

Ekonomia

Świat ubiera się w Internecie

28.05.2007, ZZ AS

HANDEL Świat ubiera się w Internecie Przebojem internetowego handlu na świecie nie jest już elektronika, ale odzież. Na jej zakupy klienci e-sklepów wydają obecnie najwięcej. Ekspansję w sieci planują już polscy producenci i dystrybutorzy ubrań



Na odzież w e-sklepach wydano w ubiegłym roku 18,3 mld dolarów, podczas gdy na komputery i programy 17,2 mld dolarów. Po raz pierwszy sprzęt IT i elektronika użytkowa, a więc najbardziej przez lata popularne towary w Internecie, ustąpiły miejsca innym produktom - wynika z najnowszego raportu "State of Retailing Online 2007" firmy badawczej Forrester Research wykonanego na zlecenie shop.org grupującej największych internetowych detalistów w USA.

Co więcej, jeszcze w tym roku co dziesiąty dolar wydany na kupno odzieży trafi do amerykańskich sklepów internetowych. A przychody e-sklepów z handlu ubraniami sięgną 22 mld dolarów. Biorąc pod uwagę, że amerykańskie e-sklepy znajdują się w czołówce światowego handlu online, można przyjąć, że odzieżowa moda szybko rozleje się po całym świecie.

W Polsce dominuje elektronika

- W Polsce także zaczyna być widoczne zainteresowanie zakupami odzieży przez Internet, chociaż trudno jeszcze przewidywać, kiedy stanie się ona u nas hitem e-handlu. Na rynkach amerykańskim czy niemieckim nabywcy już od lat oswojeni są z wysyłkową sprzedażą odzieży, a więc coraz chętniej kupują ją teraz za pośrednictwem Internetu - powiedział nam Piotr Jarosz, szef serwisu Sklepy24.pl, który analizuje rodzinny handel online w kraju i prowadzi katalog działających internetowych sklepów.

Chociaż odzież nie bez przyczyny uchodzi za towar, którym w Internecie niełatwo się handluje, w kraju działa blisko 230 e-sklepów z odzieżą. Internautów coraz mniej zraża brak możliwości przymierzania, a więc i konieczność obsługi dość licznych zwrotów towarów. Najwięcej wciąż jest (370) sklepów z artykułami wyposażenia domowego, a następnie ze sprzętem RTV, AGD oraz z komputerami. Wśród sklepów sprzedających odzież trudno jednak znaleźć witryny znanych polskich producentów odzieży. Są natomiast doświadczone w handlu wysyłkowym, a obecnie także internetowym, polskie serwisy niemieckich Quelle, Neckermann i Bon Prix.

W Internecie można nieźle zarobić

Dominują dość niedawno założone małe rodzime sklepy, z których prawie połowa handluje bielizną. - Działamy od trzech lat i ciągle uważam, że przed internetowym handlem odzieżą jest dużo wyzwań. Odpowiednie relacje z klientami, logistyka muszą być dostosowane do polskich warunków, rozwiązania z zachodnich rynków nie zawsze są pomocne - mówi Radosław Andrzejewicz, szef i właściciel firmy Horizon Multimedia, która prowadzi dwa sklepy, w tym Lingerino.com oferujący bieliznę. - W tym roku do maja obroty firmy powiększyły się o 35 proc. Nie dziwi się, że wielu rodzimych producentów odzieży lub handlowców nie ma w Internecie. - Dla dużej firmy jest to zawsze decyzja strategiczna, konieczność zbudowania odpowiedniego zaplecza logistycznego, konkurowania nie tyle z małymi e-sklepami, z potentatami internetowego handlu - mówi Radosław Andrzejewicz.

Producenci ubrań otwierają e-sklepy

Wiele liczących się na polskim rynku firm decyduje się na e-handel. Uruchomienie wkrótce sprzedaży internetowej planuje krakowski Artman, właściciel dużej sieci sklepów z odzieżą marki House. - Obserwujemy rynek i doszliśmy do wniosku, że nie ma na co czekać - mówi Ewa Królak, wiceprezes firmy Kastor, jednego z największych polskich producentów koszul i bluzek. - Jeszcze w tym roku uruchamiamy własny sklep internetowy z koszulami męskimi. Pozytywne doświadczenia ma Corin, jeden z największych rodzimych producentów bielizny. - Przed trzema laty zgłosił się do nas sklep internetowy - mówi nam Bogumiła Jakubczak-Cieślak z Corinu. W efekcie zaczęły rosnąć zamówienia od innych odbiorców. Przed rokiem firma uruchomiła własną witrynę i e-sklep. - Nadal stale współpracujemy z trzema sklepami internetowym i doraźnie z 20. Tym kanałem dystrybucji w ubiegłym roku rozeszło się 10 proc. naszej produkcji, w tym roku wynik będzie zapewne jeszcze lepszy - dodaje.

Nadal ostrożnie podchodzą do sprzedaży internetowej producenci droższej odzieży, którą trudniej niż bieliznę kupić bez mierzenia. O takim handlu na razie nie myśli producent garniturów Bytom. - Zastanawiamy się, czy ubrania wysokiej klasy, w cenie kilkuset złotych i droższe, wymagające przymiarki, miałyby zbyt w sklepie internetowym - mówi Artur Morawiec z Bytomia. Również firmy mające rozbudowaną własną sieć klasycznych

sklepów z rezerwą myślą o e-handlu. - Przed pięciu laty zrobiliśmy próbę takiej sprzedaży, ale się nie powiodła - mówi Dariusz Pachla, wiceprezes LPP, gdańskiej firmy, która ma w Polsce i innych krajach ponad 220 firmowych sklepów z odzieżą własnych marek Reserved, Croptown. - Obecnie jedynie nasza bielizna, sprzedawana hurtowo, trafia do sklepów internetowych - dodaje.

Ubiegłoroczny wzrost obrotów e-sklepów w Polsce o 900 mln zł do 2,5 mld zł oraz duży skok przychodów małych firm handlujących sprzętem AGD sprawiły, że Internet przestali lekceważyć tacy potentaci, jak RTV Euro AGD czy Electro World. Podobnie może być z dużymi firmami odzieżowymi.

ZBIGNIEW ZWIERZCHOWSKI, ANNA SIELANKO 28.05.2007