

## **Анализ на пазара на облекло в Кралство Швеция**

### **1. Общи характеристики на пазара**

Най-големите компании, работещи на пазара на облекло в Швеция, са H&M, Lindex и CarrAhl. Много често вносителите на облекло в Швеция се договарят директно с чуждестранните производители за условията, цените и сроковете на доставки. Големите компании, които продават на дребно и на едро, имат ефективни отдели, занимаващи се с покупките, които включват дизайнери и специалисти по покупки (т.нар buyers). Те рядко купуват готови колекции, а вместо това обикновено имат собствен дизайн, който поръчват чрез договор за изработка от производителя. Това се отнася особено за случаите на поръчки в големи обеми и ежедневни облекла.

### **2. Специфики на пазара на облекло в Швеция**

#### *Население*

Швеция е с население от 10,3 млн. души, от които около 90% живеят в южната част на страната. В резултат на нарасналата раждаемост в последните години се увеличава броят на младите хора, а от друга страна сравнително високата продължителност на живота означава, че броят на хората в по-напреднала възраст (пенсионери) също нараства. В допълнение, тези хора в по-напреднала възраст са активни и сравнително платежоспособни, което ги прави атрактивни клиенти за текстилната индустрия.

#### *Климат*

Климатът в Швеция се характеризира със студени зими със снеговалежи и ниски температури за период от няколко месеца (в северните части зимата трае около 6 месеца, а в южната – около 3 месеца). Лятото е топло, а пролетта и есента са хладни и изискват специализирани облекла. Зимата, която е едновременно студена, ветровита и влажна, изисква облекла, които са студоизолиращи, вятъризолиращи и водонепромокаеми.

Високите температури вътре в сградите (около 22°C е централно поддържаната температура в сградите), определят носенето на по-леки дрехи в дома и в офиса.

#### *Видове тъкани*

Памучните тъкани са най-популярни в Швеция, както за тъкани, така и за плетени облекла. Вълната и вълнените смеси също са популярни. В много случаи памукът и вълната са смесени със синтетични влакна, като най-често това са полиестер и акрил. Вискозата вече не е особено популярна в Швеция. Коприна и лен се използват при облекла от бутиков тип.

#### *Цени*

В Швеция е почти невъзможно да бъдат продавани облекла с изключително ниски цени и с ниско качество. Средно ниска цена с добро качество е най-популярната ниша в Швеция, която се заема от големите вериги търговци на дребно, компаниите, които продават по интернет и вносителите/дистрибуторите на едро. Тези компании имат голям дял във вноса от страни, произвеждащи облекла на ниски цени (предимно страни от Централна и Източна Европа). Пазарът за луксозни облекла в Швеция е сравнително малък.

#### *Основните тенденции в развитието на пазара на облекло в Швеция са:*

Нарастване на пазара на бебешки и детски дрехи – много шведски семейства отлагат раждането на деца за по-късен етап от живота си, когато са вече значително обезпечени и са готови да вложат значителни средства в облекло за своите деца.

Висока покупателна способност и внимание към модните тенденции – групата с най-високо потребление е на младите хора, чиито решения за покупка се определят от модните тенденции.

Ниска цена на модерните дрехи – поради честата смяна в модните тенденции и желанието на младите хора да ги следват, има голям пазар, което означава, че те купуват често нови дрехи, които съответно очакват да са на по-ниски цени. Големите търговски вериги доминират този пазар, като предлагат най-оптимално съотношение между мода, качество и цена. Отделен сегмент са джинсите, където основно значение се отдава на марката, а не на цената.

Шведите рядко се обличат официално – ежедневното облекло за работа и свободно време трябва да е удобно. Облеклото за парти и др. празненства също разширява пазарният си дял. Наблюдава се интегриране на спортното и ежедневното облекло и много спортни магазини вече предлагат и ежедневни облекла.

Работни дрехи и униформи – работното облекло в държавните институции се предоставя от работодателя, който поема ангажимента и за неговото пране и поддръжка. Покупката на униформи в рамките на публичния сектор става чрез обществени поръчки. В частния сектор работодателят осигурява работното облекло и неговата поддръжка. Популярна става и продажбата на работно облекло в специализирани магазини.

Обемите на продажби на мъжко и дамско бельо продължават да нарастват. Дизайнът и материалите са от съществено значение и обикновено сравнително големи суми се харчат за висококачествено бельо. Много често големите вериги търговци на дребно и вносителите имат собствени марки мъжко и дамско бельо, което купуват извън Швеция.

