

# Estudo de mercado

## Rússia: retalho de vestuário

Agosto 2012

**cenit.**

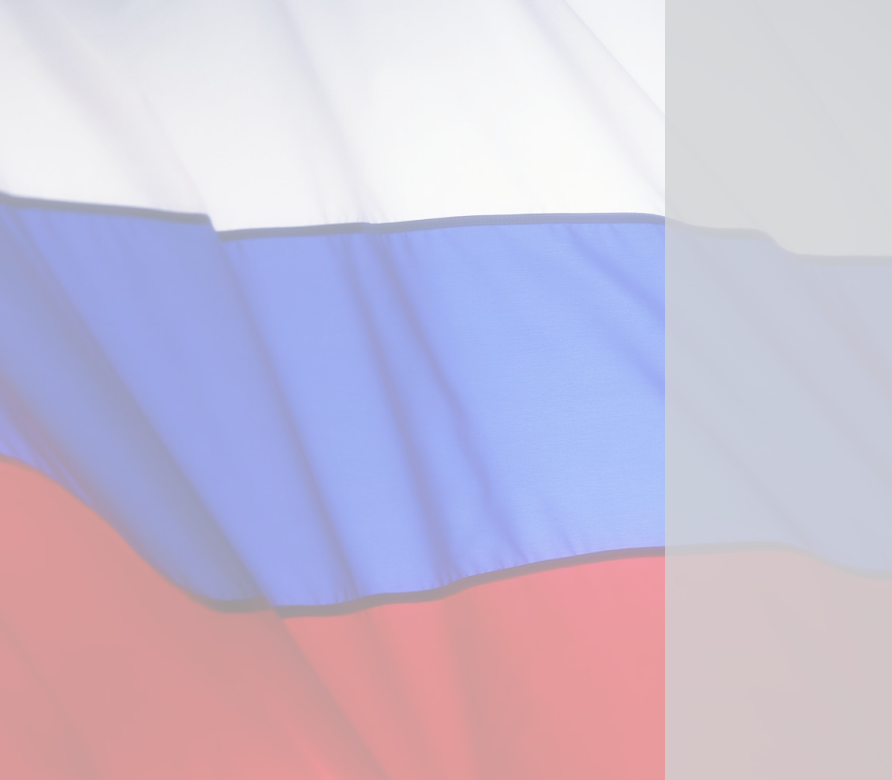
**inITV**

  
**COMPETE**

  
QUADRO  
DE REFERÊNCIA  
ESTRATÉGICO  
NACIONAL

  
UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu de  
Desenvolvimento Regional





**Estudo de mercado**  
**Rússia: retalho de vestuário**



# Índice

- 7** Introdução
- 9** Retalho na Rússia
  - 11** Retalho de moda
  - 13** Retalho de vestuário
  - 14** Evolução do retalho de vestuário
  - 15** Estrutura do retalho de vestuário
  - 17** Retalho de vestuário por região e formato
- 19** Comércio externo de vestuário
  - 19** Exportações da UE27 destinadas à Rússia
  - 24** Exportações portuguesas destinadas à Rússia
- 29** Perspetivas futuras
- 31** Considerações finais
- 33** Metodologia e referências

## Índice de tabelas

- 23** Tabela 1: Quota de Portugal nas exportações europeias de vestuário com destino à Rússia

## Índice de figuras

- 10** Figura 1: Vendas a retalho total na Rússia
- 12** Figura 2: Vendas a retalho de vestuário, calçado e acessórios na Rússia
- 20** Figura 3: Principais exportadores europeus de vestuário de malha com destino à Rússia
- 20** Figura 4: Principais exportadores europeus de vestuário exceto malha com destino à Rússia
- 22** Figura 5: Evolução da quota da Rússia nas exportações extracomunitárias de vestuário
- 25** Figura 6: Quota da Rússia nas exportações portuguesas extracomunitárias
- 25** Figura 7: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Rússia
- 26** Figura 8: Exportações portuguesas de vestuário de malha com destino à Rússia
- 28** Figura 9: Exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino à Rússia



# Introdução

A Rússia atravessou mudanças significativas desde o colapso da União Soviética, transitando de uma economia globalmente isolada, com um planeamento centralizado, para uma economia mais baseada no mercado e integrada ao nível global. As reformas económicas realizadas ao longo da década de 1990 privatizaram a maior parte da indústria, com exceções ao nível dos sectores energético e da defesa. A proteção dos direitos de propriedade é ainda débil e o sector privado permanece sujeito a uma acentuada interferência estatal.

A Rússia é um dos maiores produtores mundiais de petróleo e o segundo maior produtor de gás natural. Possui a maior reserva mundial de gás natural, a segunda maior reserva de carvão e a oitava maior reserva de petróleo. A Rússia é ainda o terceiro maior exportador de aço e alumínio. Outras indústrias pesadas menos competitivas permanecem dependentes do mercado interno russo. A dependência russa das exportações de matérias-primas tornou a sua economia vulnerável aos ciclos que caracterizam a volatilidade dos preços destas matérias no mercado internacional.

Desde 2007 o governo russo embarcou num ambicioso programa para reduzir a dependência nas matérias-primas e fomentar os sectores de alta tecnologia do país. A economia da Rússia atingiu uma taxa média de 7% de crescimento ao longo da década após a crise financeira russa de 1998, resultando na duplicação do rendimento real disponível e no ressurgimento da classe média. No entanto, a Rússia foi um dos países mais atingidos pela crise económica mundial de 2008/2009, na

medida em que os preços do petróleo caíram a pique e os fundos externos, dos quais os bancos e as empresas russas dependiam, secaram.

De acordo com o Banco Mundial, o pacote anticrise do governo russo em 2008/2009 atingiu sensivelmente 6,7% do PIB. No final de 2008, o Banco Central da Rússia gastou um terço das suas reservas internacionais, no valor de 600 mil milhões de dólares, as terceiras maiores em termos mundiais, para abrandar a desvalorização do rublo. O governo russo também despendeu 200 mil milhões de dólares num plano de resgate para aumentar a liquidez do sector bancário e ajudar as empresas russas, as quais encontravam-se incapazes de fazer face aos encargos das suas avultadas dívidas externas.

O declínio económico atingiu o ponto mais grave em meados de 2009 e a economia começou a crescer no terceiro trimestre desse mesmo ano. No entanto, uma seca severa e os fogos na Rússia central diminuíram a produção agrícola, levando a uma proibição das exportações de cereais durante parte do ano, o que abrandou o crescimento noutros sectores como a indústria transformadora e o comércio a retalho.

