую название «VEG'D». В новом ресторане быстрого обслуживания предложат органический веганский фаст-фуд, приготовленный шеф-поваром, с «здоровым вкусом». Некоторые выдающиеся из меню включают буррито на завтрак, гамбургер VEG'D и овощную чашу для растений.

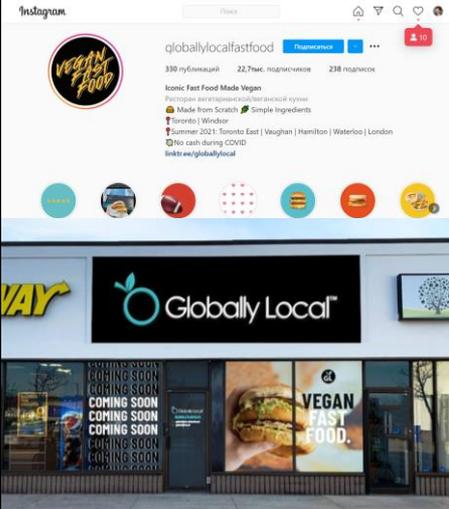
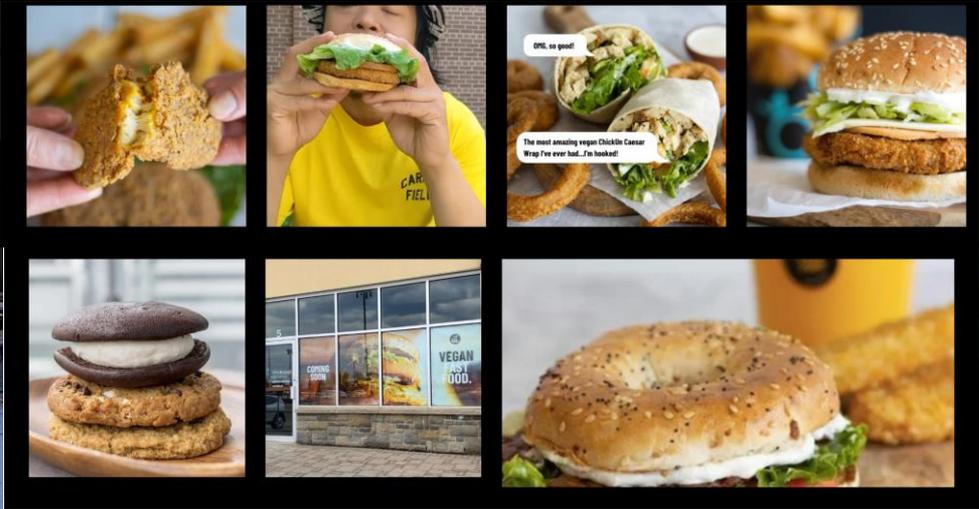
«Мы очень рады представить эту свежую, продуманную новую концепцию на рынке быстрого питания, индустрии, насыщенной давними гигантами, которые не заботятся о здоровье своих потребителей и нашей планеты», - прокомментировала соучредитель Кристин Маллхолланд.

Кроме того, ресторан упаковывает все продукты в переработанные и / или биоразлагаемые и компостируемые материалы и компостирует или сдаёт все пищевые отходы.

**Фокус на  
новые  
сегменты  
потребителей и  
специализация**

# ЭКСПАНСИЯ ВЕГАНСКОГО ФАСТФУДА

**Globally Local**



Globally Local, популярная сеть веганских ресторанов быстрого питания, которая привлекла международное внимание как первая круглосуточная веганская сеть, недавно объявила об открытии второй точки в Торонто, Онтарио.

Сеть ресторанов быстрого обслуживания обратилась в социальные сети, чтобы объявить фанатам, что новая застройка будет расположена недалеко от Данфорта по адресу 731 Broadview Ave

Новое место может похвастаться открытым внутренним двориком, удобной уборной, достаточной близлежащей парковкой и легким доступом к общественному транспорту. - обеспечение доступности нового веганского ресторана быстрого питания для всех.

По мере того, как все больше потребителей предпочитают сокращать потребление мяса или отказываться от него, мы можем ожидать появления большего количества ресторанов на

**Фокус на  
новые  
сегменты  
потребителей и  
специализация**

# **БЫСТРОРАСТУЩИЕ СЕТИ СУПЕРМАРКЕТОВ В РОССИИ**

**lebedeva**  
.consulting

**Вкусвилл**



ВкусВилл - российская сеть супермаркетов, которая зарекомендовала себя достаточно успешной и быстрорастущей. Воспользовавшись бизнес-моделью Trader Joe's в США и Aldi в Германии, супермаркет пользуется огромной популярностью: только 1000 магазинов в центральной России и годовой рост выручки составляет 60%.