Има друга сравнително голяма пазарна ниша, до която достъпът не е през магазините и продажбите по интернет. Това са дрехи с логото на различни компании, които ги използват с рекламни цели. Такива са например хотели, ресторанти и други компании предоставящи услуги, които искат да има тяхното лого на престилки, блузи и ризи и т.н. Този пазар продължава да нараства.

**Контакт с асоциацията на шведските ресторанти и хотели може да се намери на интернет адрес:**

**<http://www.hospitalitynet.org/organization/17005856.html>**

*Изисквания за опазване на околната среда*

Както бе отбелязано по-рано, шведските потребители са едновременно взискателни и изключително информирани. Тяхното познаване на материите и грижата за опазването на околната среда е значително. Това определя нарасналото търсене на материи, които отговарят на горните изисквания. Някой от потребителите са склонни да платят по-висока цена, ако им се гарантира екологичност на материите и производството.

*Корпоративната социална отговорност*

Скандинавските потребители имат изискване компании, произвеждащи облекло (а и не само), да демонстрират познание и ангажираност по въпросите на корпоративната социална отговорност, като опазване на околната среда, избягване на недобросъвестни практики, осигуряване почтени условия за труд, безопасност на работното място и забрана за детския труд.

### **3. Внос и износ**

Вносът на облекло в Швеция е значително по-голям от потребностите на вътрешния пазар. Това е възможно благодарение на значителния реекспорт. По данни на шведската статистика най-значимите вносители на облекло в Швеция са Китай, Дания, Турция, Германия и Бангладеш. Нараства вносът и от Полша, Индия и Италия. Дългосрочната тенденция във вноса е намаляването на дела на страните-вносителки от Западна Европа.

Износът на облекло от Швеция също нараства значително през последните години. Най-големите пазари за шведския износ са Финландия, Дания и Норвегия. Повечето от текстилния експорт е всъщност реекспорт т.е. големите вериги магазини внасят облекло от своите доставчици от чужбина и след това изнасят това облекло към техните собствени магазини в други европейски страни. Най-големият експортен продукт в сектора на облеклото са дънките и джинсите.

#### **4. Дистрибуционни канали**

Асоциация на вносителите на текстил в Швеция:

<http://textileimporters.se/en/>

Асоциация на търговците: <https://www.svenskhandel.se/om-svensk-handel/in-english/>,

контакт на e-mail: [info@svenskhandel.se](mailto:info@svenskhandel.se)

Най-големите вериги магазини в Швеция са:

H&M [www.hm.com](http://www.hm.com) – най-голямата шведска компания със 177 магазина, отделът им, отговарящ за покупките за шведския пазар, се намира в централата им в столицата Стокхолм. Компанията също има 20 производствени офиса в Европа и Азия, които обслужват контактите с техните над 800 отделни доставчика. Имат и интернет магазин.

Lindex [www.lindex.com](http://www.lindex.com) – вторият по големина търговец на дребно е част от финландската компания Stockmann Group от м. декември 2007 г. Тази компания има 210 магазина в Швеция и над 200 отделни доставчика. Централата им е в гр. Гьотеборг. Имат и интернет магазин.

KappAhl [www.kappahl.com](http://www.kappahl.com) – това е третата по-големина компания, която има 145 магазина в Швеция и централата ѝ също се намира в гр. Гьотеборг.

Други големи търговци на дребно в Швеция са:

RNB Retail and Brands [www.rnb.se](http://www.rnb.se)

Gina Tricot [www.ginatricot.com](http://www.ginatricot.com)

MQ Holding [www.mq.se](http://www.mq.se)

Åhlens [www.ahlens.se](http://www.ahlens.se)

Dressmann [www.dressmann.com](http://www.dressmann.com)

Cubus [www.cubus.se](http://www.cubus.se)

Най-големите компании, занимаващи се с търговия на облекло по интернет, са:

Ellos <http://www.ellos.se/>

Halens <http://www.halens.se/>

Cellbes <http://www.cellbes.se/>

Gudrun Sjöden Design <https://www.gudrunsjoden.com/en-eu>

La Redoute Sverige AB <https://www.ellos.se/brand/la-redoute#panel=product-filter>

Ellos и La Redoute Sverige AB са част от френската компания Redcat Group.

#### **5. Изисквания и очаквания на шведските компании**

Компаниите-вносители за шведския пазар следва да имат общи познания относно шведския потребител.