Os elevados preços do petróleo sustentaram o crescimento russo em 2011 e ajudaram o país a reduzir o défice orçamental herdado do biénio 2008/2009. A Rússia tem reduzido o desemprego desde 2009 e fez progressos na redução da inflação desde 2010. No entanto, a longo prazo, os

desafios da Rússia incluem uma força laboral em contração, o elevado nível de corrupção, a dificuldade no acesso a capital por parte das empresas

mais pequenas não ligadas ao sector energético e uma infraestrutura débil, que necessita de grandes investimentos.



# Retalho na Rússia

O retalho é um dos sectores em mais rápido crescimento na economia russa. Em anos recentes, a Rússia emergiu como uma referência entre os países com o ambiente de retalho mais promissor. O rápido desenvolvimento do comércio a retalho e os elevados gastos no consumidor atraíram um grande número de atores internacionais para a Rússia. Hoje em dia, praticamente todos os grandes nomes do retalho possuem operações no mercado russo. Estas cadeias internacionais estão agora a expandir a sua presença para além dos grandes centros metropolitanos, como Moscovo e São Petersburgo, deslocando-se para as cidades de segunda linha.

Em 2010, o mercado de retalho russo recuperou depois do abrandamento económico registado no ano anterior e aumentou 12,6% atingindo os 16,4 biliões de rublos (541,0 mil milhões de dólares) e em 2011 as estimativas do PMR Research apontam no sentido de um crescimento de 15,4% e um valor de 19,0 biliões de rublos (626,8 mil milhões de dólares). No entanto, a análise do PMR Research salienta que determinados mercados regionais de retalho ainda revelam diferenças no desenvolvimento, devido à sua natureza singular e características locais. Na sequência da crise financeira de 2008/2009, algumas empresas entraram em insolvência e a maioria teve de focalizar-se na eficiência em vez da dinâmica de expansão, mesmo assim, as mais proeminentes mantiveram as suas posições.

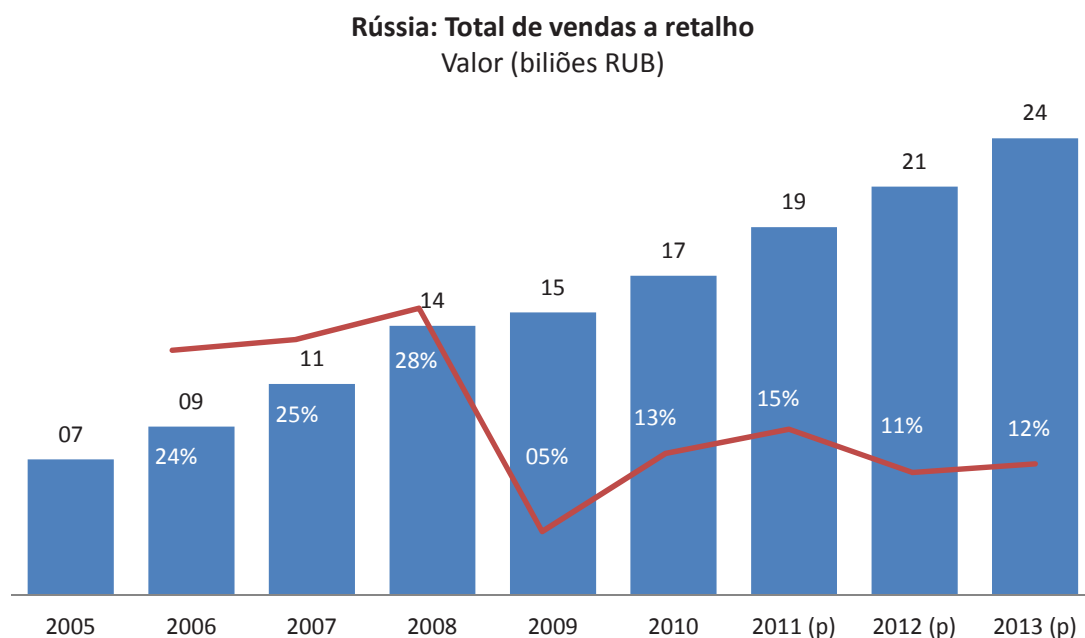
As cidades de Moscovo e São Petersburgo ainda representam a grande fatia dos gastos no retalho e do crescimento das vendas, com uma proporção de aproximadamente 38% do total do país. No entan-

to, à medida que o mercado nas cidades de primeira linha começa a ficar saturado, alguns retalhistas têm sido bem-sucedidos na expansão da sua rede de retalho no sentido das cidades de segunda linha. Cidades como Kazan, Yekaterinburg, Samara, Nizhny Novgorod, Perm, Voronezh, Chelyabinsk e Novosibirsk, possuem um investimento assinalável ao nível do retalho, com os atores nacionais a liderarem o caminho.

Moscovo é o principal mercado consumidor na Rússia, e a maioria dos moscovitas faz as suas compras num dos 81 centros comerciais da região, embora existam algumas ruas de relevo no retalho. O panorama do retalho em Moscovo é marcado pela presença das principais marcas internacionais, desde retalhistas especializados em "fast-fashion" até retalhistas de marcas de luxo. Segundo os dados da Jones Lang LaSalle, as lojas de moda e vestuário representavam em 2009 uma proporção de 42,9% da área total de retalho dos centros comerciais de Moscovo. Os artigos para o lar representavam uma quota de 4,4% da área de retalho disponível, enquanto os artigos de luxo representavam 5,3% da área comercial.

De acordo com a análise da empresa Jones Lang LaSalle, o interesse pelo mercado de retalho de São Petersburgo continua a crescer. No entanto, este crescimento tem sido restringido pela escassez de espaço de retalho de qualidade em zonas comerciais populares. No segundo trimestre de 2011, a taxa de vagas era de 7% (igual à do primeiro trimestre), mas as taxas de ocupação nos centros comerciais mais importantes permanecia estável nos 100%.

Figura 1: Vendas a retalho total na Rússia



Fonte: baseado nos dados do PMR Research

De acordo com a análise da Jones Lang LaSalle, as iniciativas do governo moscovita estão a forçar os investidores a considerarem novas localizações nos arredores da cidade. No entanto, apesar do descongelar de alguns projetos parados pela queda financeira, deverá continuar a existir falta de espaços de retalho de qualidade. Esta falta de oferta irá forçar a subida das já elevadas taxas de aluguer e a diminuição dos espaços desocupados.

Além disso, cada vez mais retalhistas estão a evidenciar interesse em espaços de retalho de qualidade nos subúrbios de Moscovo e cidades regionais, e muitos estão a planear a abertura de lojas nessas zonas no futuro próximo. Por conseguinte, a análise prevê um alastrar dos interesses dos investidores, construtores e retalhistas no sentido dos subúrbios de Moscovo e cidades da região.