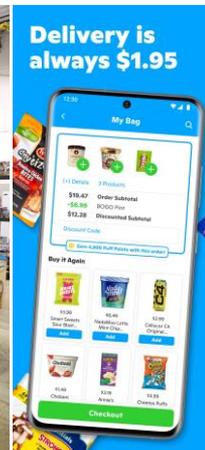
ВкусВилл сообщил, что занимает позицию «технологической компании» и супермаркета, который делает высококачественные продукты питания, закуски и напитки доступными для потребителей. Поскольку «ВкусВилл» добился такого успеха в стране своего происхождения, есть планы по расширению бизнеса в глобальном масштабе. Российский ритейлер планирует выйти на европейский и китайский рынки, а также на зарубежные рынки, включая «первичное публичное размещение акций (IPO) в Нью-Йорке».

**Фокус на  
новые  
сегменты  
потребителей и  
специализация**

# МЕНЮ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАВЦОВ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА ЗДОРОВЬЕ

**goPuff Better For You**

lebedeva  
.consulting



Меню продуктов goPuff Better For You - одно из последних предложений от розничного продавца цифровых товаров, ориентированного на предоставление покупателям быстрого доступа к товарам, ориентированным на здоровье и хорошее самочувствие. В меню представлены сотни продуктов, включая здоровую пищу, закуски и витамины, а также продукты для дома, ванны и тела, которые менее токсичны или нетоксичны.

Это упростит потребителям доступ к своим любимым товарам, а также откроет им дополнительные возможности, которые могут быть им интересны.

Меню продуктов goPuff Better For You можно заказать у бренда и доставить всего за 30 минут, что делает его максимально удобным для потребителей, когда им нужно.

**Фокус на  
новые  
сегменты  
потребителей и  
специализация**

# ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА МИЛЛЕНИАЛОВ

lebedeva  
.consulting

**NextGen**



NextGen нацелена на создание и поддержку следующего поколения франчайзинга, и в результате компания может похвастаться специальной программой, нацеленной на миллениалов.

По мере того, как миллениалы наращивают свои финансовые возможности, создают семьи и покупают дома, они все более склонны открывать собственный бизнес, и многие обращаются к возможностям франчайзинга, которые, как правило, более доступны для проявления предпринимательского духа.

Стремясь поддержать следующее поколение франчайзинга, NextGen работает в глобальном масштабе. Он предоставляет людям возможности для налаживания контактов, конструктивную обратную связь, а также «более пристальный взгляд на ключевые компоненты процесса франчайзинга».

NextGen также проводит глобальный конкурс All-Stars Edition, который будет смотреть в будущее франчайзинга и побуждает участников разрабатывать свои планы с учетом следующих пяти лет.

Смена  
рецептуры,  
состава  
продуктов,  
ассортимента

# МЯСНЫЕ ПРИЛАВКИ БЕЗ МЯСА

lebedeva  
.consulting

**Asda Veelicious**



Растительная диета становится все более популярной, и как бренды, так и ритейлеры приспосабливаются к потребительскому спросу, и именно это произошло с новым мясным прилавком для веганов Asda Veelicious. Бренд продуктового магазина создал концепцию в партнерстве с Kbox Global и будет опробовать ее в своем магазине в Уотфорде в новом году в течение шести месяцев. Это совпадает с Veganuary и направлено на растущий потребительский спрос на веганские продукты.

В ассортименте предлагаются множество вариантов для веганов, например, альтернативы без мяса и веганские сыры, гарантируя, что клиенты не должны идти на компромисс в отношении качества, вкуса или ценности, придерживаясь растительного образа жизни. Veelicious станет пилотным проектом, которое поможет понять, что находит отклик у клиентов, что позволит нам улучшить наше предложение, основанное на растениях.

