lafelle.

by lafe

СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ

- 1 стр. – о проекте
- 2 стр. – проблемы рынка
- 3 стр. – решение
- 4 стр. – конкурентное преимущество
- 5 стр. – сравнительный анализ
- 6 стр. – этапы развития российского рынка
- 7 стр. – ситуация на рынке
- 8 стр. – сегмент ЦА
- 9 стр. – стратегия
- 10 стр. – статус проекта
- 11 стр. – инвестиции
- 12 стр. – финансовые показатели
- 13 стр. - команда

ПРОЕКТ

LAFELLE - красивое и высококачественное нижнее женское белье, на средне-большие размеры, разработанное с учетом особенностей форм молодых российских женщин, по доступной цене.

Мы планируем запустить второй **бренд LAFE** на маленькие размеры 19+, чтобы **дополнить** продуктовую **матрицу** по просьбе дистрибьюторов.

Факторы инвестиционной привлекательности

- Стабильная клиентская база (ежегодный рост выручки основного заказчика Lafelle составляет около 20% на протяжении последних 5 лет)
- Сильная управленческая команда, имеющая большой опыт работы в сфере моды и fashion retail
- Сбалансированное соотношение дизайна, качества и цены - ключевое конкурентное преимущество Lafelle на рынке
- Продукция компании ориентирована на широкий сегмент рынка (около 8,5 млн женщин)

ПРОБЛЕМА РЫНКА

Текущая маркетинговая ситуация на рынке нижнего женского белья в среднем ценовом сегменте

1. **Отсутствие модных коллекций. Ориентация на возрастную аудиторию 35+**
2. **Несбалансированное соотношение цены и качества**
3. **Отсутствие адаптации продукции к особенностям российского рынка**

РЕШЕНИЕ

Разработка ведется в России сооснователем Анной Лаврентьевой, имеющей более 14 лет опыта в модной индустрии и доказанными результатами продаж разработанных ей коллекций

Контрактное производства в Китае, что намного дешевле чем в России или Белоруссии