O sector de retalho na Rússia varia de forma significativa entre os diversos Distritos Federais, quer em termos de valor quer de carácter de desenvolvimento. Sendo a região mais pequena em área mas a mais populosa da Rússia, o distrito Central permanece o mais vasto mercado de retalho do país, sendo responsável por 34% das vendas registadas em 2010. O distrito Extremo Oriente possuía tradicionalmente a mais pequena quota das vendas a retalho entre os distritos federais na Rússia. Em simultâneo, o Extremo Oriente é o maior distrito em termos de área, embora possua uma população que abrange apenas 6% dos russos.

Apesar da previsão do PMR Research apontar para um crescimento de dois dígitos no sector a partir de 2011, o mercado não irá provavelmente reestabelecer o ritmo de crescimento conquistado antes

da crise. Embora o sector de retalho esteja a crescer de forma contínua, foi registada uma queda abrupta na taxa de crescimento, passando dos 28,1% em 2008 para os 4,7% em 2009. Apesar da melhoria das condições económicas e das previsões relativamente positivas para os próximos anos, a situação no mercado de retalho russo está ainda aquém das expectativas.

Entre 2005 e 2009, o valor das vendas a retalho na Rússia mais que duplicou (em valor na moeda local). O crescimento tem sido expressivo, tendo apenas abrandado a taxa de crescimento em 2009. Após a acentuada redução na taxa de crescimento registada em 2009, o ano 2010 evidenciou uma nova dinâmica no crescimento das vendas a retalho, uma evolução que deverá perdurar em 2011, 2012 e 2013, de acordo com as previsões do PMR Research. Efetivamente, caso as previsões expostas sejam confirmadas, o valor das vendas no retalho russo (em moeda local) terão mais que triplicado entre 2005 e 2013.

## Retalho de moda

A Rússia permanece um dos mais atrativos mercados de retalho do mundo, oferecendo quase 143 milhões de habitantes e uma economia que deverá evoluir à ordem de pelo menos 4% ao ano no médio prazo, de acordo com a análise do PMR Research. Em 2010 as vendas a retalho na Rússia cresceram quase 13% atingindo cerca de 540 mil milhões de dólares. Além disso, o ritmo de crescimento não está a abrandar. O mercado de vestuário e calçado é o segundo maior sector de retalho no país, após

o retalho de alimentos, e depois de uma estagnação em 2009 o ritmo de crescimento acelerou em 2010 e está previsto ter permanecido inalterado em 2011, abrandando ligeiramente em 2012 e 2013.

De acordo com a análise do Euromonitor International, o vestuário e o calçado na Rússia continuam a crescer rapidamente à frente dos países europeus, evidenciando sinais de recuperação da procura. De referir ainda que, segundo os dados do PMR Research, o vestuário tem sido responsável por dois terços do mercado total de calçado, vestuário e acessórios, no qual o calçado e os acessórios são responsáveis por proporções na ordem dos 32% e dos 2%, respetivamente.

O PMR Research estima que ao longo dos próximos anos, a dimensão do mercado russo de vestuário, calçado e acessórios irá aumentar, embora a um ritmo mais moderado, para atingir os 2,3 biliões de rublos em 2013 e todos os segmentos deverão crescer. O vestuário e o calçado serão impulsionados pelo vestuário de criança, bem como pela revitalização do segmento de preço médio. O sportswear e o vestuário informal também darão um contributo relevante para o esperado crescimento do mercado. Em geral, o mercado de acessórios está longe de estar saturado, prevendo-se a continuação do desenvolvimento desta categoria.

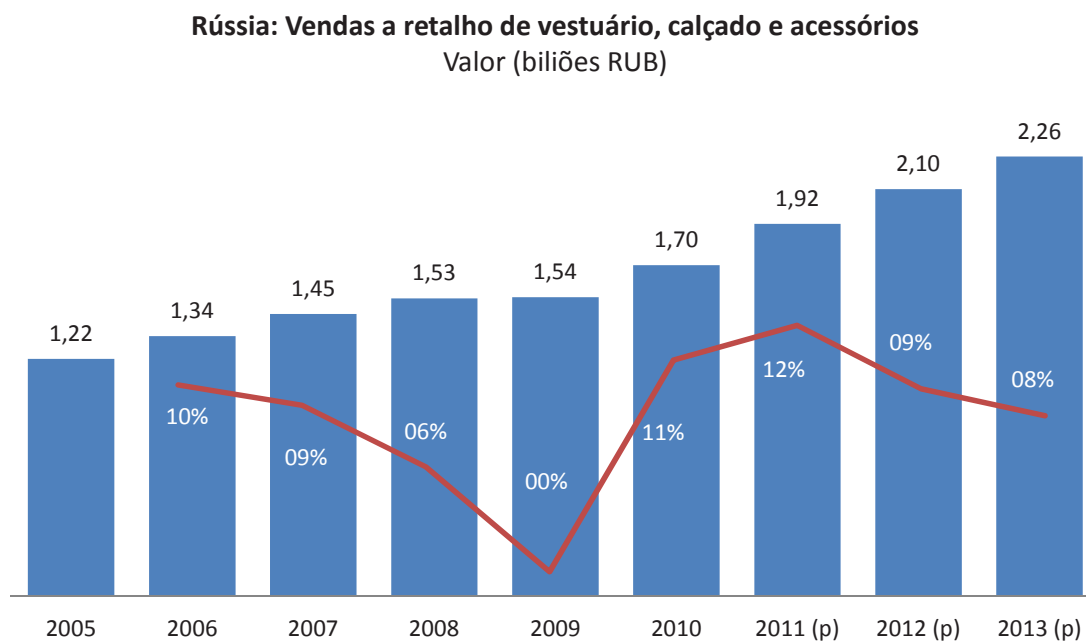
Antes da crise financeira, o crescente poder de compra estimulou uma mudança da procura de produtos baratos para mais dispendiosos. No entanto, a instabilidade económica levou a alterações

na procura, à medida que os consumidores russos começaram a reduzir os seus gastos em vestuário e calçado. O segmento de preço baixo expandiu à custa do segmento intermédio. Em 2010, o mercado começou a recuperar com o restauro das posições de segmento de preço no vestuário, calçado e acessórios. Por conseguinte, no cenário após crise, o segmento de preço intermedio irá provavelmente registar um desenvolvimento mais dinâmico.

O mercado de vestuário, calçado e acessórios permanece específico em termos dos seus canais de distribuição. Quando comparado com outras categorias (alimentos ou eletrónica de consumo) os mercados ao ar-livre gozam de uma quota significativa

das vendas neste sector. Apesar das alterações legislativas terem afetado o desenvolvimento deste canal de distribuição, este é ainda muito popular entre os russos, conforme refere a análise do PMR Research. No entanto serão as cadeias de retalho deste segmento, bem como as vendas online e por catálogo, que deverão crescer de forma mais acentuada na Rússia, com as últimas a recolherem uma quota marginal. Atualmente, as redes de retalho neste segmento, incluindo as marcas internacionais, detêm um quinto do mercado de vestuário, calçado e acessórios e o clima pós crise revelou redes de retalho melhor preparadas para continuar a expansão. As lojas independentes, espalhadas por todo o país, permanecem locais de compra frequentes, apesar da queda na quota deste canal no mercado.