**Re-sale, re-use,  
trade-in модели**

# ПРОГРАММЫ TRADE-IN RESALE СПОРТИВНОЙ ОДЕЖДЫ

lebedeva  
.consulting

**lululemon**



Lululemon пополняет ряды Patagonia и The North Face с запуском новой программы перепродажи trade-in. Компания называет пилотную версию «Like New» и объединила усилия с Trove для пилотной реализации новой программы. В мае этого года клиенты, проживающие в Техасе и Калифорнии, смогут доставить аккуратно использованные детали Lululemon по почте или в магазине, чтобы получить подарок. карта в магазин.

Поскольку рынок подержанных товаров продолжает расти, мы можем ожидать, что все больше брендов присоединятся к рынку подержанных брендов. Экологичная практика становится все более популярной среди потребителей поколения Z и поколения миллениалов, которые уделяют первоочередное внимание проблемам окружающей среды.

**Re-sale, re-use,  
trade-in модели**

# SECOND-HAND КОНЦЕПЦИЯ МЕБЕЛЬНОГО МАГАЗИНА

**IKEA**

lebedeva  
.consulting



В этом году IKEA представит свой первый в истории магазин подержанной мебели в шведском торговом центре ReTuna, что позволит шведскому ритейлеру достичь своей цели - полностью замкнуться к 2030 году. Новый магазин подержанной мебели разместится прямо в торговом центре, поскольку это торговый комплекс, состоящий из перепродажных магазинов. В этом новом месте потребители смогут найти бывшую в употреблении мебель и отремонтированные товары для дома.

Многие магазины IKEA уже внедрили секции со скидками с отремонтированными возвращенными товарами, а поскольку на онлайн-рынках всегда есть списки подержанной мебели и декора, этот новый концептуальный магазин от IKEA упростит для потребителей получение высококачественных, проверенных товаров непосредственно у продавца.

# ПЛАТА ЗА ПЛАСТИКОВЫЙ ПАКЕТ УВЕЛИЧИВАЕТСЯ

## Шотландия



Плата за пластиковые пакеты в Шотландии повышается, чтобы помочь избавиться от пластиковых отходов и повысить осведомленность покупателей о перевозчиках. Повышение платы приведет к увеличению сумм с 5 пенсов до 10 пенсов за каждый, при этом розничным торговцам с более чем 10 сотрудниками потребуется вести подсчет количества одноразовых сумок, которые они продают, в течение как минимум трех лет. Инициатива будет реализована на всем рынке за некоторыми исключениями, чтобы помочь в борьбе с распространением COVID-19, где одноразовые пластиковые пакеты имеют важное значение.

Генеральный директор ACS Джеймс Лоуман рассказал о повышении платы за пластиковые пакеты, сказав: «Плата за одноразовые пакеты для переноски - популярная мера среди местных магазинов, поскольку она способствует сокращению пластиковых отходов и позволяет розничным торговцам собирать больше денег на местные и экологические цели мы приветствуем повышение минимальной цены на одноразовые сумки-переноски в Шотландии. Мы продолжим поддерживать тесные связи с DEFRA, чтобы прояснить для розничных продавцов график введения платы за 10 пенсов и расширения для всех розничных продавцов в Англии.

# ИНИЦИАТИВЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПО ЛИКВИДАЦИИ ПЛАСТИКА

**Tesco, Waitrose, Sainsbury's**



Tesco объявила о новой инициативе по сокращению пластиковой упаковки для своих предприятий в Великобритании, чтобы помочь исключить ряд материалов из своей продукции.



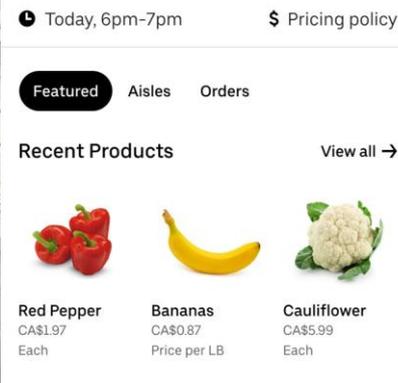
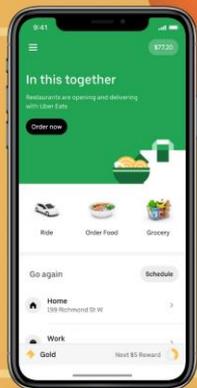
Линия Essential Waitrose недавно была перезапущена с 200 новыми линейками продуктов и переходом на экологически чистую упаковку. Стремясь перейти к упаковке, которая «к 2023 году может быть широко переработана, повторно использована или компостируется в домашних условиях».