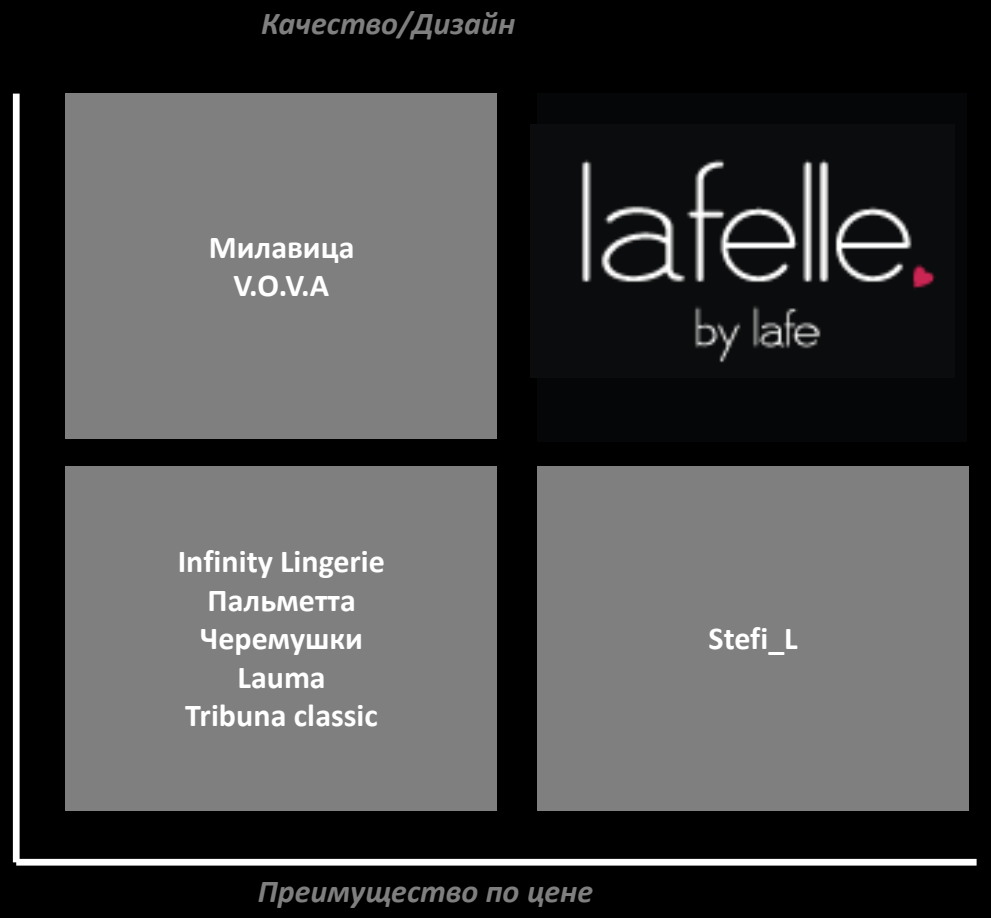
Высокая скорость обновления коллекций

Дизайн разработан специально для российских женщин

Использование самых удобных и продаваемых конструкций

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

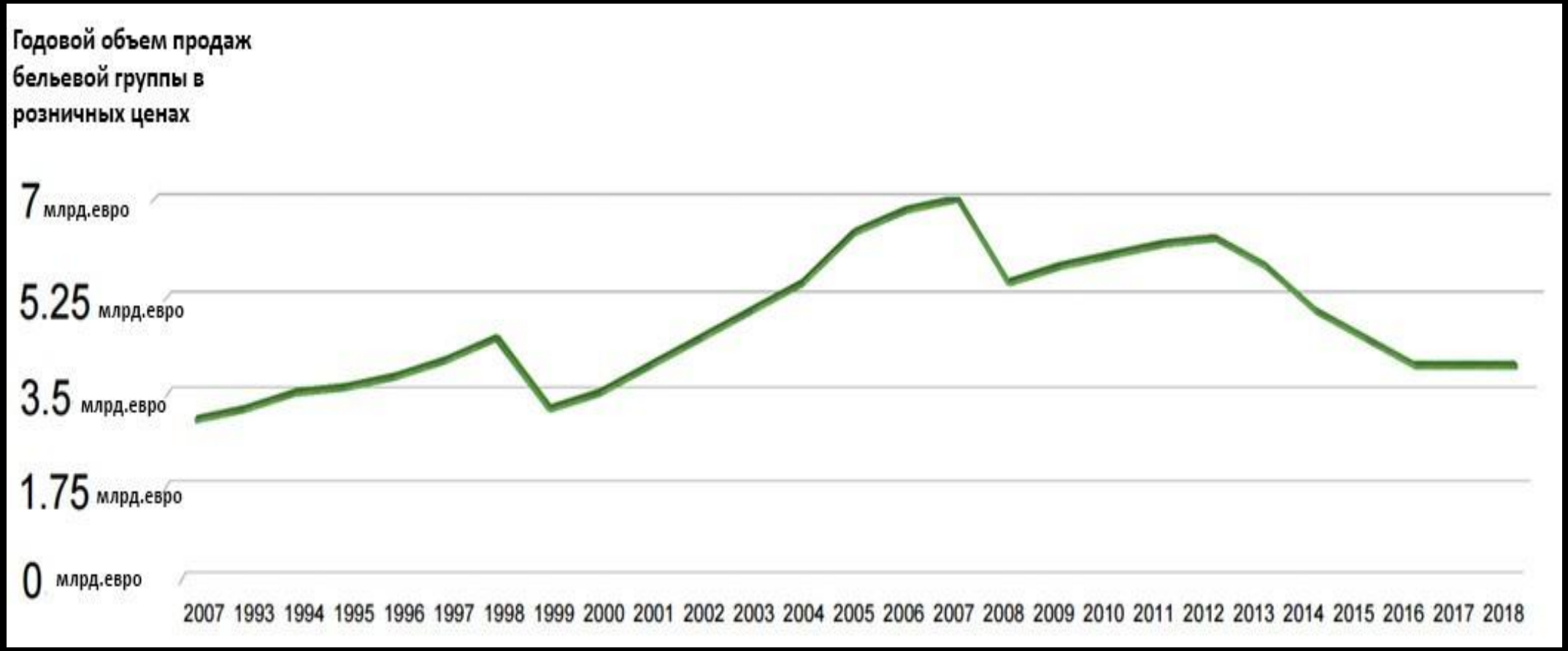
Lafelle – соотношение высокого качества, коммерческого дизайна и конкурентной цены



СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

	LAFELLE by LAFE	TRIBUNA	VALERIA	H&M
Ценностные ориентиры	Коммерческий дизайн/удобство конструкций	Высокое качество/удобные конструкции	Хорошее качество/комфорт	Комфорт/основные стили
Целевая аудитория	От 18 +	От 35 +	От 40 +	От 18+
Коллекции	Эксклюзивные набивные полотна специально разработанные для бренда в трендах сезона.	Использование дорогой вышивки и кружева	Небольшое количество модных стилей без внедрения мировых трендов	В основном однотонные стили для каждого дня
Производство	Китай (цикл 7 месяцев)	Россия	Россия	Китай (цикл 12 месяцев)

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА



СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

Рынок в России за последние несколько лет претерпел кардинальные изменения. Резкое падение в период 2014 и 2015 годах (-14% и более) замедлилось до 5% в 2016 году. Некоторая стабилизация была достигнута в 2017 году

Эксперты наблюдают две тенденции в изменении поведения покупателей в России: переориентация на марки средней и низкой ценовой категории и более осознанное совершение покупок.

Наш основной дистрибьютор имеет рост 20 % последние 5 лет.

Наши главные конкуренты производят 700 000 – 2 500 000 изделий в год (21 000 000 USD - 75 000 000 USD)

СЕГМЕНТ ЦА

Стоимость комплекта (бюстгальтер + слипы/бриф) в среднем 2000 рублей. Средняя цена комплекта DESEO 25 usd, из-за того, что это не магазин нижнего белья, а конкурент H&M

Lafelle предполагается в той же ценовой нише, что и Deseo Incity

8,5 млн. женщинам в среднем сегменте нужно примерно 25 млн. шт.

При средней стоимости в рознице 35 евро это **875 млн.евро**

Потребность минимум 3 ед. в год

СТРАТЕГИЯ

Долгосрочная стратегия для генерирования роста в странах СНГ

Увеличение онлайн продаж через такие каналы, как Wildberries, Lamoda или Ozon (данные компании имеют централизованные сети, где забирается товар). Электронная торговля растет в России 20 % ежегодно

С увеличением продаж мы снизим себестоимость изделия на 20% начиная со второго года

Улучшение процесса закупок посредством анализа данных

Для того, чтобы генерировать дальнейший рост, мы будем искать дополнительное сотрудничество с дистрибьюторами российских регионов и ближнего зарубежья

Мы будем дополнять продуктовую линейку такими инновациями как “memory bra” или бюстгальтер повышенной комфортности в соответствии с запросами наших дистрибьюторов

СТАТУС ПРОЕКТА

Продажи начаты в мае 2017

Создано 4 коллекции

Контракты с несколькими крупными дистрибьюторами,
(продажи каждого – $40 млн., более 20000 точек продаж по всей стране)

Объем заказов превышает возможности

Отлажены поставки из Китая. Наши поставщики работают с такими брендами, как Oysho (Zara), Victoria`s Secret, Incity.

ИНВЕСТИЦИИ

2 РАУНД
663 000 USD за 42%

оценка всей компании 1.5 млн. долларов

1 РАУНД (проинвестирован)
200 000 usd

Основные статьи расходов:

- 88 % закуп товара, увеличение оборота продаж
- 10 % административные расходы
- 2% маркетинг (фотосессии, упаковка, сайт)

Стратегия выхода:

Продажа стратегическому инвестору (бренды белья)