**Figura 2: Vendas a retalho de vestuário, calçado e acessórios na Rússia**



Fonte: baseado nos dados do PMR Research

Apesar da crise económica, a Rússia é ainda um mercado promissor, incluindo para os produtos de luxo. Muitos retalhistas de luxo pretendem focalizar a expansão para outras grandes cidades da Rússia, para além de Moscovo e São Peterburgo. Algumas marcas de luxo de vestuário, calçado e acessórios tendem a estabelecer os seus próprios canais de distribuição, encerrando contratos com os distribuidores locais, com o objetivo de facilitar e acelerar o seu crescimento territorial.

## Retalho de vestuário

O crescimento do retalho na Rússia está a estimular o investimento por parte de marcas estrangeiras de vestuário, que nos últimos anos têm vindo a dominar o mercado russo. Com efeito, seis (nomeadamente: C&A Europe, Fast Retailing, Gap, H&M, Inditex e Next) dos dez maiores retalhistas de vestuário do mundo, entraram com sucesso no mercado de vestuário russo.

De acordo com a análise do Textiles Intelligence, o mercado de retalho de vestuário na Rússia é um dos seis principais ao nível europeu, em conjunto com: França, Alemanha, Itália, Espanha e Reino Unido. O mercado russo atingiu esta posição após crescimentos anuais de 12% a 25% durante o período de 2000 a 2008, antes dos efeitos da crise económica mundial em 2009. No ano 2010 houve uma modesta recuperação que continuou, de forma moderada, ao longo de 2011.

O mercado de retalho de vestuário russo está estimado nos 1,05 biliões de rublos (cerca de 35 mil milhões de dólares) em 2010, de acordo com os dados do Fashion Consulting Group publicados pelo Textiles Intelligence. Este valor representa um aumento de apenas 1% em relação aos 1,03 biliões de rublos registados no ano anterior. Em 2009 o valor do mercado russo de vestuário caiu 9% em relação aos 1,1 biliões de rublos registados em 2008.

De acordo com a agência russa de marketing Quans Research, mais de 30% dos consumidores russos gastam aproximadamente entre 3.100 e 7.800 dólares em vestuário por ano (taxa de câmbio de 31,8 USD/RUB), 15% gastam entre 7.800 e 15.700 dólares e 14% gastam entre 1.500 e 2.200 dólares. Quase 2% dos consumidores podem gastar mais de 15.700 dólares em vestuário por ano.

O mercado russo de retalho de vestuário é alimentado fundamentalmente pelas importações, com uma proporção de apenas 4% do vestuário vendido em 2010 a ser produzido no próprio país. Uns adicionais 16% foram produzidos em empresas na China detidas por empresas russas, enquanto os restantes 80% provêm do exterior.

A quota de 4% detida pela produção interna é extremamente pequena e, dada a enorme dimensão do país e da sua população, existe um forte potencial para estabelecer a Rússia como uma sólida origem de produção. Por outro lado, a indústria ligeira do país, a confeção em particular, nunca esteve entre os sectores mais desenvolvidos da indústria de pro-

dução durante ou após a era soviética. Atualmente a quota da indústria ligeira na produção industrial russa está estimada em não mais de 2% do total.

## Evolução do retalho de vestuário

Durante o período soviético, que terminou em 1991, o governo russo colocou pouco esforço no desenvolvimento da produção de vestuário do país. Como resultado, a maioria dos produtos de vestuário no mercado foram produzidos a partir de tecidos de baixa qualidade e possuíam design pouco apelativo, dois fatores que tornaram o vestuário impopular entre os consumidores.

No entanto, em meados de 1980, o governo soviético começou a modernizar a indústria ligeira, de forma a melhorar a qualidade do vestuário produzido e a torna-lo mais competitivo nos mercados interno e externo. A modernização custou cerca de 2 mil milhões de dólares. A maioria deste valor foi investido no estabelecimento de novas unidades de produção de vestuário ao longo do país, bem como na melhoria dos equipamentos instalados nas antigas unidades industriais.

Após o colapso da União Soviética em 1991, o sector na Rússia começou a deteriorar-se de forma significativa. Entre 1990 e 1993, por exemplo, a produção de vestuário no país caiu 87%.

Uma série de crises políticas e económicas na Rússia durante o período de 1995 a 1998 resultaram na

destruição das cadeias de aprovisionamento centralizadas que existiam, bem como no encerramento de muitas unidades de produção. As fábricas que permaneceram em funcionamento enfrentaram tempos difíceis, enquanto a maioria do equipamento que foi fornecido à União Soviética durante a década de 1980 foi revendido à Turquia e à China.

O colapso de uma indústria outrora centralizada também resultou no florescimento das importações ilegais de produtos de vestuário, o que contribuiu para o sucesso dos produtos turcos e chineses no mercado russo de vestuário.

No entanto, desde o ano 2000, o mercado russo de retalho de vestuário cresceu de forma significativa, tendo este crescimento atingido o pico durante o período de 2004 a 2006, quando a taxa de crescimento médio anual atingiu uns estimados 25%.

Um dos fatores que contribuiu para o crescimento durante este período foi a melhoria na qualidade de vida, quando a crise política e económica da década de 1990 acabou, resultando num aumento nos gastos do consumidor no país. Adicionalmente, as restrições contra as importações de vestuário de contrafação começaram a melhorar, servindo assim para estimular o mercado de retalho legal de vestuário.

O crescimento do retalho de vestuário na Rússia foi também estimulado pelos benefícios fiscais do governo para os produtores domésticos, bem como

pela tentativa de modernizar o equipamento instalado nas empresas russas.

Em 2007 o crescimento abrandou para 15%, à medida que as oportunidades para crescimento futuro arrefeceram e o mercado tornou-se saturado, com demasiadas marcas e uma crescente quantidade de importações. Em 2008 o crescimento abrandou para os 10%, enquanto em 2009 o mercado caiu na ordem dos 9% e aumentou de forma marginal em 2010. No entanto, em 2011, o mercado deverá ter crescido na ordem dos 3% a 5%, apesar da estagnação no primeiro semestre do ano, e durante o período de 2012/2013 o crescimento deverá ser em média cerca de 6% ao ano.