Sainsbury's анонсировала новую систему переработки в магазинах в Великобритании, которая направлена на то, чтобы предложить потребителям способ переработки упаковочных материалов, которые сложнее утилизировать дома. В рамках инициативы они будут принимать полипропиленовую (ПП) пленку из пакетиков для салатов, печенья, пакетов для замороженных продуктов, оберток для тортов и многого другого.

# РАСШИРЕНИЕ СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ ЕДЫ

Uber Eats



Uber, популярное приложение поездок и доставки еды, недавно объявил о запуске новой функции Pickup and Go, которая позволяет пассажирам заказывать и забирать продукты и блюда по пути к выбранному пункту назначения. Новая функция позволяет пользователям одновременно размещать несколько заказов из разных ресторанов и магазинов.

«Во время пандемии мы работали с более чем 1 миллионом продавцов, чтобы помочь переместить более 1,5 миллиарда заказов на еду и продукты питания», - сказал генеральный директор Дара Хосровшахи в видео на сайте Uber.

Uber Eats позволяет ресторанам выбирать между гибкими вариантами, такими как «0% самовывоз, 7,5% для онлайн-заказа и 15% для ресторанов, которые используют собственный персонал доставки в дополнение к нашему варианту полного обслуживания».

# ТОРГОВЫЕ АВТОМАТЫ ПО ПРОДАЖЕ ГОТОВОЙ ЕДЫ

## Snapfresh



Автомат по продаже еды определенно переживает эпоху Возрождения во время пандемии COVID-19. Помимо того, что этот метод эффективен в доставке свежей и здоровой пищи, этот метод позволяет розничным торговцам, учреждениям, аэропортам и другим местам доставлять еду с минимальным контактом между людьми.

Совсем недавно snapfresh стал партнером аэропорта Брисбена. В рамках сотрудничества был установлен автомат по продаже готовой еды для людей, которые ждут своего рейса. В аэропорту Брисбена "около 28 еженедельных международных рейсов". Поскольку не так много магазинов розничной торговли в терминалах остались открытыми, спрос на продукты питания и напитки стремительно растет.

По мнению Мартина Райана, исполнительного генерального директора по коммерческим вопросам, Brisbane Airport Corporation, эта инициатива является довольно инновационной: «Она не только обеспечивает дополнительные варианты питания для путешественников, следующих транзитом через наш аэропорт, но и наши сотрудники и сотрудники в аэропорту также могут получить доступ к вкусным и вкусным блюдам. готовые решения для еды

# СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРСТВА С ФИТНЕС-КЛУБАМИ

**Vitamin Shoppe**



Vitamin Shoppe, розничный продавец товаров для здоровья, предлагающий высококачественные витамины и пищевые добавки, недавно объявил о стратегическом партнерстве с фитнес-клубами LA Fitness Gyms, чтобы открыть места внутри тренажерного зала. Это новое партнерство будет обслуживать потребителей, заботящихся о своем здоровье, которые ищут удобные способы доступа к спортивному питанию и оздоровительным товарам.

Шэрон Лейте, генеральный директор The Vitamin Shoppe, прокомментировала: «Мы очень рады, что магазин Vitamin Shoppe можно будет использовать прямо в местах проведения фитнеса в Лос-Анджелесе. Эти магазины предоставляют членам LA Fitness, заботящимся о своем здоровье, легкий доступ к их любимому спортивному питанию и добавкам, так как а также исключительный опыт и рекомендации наших энтузиастов здоровья. Эта инициатива представляет собой инновационный новый канал распространения для Vitamin Shoppe с большим потенциалом роста, и мы надеемся на продуктивное сотрудничество с LA Fitness ».

Новые каналы  
продаж

# КРУГЛОСУТОЧНЫЕ МАГАЗИНЫ, СОЗДАННЫЕ НА 5\* КУРОРТАХ

**Deli-Xoho**

lebedeva  
.consulting



Casa Dorada, пятизвездочный курорт в Кабо-Сан-Лукас, расширяется за счет мини-маркета Deli-Xoho и филиалов гастрономов, чтобы гости могли попробовать еще больше качественной еды курорта, останавливаясь в отеле во время COVID. В мини-маркете и гастрономе предлагается широкий выбор блюд, которые предлагаются в соответствии с протоколами безопасного обслуживания.

В этом универсальном месте гости найдут все, от десертов до бутербродов, а Deli-Xoho помогает найти еще больше продуктов и услуг, которые нужны людям, поблизости, не покидая отеля. Мини-маркет и супермаркет открыты для посетителей с ноября 2020 года.