Шведските компании-вносители на текстил имат пълен достъп до цялата необходима информация относно шведския пазар на облекло. Например, ако облеклото трябва да се тества, вносителят може да има своя собствена лаборатория или ще насочи вносителя към одобрен орган, който ще извърши необходимите тестове.

Без значение дал доставчикът и дошъл на място в Швеция или шведският купувач е посетил фабриката в чужбина, има определени важни неща, които трябва да се имат в предвид:

Потенциалният вносител предпочита да види една цяла колекция от завършени облекла, изработени от доставчика. Това е най-лесният начин за него да оцени капацитета на доставчика.

Вносителят също така се интересува от цената и производствения капацитет. Потенциалният доставчик трябва да бъде много добре подготвен за всички въпроси, които е договорено да се обсъждат по време на срещата.

#### **6. Поръчка на мостри**

Ако вносителят е доволен от мострите, обща процедура е той да поръча собствени мостри. В този случай вносителя предоставя модел или скица, която производителят трябва да спазва. След това вносителят трябва да произведе мостра по скицата или

модела на вносителя и да му я представи. Ако вносителят одобри тази мостра, той заявява поръчка. Често големите шведски купувачи искат да посетят предприятието на производителя, преди да започнат да работят с него.

## **7. Коректно изпълнение на пробната поръчка**

Преди да поръча, вносителят проверява дали размера, качеството, прането и устойчивостта на цветовете на мострата отговарят на изискванията на купувача.

Особено важно е първата пробна поръчка да пристигне в договорените срокове и да е с добро качество. Купувачите са внимателни по отношение на изпълнението на условията за доставка и следването на необходимите инструкции.

В случай на закъснение на доставката, вносителят трябва да информира вносителя на време. Повечето шведски вносители запазват постоянен контакт с техните доставчици или агенти, за да имат контрол и сигурност, че могат да разрешат всеки възникнал проблем.

## **8. Очаквания за качество**

Дрехите следва да бъдат добре ушити с висококачествени шевове. Аксесоарите трябва да са адаптирани така, че да отиват на облеклото.

Контрол върху качеството следва да се осъществява на всеки етап от производствения процес и преди изпращането на партидата за Швеция. Контролът върху качеството следва да бъде включен в цената. Изпратената първоначална мостра и последващата мостра, направена по модел на вносителя, трябва да бъде изпратена на вносителя за одобрение преди са се изпрати пратката.

## **9. Отказ на поръчка**

Когато се прави поръчката, двете страни се договарят за датата на доставка. Ако доставката на стоките закъснее значително, вносителят или отказва поръчката, или договаря значително намаляване на цената. Двуседмично закъснение на доставката може да бъде катастрофално за продажбите.

Ако стоките по един или друг начин не отговарят на договореното качество, те ще бъдат отказани. В случай на дефекти, които не са видими, обикновено вносителят иска да се предоговори цената, като значително се намали. Такива дефекти могат да бъдат например, ако облеклото се разтяга (отпуска) извън границите на позволеното, променя цвета си или декоративните шевове са неравни. Видимите дефекти, като например сбъркан цвят или копчета, които са зашити на неправилно място, представляват доста сериозен проблем. В този случай шведският магазин, продаващ на крайните клиенти, ще се наложи да ги продаде на много ниска цена.

## **10. Предупреждение за много светли или ярки цветове**

Понякога, определени цветове също могат да доведат до отказ на поръчката. Това обикновено се отнася до винено червено, червено и черно. Тези цветове изискват голямо количество бои и има значителен риск от „пускане“ на цветовете.

Например ако потребител, носещ ново черно яке, седне на бял диван, то магазинът е отговорен да подмени целия диван, ако якето пусне цвят и повреди дивана. Това са правилата, заложи в Шведския закон за потребителските продажби. И след като подобни грешки могат да струват скъпо на магазините, то дрехите се тестват внимателно, обикновено преди да се направи поръчката, както и след доставката на стоките.

## **11. Химикали**

Дрехите, изнасяни за Швеция, не могат да бъдат опасни по никакъв начин. Вносителите са отговорни за внасяните от тях продукти.

Законодателството относно използването на химикали е хармонизирано с това на Европейския съюз. Забранено е използването на азобагрила, които могат да изпуснат канцерогенни ариламиди. Други субстанции, които трябва да се избягват, са формалдехид и тежки метали, като кадмий, хром и никел. Например никел може да бъде открит в копчетата и циповете.

От 2009 г. силно алергенния диметилфумарат е забранен в целия Европейски съюз, включително и в Швеция.