De acordo com a análise do Euromonitor International, os segmentos de mercado de preços económico e médio para o vestuário, são atualmente os mais procurados pelos consumidores russos. Devido à diminuição da disponibilidade dos consumidores russos na aquisição de vestuário, os retalhistas especializados foram forçados a estimular as vendas com saldos e descontos. Ao mesmo tempo, a concorrência pelo preço tornou-se mais intensa. Os atores locais focalizaram o aumento da qualidade dos produtos, em particular ao nível do vestuário e calçado de inverno, sem no entanto aumentarem os preços. Estas e outras medidas têm permitido suportar os gastos dos consumidores ao longo do ano 2012.

De salientar ainda que, numa tentativa para reforçar os produtores nacionais e aumentar a sua compe-

titividade em relação às importações e às marcas estrangeiras, o governo russo formou uma Estratégia para o Desenvolvimento da Indústria Ligeira da Rússia até 2020. No âmbito desta estratégia existem planos para modernizar instalações de produção existentes, com vista a melhorar a qualidade da produção russa. As autoridades esperam, talvez de forma otimista, que mais de metade do vestuário vendido na Rússia seja produzido dentro do país até 2020.

## Estrutura do retalho de vestuário

De acordo com os dados da Amiko, empresa de consultoria sediada na Rússia, divulgados pelo Textiles Intelligence, o sector de vestuário feminino foi responsável pela maioria das vendas no mercado de retalho russo em 2010 com uma quota de 55% e um valor de 19,0 mil milhões de dólares.

O vestuário masculino representou 20% do mercado, no valor de 7,3 mil milhões de dólares, enquanto o vestuário de criança representou 15% com um valor de 5,2 mil milhões de dólares. Os restantes 10%, no valor de 3,5 mil milhões de dólares, foram da responsabilidade de outros tipos de vestuário.

De referir ainda que o segmento de vestuário feminino permanece o maior em termos de valor e volume, mas fica atrás dos segmentos masculino e criança em termos de crescimento anual - uma tendência que tem sido registada há já vários anos.

## Vestuário de senhora

Antes da crise económica, o mercado russo de vestuário de senhora cresceu em média cerca de 15% ao ano, mas desde 2009 que as taxas de crescimento anual encontram-se entre os 5% e os 7%. A principal quota das vendas em termos de valor é registada no segmento médio de vestuário com uma proporção de 55% do total. O segmento de mercado de luxo tem a quota mais baixa, com uma proporção de 7%.

## Vestuário de homem

Apesar do vestuário feminino possuir a maior quota do mercado, o sector mais promissor em termos de perspectivas de crescimento é o da roupa masculina. De acordo com um relatório do Textiles Intelligence, este sector deverá crescer a taxas de dois dígitos pelo menos até 2013. Os homens russos tornaram-se mais seletivos nas suas escolhas de vestuário e estão a exigir produtos de maior qualidade. Essa procura cresceu quando a situação económica do país melhorou durante o período de 2000 a 2008 e voltou a crescer desde então. A quota de vestuário masculino nas vendas de vestuário como um todo está estimada nos 20% em 2011. Entre 2000 e 2008 o mercado cresceu em média cerca de 20% por ano. Entre 2008 e 2011, no entanto, o crescimento abrandou e não ultrapassou os 10% em nenhum dos anos. A principal quota de mercado está associada ao vestuário casual e aos fatos, segmentos que no seu conjunto têm representado uma proporção de 75% do total de vendas.

## Vestuário de criança

Também o sector de vestuário infantil encontra-se

com boas perspectivas. O gasto médio em roupas para criança na Rússia tem aumentado significativamente desde 2008 e o mercado deverá crescer na ordem dos 10% ao ano até 2013. O valor médio gasto em vestuário de criança na Rússia cresceu mais de 67% desde 2008. Em 2011 está estimado nos 535 dólares por criança por ano, em contraste com os 525 dólares registados em 2010 e menos de 315 dólares registados em 2008. Cerca de 85% do vestuário de criança vendido na Rússia é importado da China e da Turquia. Estes produtos cobrem geralmente o segmento de preços mais baixos. O segmento de preço intermédio é responsável por uma quota estimada de 5%. Outros 5% estão alocados ao segmento médio alto e os restantes 5% correspondem ao mercado de vestuário de luxo.

O crescimento no vestuário de criança resulta do aumento nos rendimentos disponíveis e do crescente número de crianças no país. Estes dois fatores levaram a esta contínua tendência de crescimento. A situação sociodemográfica melhorou e as taxas de nascimentos tornaram-se ligeiramente maiores, suportadas pelas políticas governamentais russas. Todos os retalhistas tendem a possuir uma oferta alargada de coleções para criança e novos atores continuam a entrar nesta categoria de produtos. Como resultado, o vestuário de criança tornou-se mais diferenciado e segmentado, à semelhança do vestuário de adulto.

## Outros sectores

Destaca-se o caso do sportswear, o qual permanece um dos segmentos mais promissores e em mais



rápido crescimento no mercado russo de vestuário. O valor deste segmento deverá crescer dos 2,5 mil milhões de dólares registados em 2010 para os 7 mil milhões de dólares em 2016/2017, evidenciando um crescimento médio de 16% a 19% ao ano. O mercado de sportswear é atualmente dominado por produtores externos, os quais representam cerca de 80% do mercado em termos de valor. A maioria das importações são fornecidas do Sudeste da Ásia enquanto uma proporção pequena provém do Sul da Ásia. A produção interna e a europeia detêm, cada uma destas, uma quota estimada de 10% deste segmento de mercado.

A popularidade das atividades de desporto tem crescido na Rússia ao longo dos últimos anos. À medida que os consumidores russos atingiram um determinado nível de rendimento por agregado familiar, começaram a despende mais tempo e atenção na prática de desporto e estilos de vida mais saudáveis. A popularidade dos desportos de interior e de inverno continua a crescer. Para além da crescente prática desportiva, a utilização de casacos de inverno e calças quentes é comum para homens e jovens. Por conseguinte, muito vestuário de desporto é comprado para utilização como vestuário corrente devido à influência das tendências de moda. Em geral, este mercado está focalizado nas demografias de rendimentos intermédios, as quais contribuem para a expansão das gamas de produtos.

De salientar, na análise do Textiles Intelligence ao mercado russo de vestuário, a baixa concentração do mesmo. O mercado abrange cerca de 200 mar-

cas internas e internacionais de vestuário que operam fundamentalmente nos segmentos de preços baixo e intermédio do mercado. Mesmo as maiores marcas domésticas possuem quotas de mercado relativamente pequenas. Como resultado, o mercado russo de vestuário permanece, à partida, muito atrativo para investidores externos.