# ФИНАНСОВО ОСОЗНАННЫЕ КОНЦЕПЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

popshelf



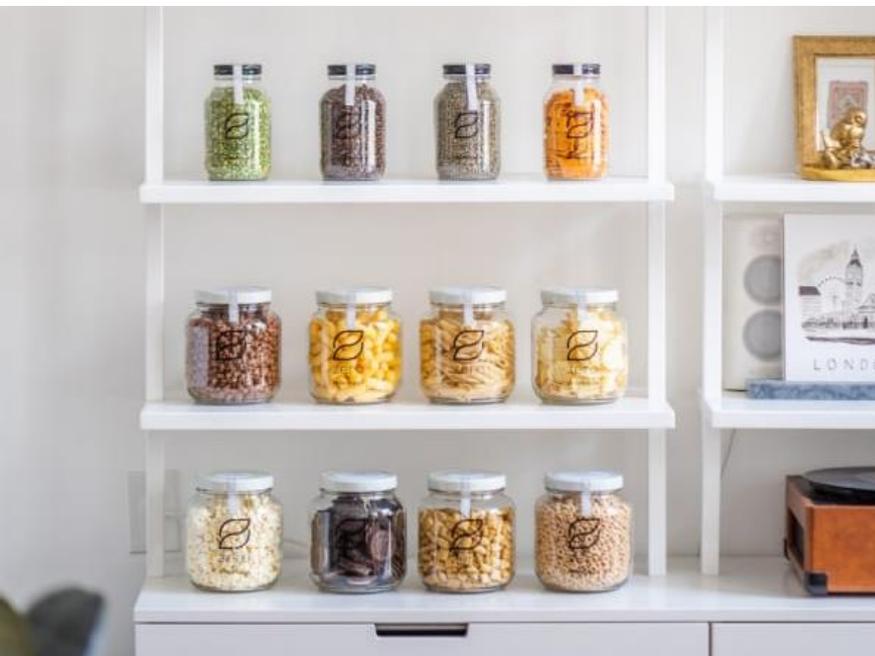
popshelf - это название совершенно новой концепции розничного магазина от Dollar General, разработанной для того, чтобы доставить удовольствие, доступно и без стресса, с акцентом на непотребные товары. В магазине покупатели смогут найти все, от домашнего декора и товаров для здоровья до косметических товаров, и примерно 95% товаров в магазине стоят всего 5 долларов или меньше.

Как описывает Эмили Тейлор, исполнительный вице-президент и директор по мерчендайзингу Dollar General: «В popshelf покупатели найдут дифференцированную концепцию розничной торговли, которая стремится доставить удовольствие их покупкам, с удивительными предложениями по целевым категориям непотребных товаров.

Первые два популярных заведения откроют свои двери недалеко от Нэшвилла, штат Теннесси.

# ДОСТАВКА ПРОДУКТОВ БЕЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАСТИКА

## Zero Grocery



Zero Grocery - это стартап, который доставляет продукты в стеклянных банках, которые должны быть возвращены, чтобы их можно было снова использовать повторно, чтобы сократить количество упаковочных отходов. С помощью сервиса можно приобрести все, от йогурта и молока до зелени и картофельных чипсов без лишней упаковки. Предметы, которые необходимо охладить, остаются с соответствующим количеством пакетов со льдом, которые также можно вернуть, когда придет время для следующего заказа.

Сознательные потребители и бренды одинаково понимают, что нет необходимости в таком большом количестве упаковки, но нет услуг и систем, которые поддерживали бы компромисс многократной тары. Zero Grocery помогает решить эту проблему, обновив старую модель доставки молока в бутылках.

# ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЕ УСЛУГИ ПОЛО «НА ЗАКАЗ»

Ralph Lauren



Ralph Lauren запустил программу поло «Сделано на заказ», которая позволяет потребителям настраивать свою одежду перед ее отправкой. Новая инициатива направлена на обеспечение устойчивости, поскольку производитель одежды экономит материалы и сокращает отходы текстиля, производя только столько рубашек, сколько требуется для выполнения индивидуальных заказов.