## **12. Покупката на практика**

Често срещано е вносителите на облекло да се договарят директно с производителя за цената и условията. Големите търговци на дребно и търговци на едро имат ефективни процедури по покупка, които включват дизайнерите и купувачите. Те рядко купуват готови колекции, вместо това обикновено имат собствени дизайни и изискват от производителите да произвеждат облекла, въз основа на сключения между тях договор. Това се прилага основно за големи обеми и базови облекла, като мъжки ризи и детски облекла.

Някои от големите вериги могат да се договарят с производителите за производство на ишлеме.

Компаниите, които продават по интернет, често планират поръчките си доста по-рано. Те купуват големи обеми и търсят ниски цени.

В случаите на купуване на по-скъпи висококачествени облекла, продавачите на дребно обикновено купуват самостоятелно, чрез агенти или по време на модни панаири.

Износител може да контактува и комисионер в Швеция, който продава на веригите магазини, супермаркети и молове. Тези агенти обикновено получават като заплащане комисионна. Те също така могат да окажат подкрепа относно дизайна, цветовете и т.н., както и да подпомогнат участието в панаири.

Много от приблизително 5400-те малки магазина също заслужават да бъдат взети предвид като потенциални клиенти. В този случай следва да се потърси контакт с вносител/големи дистрибутори на едро. Често се случва и големите вериги магазини също да пазаруват от вносител/дистрибутори на едро.

### Период на покупка

В миналото модната година в Швеция е била разделена на два сезона – зима и лято, но в днешно време сезоните са четири и започват да се прекриват. Поради тази причина повечето магазини предпочитат да поръчват всеки месец. Обикновено периода на покупки започва една година преди стоките да достигнат потребителя. Понякога вносителят иска доставката да пристигне в рамките на няколко месеца. Това обикновено се отнася за големите вериги, които са основно фокусирани върху младите клиенти.

Винаги от решаващо значение са цената и времето за доставка. Конкуренцията между шведските вериги магазини е огромна и цената и качеството следва винаги да бъдат контролирани.

## **НАЙ-ВАЖНОТО НЕЩО, ОБАЧЕ, Е СТОКИТЕ ДА ПРИСТИГНАТ НА ВРЕМЕ!**

### Как да намерим купувачи

Най-големите търговци на дрехи непрекъснато търсят нови доставчици. По принцип те се нуждаят от около 10-15% нови доставчици ежегодно поради разрастването на дейността, проблеми със стари доставчици, ценова конкуренция нови продукти и нови пазари. Въпреки това броят на доставчиците надвишава броя на купувачите.

Повечето компании, търгуващи с облекла, искат да имат по-голям контрол върху производствения процес, за да могат да следят за изпълнението на правилата за корпоративната социална отговорност и да проверяват дали начините на производство отговарят на политиката на компанията за опазване на околната среда.

Единият от начините за свързване с вносител е чрез участие в изложения. Двете най-важни изложения за шведския пазар са в Дания – Copenhagen International Fashion Fair ([www.ciff.dk](http://www.ciff.dk)), Copenhagen Vision (<https://www.modemonline.com/fashion/tradeshows/546-cph-vision>). В Швеция се провежда голямо модно изложение Attitude Stockholm <http://attitudesthlm.com/>, а изложението FORMEX [http://www.formex.se/?sc\\_lang=en](http://www.formex.se/?sc_lang=en) включва и облекло.

#### Източници

Начините, по които големите фирми на пазара намират нови доставчици, са описани в следните стъпки:

##### 1. Търсене

- Активно търсене чрез свои собствени офиси в Швеция, Европа и Далечния Изток
- Концентриране върху направените предложения и поканите за визити
- Посещаване на важни панаири (обикновено 5-6 годишно)
- Търговски офиси
- Планиране
- Нови служители

##### 2. Важни въпроси при сключване на договор

Когато се сключва договор с нов доставчик са важни следните въпроси, които задължително ще бъдат дискутирани:

- Описание на продукта
- Производствен капацитет
- Вариране на цената
- Нивото на качество на мострата
- Време за изпълнение
- Препоръки, други клиенти
- Корпоративна социална отговорност

##### 3. Окончателна оценка и подписване на договор

- Ценови котировки на база на проучване на компанията
- Производство на обратна мостра
- Посещаване на производството
- Подписване на общо споразумение
- Получаване на „Инструкции за доставчиците“
- Получаване на заявките

Основните вносители обикновено правят преглед на доставчиците си два пъти годишно.