## Retalho de vestuário por região e formato

O Distrito Federal Central é o distrito mais urbanizado da Rússia, com 310 cidades, um elevado nível de urbanização (81,7%) e 59,3 habitantes por km<sup>2</sup>, uma densidade que é sete vezes superior à média russa. Existe uma enorme distância entre os distritos mais populosos (nomeadamente: Central, Cáucaso Norte, Volga e Sul) e os distritos com menor densidade, incluindo o Distrito Federal do Extremo Oriente, onde a densidade populacional é de apenas 1 habitante por km<sup>2</sup>.

Moscovo representa uma proporção de 45% do total de vendas a retalho de vestuário na Rússia em termos de valor. No entanto, a sua quota tem caído de forma significativa desde os anos 2003/2005 quando estava estimada em mais de 70%. A queda na quota deriva do facto das vendas de vestuário estarem a aumentar mais rapidamente fora das grandes cidades, em particular nas regiões do Este e Sul do país.

Desde 2005 que os produtores e retalhistas de vestuário, russos e estrangeiros, têm estado mais

focalizados em alcançar os crescentes mercados regionais. No entanto, a distribuição de vestuário na Rússia permanece muito irregular. Enquanto os consumidores nas principais cidades, fundamentalmente: Moscovo, São Petersburgo e Novosibirsk, possuem uma diversidade de vestuário de qualidade, os que se encontram nas vastas províncias do país são ainda confrontados com uma gama limitada de qualidade e de moda a preços aceitáveis.

Existem também contrastes nas quotas detidas por diferentes tipos de formatos de venda. Em 2010, os mercados ao ar-livre permaneceram o principal formato no país como um todo, com uma quota estimada de 75% do total de vendas, enquanto as lojas

especializadas foram responsáveis por apenas 1% a 2% das vendas. Em Moscovo, em contraste, os mercados ao ar-livre foram responsáveis por menos de 40% das vendas, enquanto os centros comerciais foram responsáveis por 40% e as lojas especializadas por uns estimados 10%.

Ao nível do comércio online as previsões apontam no sentido do crescimento ao longo dos próximos anos, em linha com os países mais desenvolvidos. Os retalhistas nacionais e internacionais estão a investir no comércio online com base na expectativa de um enorme potencial e com base no crescente reconhecimento das suas marcas no mercado russo.

# Comércio externo de vestuário

De acordo com os dados publicados pelo Textiles Intelligence, as exportações de vestuário destinadas à Rússia aumentaram 29,4% em 2010 e 23,8% em 2011. Como resultado, as exportações mundiais de vestuário com destino à Rússia passaram dos 9.412,0 milhões de dólares em 2010 para os 11.654,0 milhões de dólares em 2011. De salientar que, de acordo com os dados da análise, as exportações de vestuário destinadas à Rússia atingiram os 14.213,0 milhões de dólares em 2007, caindo para os 11.970,0 milhões de dólares em 2008 e para os 7.276,0 milhões de dólares em 2009.

Com base nos dados relativos ao ano 2011, a China assume o principal destaque entre os países exportadores de vestuário para a Rússia, com 5.688,8 milhões de dólares, equivalentes a uma quota de 48,8% do mercado. Na segunda posição surge a Itália, com 1.580,6 milhões de dólares de exportações e uma quota de 13,6% e na terceira posição encontra-se a Alemanha, com 1.049,8 milhões de dólares de exportações e uma quota de 9,0% do total. De destacar ainda o caso da Bielorrússia (quota de 3,3%), Turquia (quota de 3,0%) e França (quota de 2,5%), entre os principais exportadores de vestuário para o mercado russo.

Em geral, a maioria das importações provenientes da China e da Turquia consistem em vestuário de segmentos baixo e médio, enquanto as importações de vestuário da Itália e da Alemanha são destinadas aos mercados de luxo e de gama alta.

As exportações russas de vestuário permanecem baixas nas 5.000 toneladas por ano, sendo fundamentalmente destinadas para: Finlândia, Alemanha e EUA,

que absorvem uma proporção de 60% das exportações russas nesta categoria. Em 2011, de acordo com os dados do Eurostat, o valor total das importações de vestuário (categorias 61 e 62) da UE27 com origem na Rússia, ficou cifrado perto dos 15,2 milhões de euros.

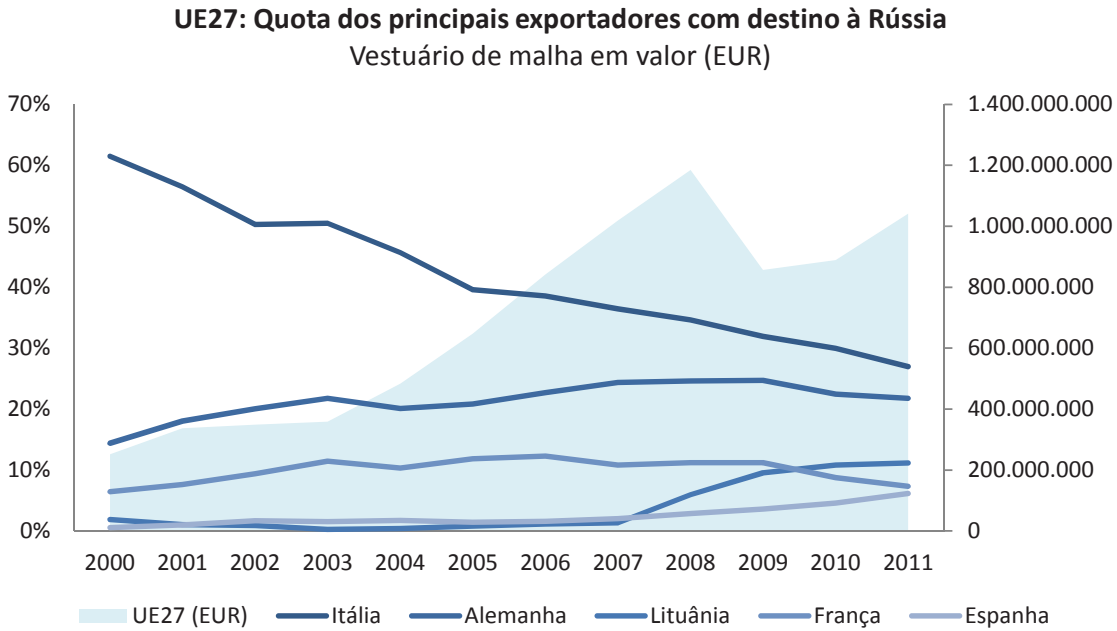
## Exportações UE27 destinadas à Rússia

A UE27 assume especial relevância entre os principais fornecedores de vestuário com destino à Rússia. Dentro deste âmbito a análise encontra-se dividida ao nível das duas categorias de vestuário, nomeadamente: vestuário e seus acessórios de malha (categoria 61) e vestuário e seus acessórios exceto de malha (categoria 62).