Программа «Сделано на заказ» предлагает рубашки-поло Ralph Lauren шести фирменных стилей. Рубашки можно украсить персонализированным текстом, предустановленными монограммами и логотипами Ralph Lauren, которые имеют несколько вариантов размещения. Цвет одежды также может быть расположен как в монохромном узоре, так и в индивидуальной комбинации. В поло используется технология плоской вязки бренда одежды, которая придает стильный внешний вид и создает ощущение сверхмягкости на коже. Программа «Сделано на заказ» действует как в Интернете, так и в магазинах Ralph Lauren.

# НИЗКОАЛКОГОЛЬНЫЕ БАРЫ

Бары делают приоритетным низко или безалкогольные напитки, апеллируя к поколению Z

**Тренд** – Известно, что поколение Z употребляет алкоголь меньше, чем их предшественники, и поэтому бренды фокусируют свое внимание на низкоалкогольном опыте. Вместо опыта, подогреваемого традиционными алкогольными барами, новые пространства предлагают бары с низкоалкогольными или безалкогольными коктейлями.



The BrewDog,  
безалкогольный бар



The Clean Vic,  
низкоалкогольный бар от  
Sainsbury



SourTooth предлагает  
японские сэнки и веганский  
безалкогольный бар

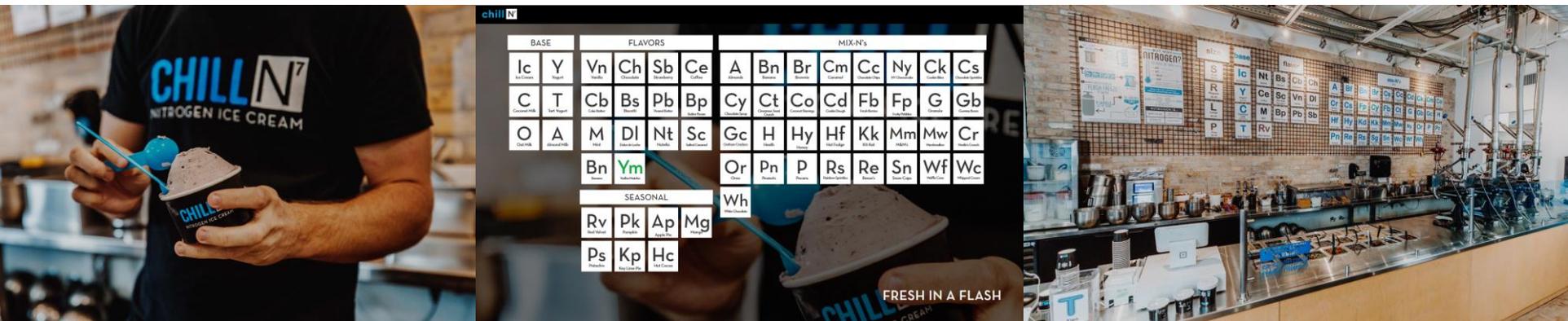


Дополнительные  
услуги и  
товары в  
традиционных  
сегментах

# МАГАЗИНЫ МОРОЖЕНОГО НА АЗОТЕ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ

lebedeva  
.consulting

## Chill-N Nitrogen Ice Cream



Магазин Chill-N Nitrogen Ice Cream, основанный предпринимателем-миллениалом Даниэлем Голиком, стал первым магазином такого рода в стране. Бренд Chill-N Nitrogen Ice Cream, ориентированный преимущественно на аудиторию миллениалов/

В магазинах мороженого Chill-N Nitrogen мы хотим, чтобы каждый мог насладиться нашими восхитительными комбинациями мороженого, поэтому мы предлагаем безмолочные и веганские варианты.

Независимо от того, страдаете ли вы непереносимостью лактозы или по какой-либо причине воздерживаетесь от молочных продуктов, вы будете рады узнать, что вы можете насладиться уникальным мороженым мгновенной заморозки и вкусными угощениями Chill-N в наших магазинах! Наше азотное мороженое отличается от того, что вы найдете в традиционном магазине мороженого. Мы объединяем науку и вкус, чтобы создать одно из лучших мороженого на планете! У нас множество комбинаций вкуса и Mix-N, наше мороженое из кокосового молока потрясающее, и нашим клиентам оно нравится!