През последните години обемите, които се купуват от големите вериги магазини, нарастват. Обикновено техните изисквания включват доставки всяка седмица или веднъж на четири дни. Много често продавачите на дребно доставят на производителите свои собствени разцветки на платовете. Обикновено компаниите тестват полученото облекло в лаборатории в страната на експорта. Краткото време за доставка е от жизненоважно значение за тези компании.

#### Изисквания към производството

Когато купувачите избират нови доставчици, основно се фокусират върху:

- Производителят да отговаря на базовите изисквания
- До каква степен доставчикът изпълнява факторите за конкурентоспособност

Когато става дума за базовите изисквания, основното понятие тук е „изпълнява“, което включва:

- Корпоративната социална отговорност
- Политиката по опазване на околната среда
- Качеството на продуктите

#### Корпоративната социална отговорност (КСО)

Във времена, когато търсенето на потребителите налага моралните аспекти и маркетингът да вървят ръка за ръка, компаниите въведоха Кодекс на поведение. Големите вериги магазини за облекло се обединиха в постигането на такъв

напредък. Потребителите на облекла в Скандинавието са много внимателни по отношение на тези въпроси и дори малките магазини и вносители са принудени да се съобразяват с общоприетите норми.

В рамките на европейския КСО се създава Инициатива за бизнес-социално съответствие. 30 шведски компании участват в тази инициатива. Инициативата е разработила обща система за наблюдение, улесняваща и стандартизираща изискванията и индивидуалните процедури по наблюдение.

Инициативата е основана на стандартите на труд на Международната организация по труда и други важни международни разпоредби като Хартата по правата на човека на ООН, както и на националното законодателство в областта.

#### Политика по опазване на околната среда

Маркировки, показващи екологичност на продуктите, като Северния лебед или цветето на ЕС, са от значение в Швеция.

#### Маркиране и етикетиране

Швеция има едни от най-строгите правила по отношение на маркирането на облеклото. Повечето вносители предоставят детайлни и точни спецификации относно информацията, която трябва да се включи в етикета на дрехата: вида на материала, инструкции за пране и грижа, както и размера.

Химическото чистене е сравнително скъпо в Швеция и поради това е добре дрехите да могат да бъдат прани във вода.

Много вносители очакват износителите да сложат цена на облеклото. Основните дистрибутори искат дрехите да носят етикети с техни собствени марки.

#### Опаковане

Цената на труда в Швеция е сравнително висока. Поради това вносителите искат внасяното производство да е на възможно най-ниска цена. Повечето стоки се дистрибутират до магазините на дребно директно от склада на търговеца на едро. Съответно, важно е облеклото вече да е снабдено с цялата необходима информация, като инструкции за пране и поддръжка и етикет за цената. Дрехите трябва също така да бъдат опаковани и подредени по цветове и размери, в комплекти, които могат директно да бъдат изпратени в магазина на дребно.

За да се спазват екологичните изисквания, шведските вносители вече не изискват всяка дреха да е опакована отделно в найлонова торбичка. Важно е обаче стоките да са опаковани и внимателно сгънати, така че да се избягва необходимостта от гладене след разопаковане.

#### Цени и маркировки

Ценовата структура на облеклото варира в зависимост от вида му.

Ако дрехата е внесена от голяма компания търговец на дребно или компания, която продава по интернет, структурата на ценообразуването ще е различна от тази, когато дрехата е внасяна от вносител/търговец на едро. В първия случай търговеца на дребно играе ролята на търговец на едро и си включва неговата печалба в калкулациите.

Често случаят е големите търговци на дребно, конкурирайки се за цена на потребителския пазар, да имат най-големите печалби и поради това се борят за много ниски покупни цени.

Ето един съвсем общ пример за ценообразуване (в шведски крони, 1 евро е около 10 крони):

Цена FOB – 30

Застраховка и транспорт – 5,5

Цена CIF – 35,50

Печалба на вносител/търговец на едро (100%) – 35.50

Цена на едро – 71

Печалба на търговеца на дребно (от 80% до 100% от цената на едро) – 71

Цена на дребно без ДДС – 142

ДДС 25% от цената на дребно – 35,5

Цена на дребно за потребителите, включваща ДДС – 177,5

\*Анализът е изготвен въз основа на информация за пазара на облекло в Швеция на Шведската търговска камара.

Валентин Стоев, икономически съветник в СТИВ-Стокхолм  
януари 2021 г.