No agregado destas duas categorias de vestuário, a UE27 exportou em 2011 mais de 2,73 mil milhões de euros de produtos destinados à Rússia. Deste total o vestuário de malha foi responsável por 1,04 mil milhões de euros, enquanto as exportações de vestuário exceto malha ficaram cifradas nos 1,70 mil milhões de euros.

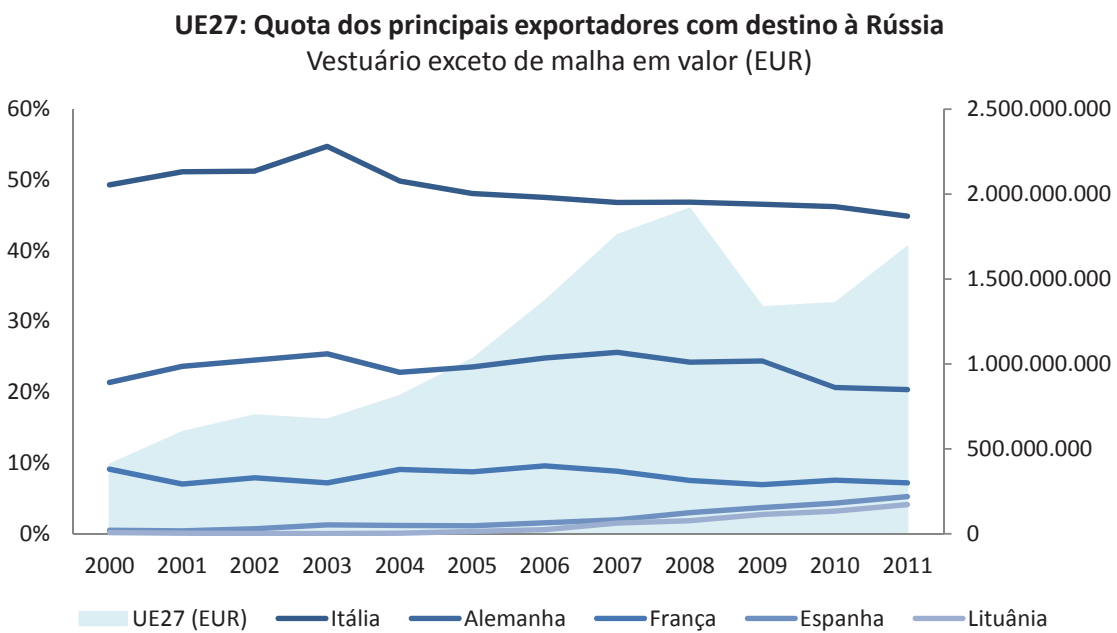
Ao longo do período de 2000 a 2008, o valor (EUR) das exportações europeias abrangidas no âmbito da categoria de vestuário de malha (categoria 61) registaram um aumento extremamente significativo, na ordem dos 370%, crescendo dos 252,1 milhões de euros para os 1.184,8 milhões de euros. Entre 2010 e 2011 o crescimento foi de 17% e nos primeiros seis meses de 2012 atingiu os 10% em relação a igual período de 2011.

Figura 3: Principais exportadores europeus de vestuário de malha com destino à Rússia



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 4: Principais exportadores europeus de vestuário exceto malha com destino à Rússia



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Analisando o caso das exportações europeias de vestuário de malha (categoria 61) com destino à Rússia ao longo do período de 2000 a 2011, salienta-se a forte quebra de representatividade das exportações da Itália, as quais caíram 34,5 pontos percentuais (p.p.) entre 2000 e 2011 e 12,6 p.p. entre 2005 e 2011. No entanto, é de salientar que, apesar da quebra de quota no contexto do comércio extra-comunitário, a Itália aumentou em 81% o valor das suas exportações com destino à Rússia entre 2000 e 2011 e entre 2005 e 2011 registou um crescimento de 10%. De referir ainda que entre 2010 e 2011 as exportações italianas cresceram 6%, cifrando-se o ano passado nos 281,0 milhões de euros. Nos primeiros seis meses de 2012 as exportações italianas nesta categoria de produtos cresceram 23% em relação a igual período do ano anterior.

No período de 2005 a 2011 o destaque vai para o expressivo crescimento registado nas exportações de vestuário de malha originárias da Lituânia e de Espanha, as quais registaram crescimentos na ordem dos 2203% e 589%, respetivamente. A Espanha assume particular destaque em 2011 ao registar o maior crescimento entre os cinco principais exportadores, com uma subida de 57%.

Apesar dos crescimentos registados ao longo do período em análise, Portugal permanece em 2011 como um ator pequeno entre os principais países europeus exportadores de vestuário de malha para a Rússia, com exportações na ordem dos 1,3 milhões de euros, equivalentes a uma quota de 0,13%. Desta forma, Portugal ocupa a 23.ª posição entre os 27 países do espaço europeu relativamente às ex-

portações de vestuário de malha destinado à Rússia. Esta representatividade regista-se apesar do crescimento de 115% verificado nas exportações entre 2005 e 2011 e do crescimento de 1484% registado entre 2000 e 2011. Em 2011 Portugal exportou mais 38% de vestuário de malha para a Rússia e ao longo dos primeiros seis meses de 2012 as exportações portuguesas de vestuário de malha cresceram 28%.

À semelhança do que foi registado no vestuário de malha, também as exportações europeias de vestuário exceto de malha (categoria 62) destinadas à Rússia, registaram um crescimento muito acentuado ao longo do período de 2000 a 2008, com um aumento de 368% no valor exportado. Este crescimento resultou da evolução das exportações dos cerca de 409,0 milhões de euros em 2000 para os 1.915,3 milhões de euros em 2008. De referir ainda que nos seis primeiros meses do ano as exportações europeias de vestuário exceto malha com destino ao mercado russo aumentaram 10%.

Analisando a evolução das exportações de vestuário exceto de malha (categoria 62) dos cinco principais fornecedores europeus para o mercado russo, o destaque vai para a representatividade da Itália, que apesar de ter perdido 4,4 p.p. de quota, é ainda responsável por 45% das exportações originárias dos países europeus e destinadas ao mercado Extra-UE27. As exportações italianas cresceram 53% entre 2005 e 2011 e 21% entre 2010 e 2011, ficando cifradas perto do 758,2 milhões de euros. De salientar que ao longo dos primeiros seis meses de 2012 as exportações italianas de vestuário exceto de malha com destino ao mercado russo cresceram 8%.