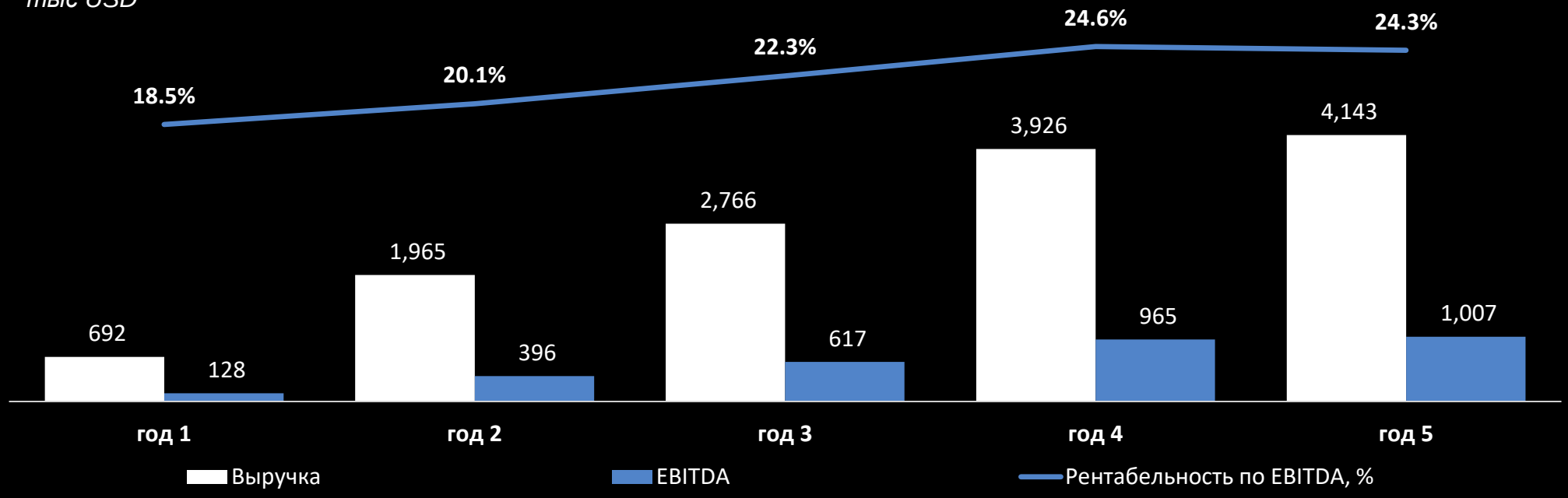
Фонды прямых инвестиций (например АФК Система)

Выкуп собственниками

Выход через 3-5 лет

Прогнозные финансовые показатели*

тыс USD



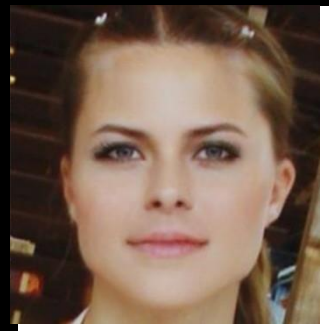
Параметры сделки

EV	Потребность в финансировании	Период окупаемости
1 566 тыс. USD	**662 тыс. USD**	**5 лет**

** Прогноз финансовых показателей с момента проведения Раунда А*

КОМАНДА

Анна Лаврентьева



YAX! LONDON
infinity lingerie
INCANTO
tribuna FINELINGERIE

Главный дизайнер и руководитель проекта

15 лет в индустрии моды

Сотрудничала с французскими и итальянскими домами мод : Cedric Brochier Soires, Bianchini-Ferrier, D`Avino;

Работала в крупных компаниях Москвы и Санкт-Петербурга (осуществляла реализацию всех проектов от эскиза до поступления в продажу): YAX, INCANTO, РУССКИЙ ТЕКСТИЛЬ, TRIBUNA, CONCEPT CLUB (INFINITY LINGERIE);

Университет декоративно-прикладного искусства, специальность: Дизайнер по тканям; СПБГУТД, специальность : Художник-стилист

Франка Фитц

Ermenegildo Zegna
ZARA
CERRUTI

Партнер и стратегический руководитель проекта

15 лет в бизнесе по поставке и международной дистрибьюции текстиля

Работала агентом по текстильному производству в Западной Европе, России и Китае с ведущими производителями и брендами одежды (**Zegna, Cerruti, Indetex (Zara**);

MBA в Университете Гёттингена (Германия)

Степень Бакалавра в юриспруденции, Лондонский колледж

Owner/President Management (OMP) program, Harvard Business School

lafelle.
lingerie