**Дополнительные  
услуги и  
товары в  
традиционных  
сегментах**

# **ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ САНИТАРНЫЕ УСЛУГИ**

**Filta Environmental Kitchen Solutions**

**lebedeva**  
.consulting



Filta Environmental Kitchen Solutions, ведущая компания в сфере гостиничных услуг, запустила новую услугу санитарной обработки под названием FiltaShield. FiltaShield поможет ресторанам в Соединенных Штатах в их усилиях по открытию с помощью санитарии, а также температурного скрининга. Служба будет использовать дезинфицирующие средства широкого спектра действия, зарегистрированные EPA, а также убивающие 99% микробов. Этот бесцветный материал без полей может использоваться в барах, магазинах, ресторанах, офисах, отелях и т. Д.

Том Данн, генеральный директор Filta Environmental Kitchen Solutions, рассказал об услуге: «Поскольку мы продолжаем открываться, а колеса нашей экономики снова начинают двигаться, предприятия ищут способы обезопасить всех, одновременно восстанавливая доверие потребителей».

Если бренды могут подчеркнуть усилия по обеспечению безопасности, больше потребителей могут чувствовать себя в безопасности, совершая покупки в определенном месте.

Смена  
товарной  
стратегии

# КОМПАНИИ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА И ПРЯМЫХ ПРОДАЖ



FABERLIC



# МАГАЗИНЫ МОДНОЙ ОДЕЖДЫ С НИЗКИМ УРОВНЕМ ВОЗДЕЙСТВИЯ

## United Colors of Benetton

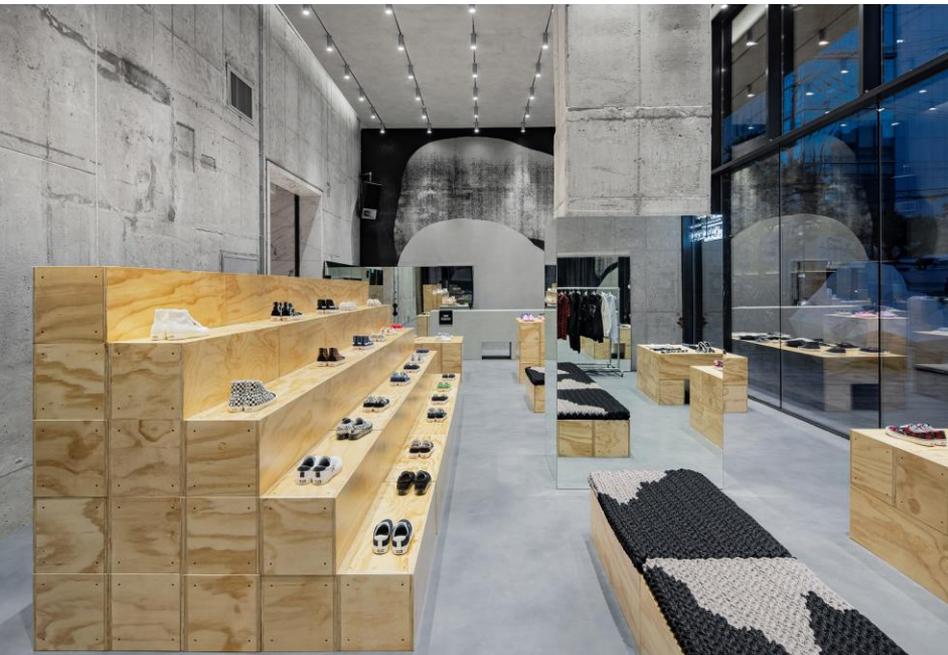


United Colors of Benetton - итальянский модный бренд, который анонсировал инновационную концепцию нового магазина, который потребляет на 20% меньше энергии, чем стандартный магазин. Благодаря датчикам, искусственному интеллекту и анализу данных температура в магазине автоматически регулируется для создания комфортной атмосферы.

Наряду с этими технологичными энергосберегающими функциями для снижения общего воздействия в магазине используется смесь переработанных природных материалов, таких как гравий из реки и древесные отходы буквых деревьев, поваленных штормом в итальянском регионе Венето в 2018 году. Внутри магазина, выставочные стенды изготовлены из смесей на основе использованных пуговиц (общеизвестно, что утилизировать этот материал сложно из-за их состава), занавески - из переработанной шерсти, манекены и стеллажи - из переработанных смешанных текстильных волокон. Стены помещения также обработаны минеральной краской, которая обладает антибактериальными и противовоспалительными свойствами.

# ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ОБУВИ ИЗ ФАНЕРЫ

Van



Флагманский магазин Van, расположенный в отеле Ryse в Сеуле, отличается ультрасовременным дизайном, который достигается за счет демонстрации обуви из фанеры. Новый магазин был спроектирован Эндрю Капуто, архитектором отеля, и привносит шероховатый индустриальный вид с открытыми бетонными стенами и прочными витринами. Вдохновением для создания ансамбля выступили Дональд Джадд и Карл Андре, два современных американских художника.

Сохраняя тесную связь с молодежной культурой, новый магазин Вана спроектирован как неотъемлемое продолжение улицы. Стекланные окна в паре с фанерными обувными витринами делают весь магазин похожим на увеличенную витрину. Спартанский характер пространства позволяет ярко окрашенным кроссовкам выделяться, инстинктивно привлекая взгляды потребителей, когда они делают покупки. Этот скудный вид отражен на выставках современного искусства, позволяя качественным продуктам говорить сами за себя.

# РЕБРЕНДИНГ АПТЕК ОБЩЕГО ЗДОРОВЬЯ

Rite Aid



Rite Aid делится своим видением аптеки будущего Rite Aid недавно объявил о своем ребрендинге в рамках своей стратегии RxEvolution, которая представляет ее видение аптеки будущего и ее миссию «превратить компанию в ведущее целое направление для здоровья, которое лечит разум, тело и дух». Потребители теперь смогут найти еще больше продуктов, которые являются органическими, без ГМО, без жестокого обращения, чистыми и не содержащими вредных химикатов, а также товары, ориентированные на альтернативные решения для поддержки сна, стресса, иммунитета и многого другого.

Обновленный фирменный стиль Rite Aid включает новый логотип, который выражает приверженность традиционной медицине и альтернативным средствам лечения. Как место назначения, Rite Aid направлен на обслуживание не только женщин поколения X и миллениалов, которые увлечены заботой о себе, но и своих детей, стареющих родителей и домашних животных.

# POP-UP ПРОДУКТОВЫЕ МАГАЗИНЫ ДЛЯ МИЛЛЕНИАЛОВ

## Pop Up Grocer



Pop Up Grocer, путешествующий всплывающий продуктовый магазин, основанный Эмили Шильдт, недавно объявил об открытии нового магазина в Бруклине. Новая активация будет открыта со 2 октября по 1 ноября и предоставит потребителям возможность приобрести разнообразные премиальные и доступные бренды, в том числе Partake Foods, Acid League, Behave, Golde, Omsom, Dose, artizn, Allawake и Sunscop, а также другие.

«Для меня очень приятно вернуться в Нью-Йорк через год и вернуться в новый район, благодаря которому мы можем продолжать развивать наше сообщество. Путешествуя по стране, посещая разные города, мы много думали о нашей базе, особенно в эти тяжелые времена. Мы благодарны за возможность доставить радость и чувство нормальной жизни тем, кто поддерживал нас с самого начала». Эмили Шильдт, основательница Pop Up Grocer.

Pop Up Grocery понравится сознательным потребителям, поскольку бренд жертвует 5% всех продаж в магазинах на местные цели с немедленным воздействием и жертвует в Фонд, упакованный подарок одному развивающемуся раннему бренду, принадлежащему черным, который включает в себя разнообразные услуги и щедрость от команды Pop Up Grocer и партнеров в дополнение к денежным взносам

Дизайн  
розничных  
магазинов

# POP-UP ПРОДУКТОВЫЕ МАГАЗИНЫ ДЛЯ МИЛЛЕНИАЛОВ



Pop Up Grocer



# КАК МОЖЕТ МЕНЯТЬСЯ РОЗНИЧНЫЙ ФОРМАТ?

Разные виды, типы, размеры бизнеса – разные фокусы

**Фокус на  
новые  
сегменты  
потребителей и  
специализация**

**Смена  
рецептуры,  
состава  
продуктов,  
ассортимента**

**Re-sale, re-use,  
trade-in модели**

**Упаковка**

**Новые каналы  
продаж**

**Ценовая  
осознанность**

**Новые бизнес-  
модели**

**Дополнительные  
услуги и  
товары в  
традиционных  
сегментах**

**Смена  
товарной  
стратегии**

**Дизайн  
розничных  
магазинов**

## ЕСТЬ ВОПРОСЫ? НАПИШИТЕ МНЕ!



**Елена Лебедева**



+7 915 098 08 86



lebedeva.consulting



lebedeva.consulting



**Ссылка**

Мой профиль в  
Facebook



**Ссылка**

Скачать эту  
презентацию