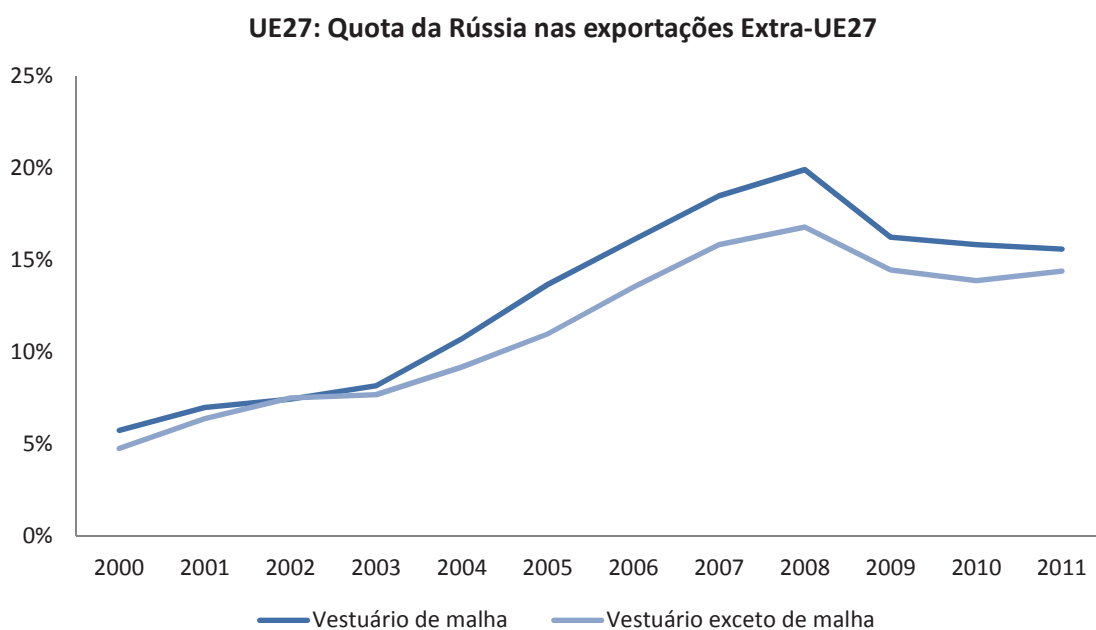
Entre os principais exportadores é de salientar ainda o crescimento registado na quota da Espanha e da Lituânia, com ganhos de 4,1 p.p. e 3,8 p.p., respetivamente, e subidas de 649% e 1787% ao nível do valor das exportações de vestuário exceto de malha com destino à Rússia entre 2005 e 2011. De salientar que este dois países registaram crescimentos no valor das exportações na ordem dos 50% e 60% entre 2010 e 2011, ficando cifradas nos 89,1 milhões de euros no caso da Espanha e nos 70,2 milhões de euros no caso da Lituânia, com crescimentos de 10% e 25%, respetivamente, ao longo do primeiro semestre de 2012.

Relativamente a Portugal, também ao nível do vestuário exceto de malha a representatividade é bas-

tante reduzida, apesar da evolução positiva que tem sido registada. As exportações portuguesas nesta categoria ficaram cifradas abaixo dos 0,62 milhões de euros e uma representatividade de 0,04% no espaço comunitário, colocando o país na 23.ª posição ao nível europeu.

Entre 2005 e 2011 as exportações portuguesas de vestuário de malha com destino à Rússia cresceram 132%, tendo caído 20% entre 2010 e 2011. No entanto, nos primeiros seis meses de 2012 as exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino à Rússia cresceram uns expressivos 283%, colocando a quota portuguesa nos 0,12% do total da UE27.

**Figura 5: Evolução da quota da Rússia nas exportações extracomunitárias de vestuário**



Fonte: baseado em dados do Eurostat

No âmbito das exportações europeias de vestuário com destino ao mercado Extra-UE27, a Rússia tem registado uma preponderância crescente e muito relevante ao longo do período de 2000 a 2011. Assim, desde uma quota de praticamente 5% registada em 2000, a representatividade da Rússia cresceu de forma pronunciada até 2008, altura em que atingiu o pico, representando praticamente 20% das exportações extracomunitárias de vestuário de malha e quase 17% das exportações de vestuário exceto malha. A partir de 2008 foi registada uma perda de representatividade, ficando o mercado russo com quotas na ordem dos 16% no vestuário de malha e 14% no vestuário exceto malha.

Apesar do crescimento que tem sido registado no valor das exportações portuguesas de vestuário com destino ao mercado russo, Portugal assume uma representatividade muito reduzida ao nível das exportações europeias de vestuário com destino à Rússia. Considerando os dados relativos ao ano 2011, as exportações portuguesas de vestuário de malha representaram apenas 0,13% do valor total das exportações destinadas à Rússia por parte dos países da UE27. No caso do vestuário exceto malha a situação é ainda mais dramática, com uma representatividade que fica aquém dos 0,04% no panorama europeu.

**Tabela 1: Quota de Portugal nas exportações europeias de vestuário com destino à Rússia**

Portugal: Quota nas exportações de vestuário da UE27 com destino à Rússia							
Descrição	2000	2005	2009	2010	2011	△ (2000/11)	△ (2005/11)
Vestuário malha (P%)	0,033%	0,094%	0,083%	0,107%	0,126%	0,09 p.p.	0,03 p.p.
Vestuário malha (EUR)	82.841	610.849	708.152	947.840	1.312.400	1484%	115%
Vestuário exc. malha (P%)	0,035%	0,026%	0,026%	0,057%	0,036%	0,002 p.p.	0,01 p.p.
Vestuário exc. malha (EUR)	142.417	266.411	342.462	772.942	616.768	333%	132%

Fonte: baseado em dados do Eurostat

## Exportações portuguesas destinadas à Rússia

Apesar da reduzida relevância da Rússia ao nível das exportações portuguesas de vestuário (categorias 61 e 62) – em 2011 representou uma quota de apenas 0,08% dos 2,46 mil milhões de euros de vestuário exportado por Portugal –, a Rússia tem registado uma evolução relevante entre os destinos extracomunitários. A importância deste mercado prende-se também com a sua dimensão e com as perspetivas de crescimento que representa.

Considerando o agregado das duas categorias de vestuário em análise ao nível das exportações Extra-UE27, a Rússia evoluiu de uma quota de apenas 0,2% no ano 2000 para 2,3% em 2008. No ano 2009 foi registada uma acentuada perda de representatividade, a qual foi praticamente recuperada em 2010, ano em que a quota russa foi de 2,2%. No ano 2011 foi novamente registada uma ligeira perda de representatividade, resultado de uma queda de 0,2 p.p., mas no primeiro semestre de 2012 a quota da Rússia atingiu o ponto mais elevado desde o ano 2000, com uma proporção de 3,3% do valor total das exportações de vestuário extracomunitárias.

A análise da evolução do valor das exportações portuguesas de vestuário com destino à Rússia evidencia uma tendência semelhante à verificada na evolução da quota das exportações, com uma subida praticamente constante ao longo do período de 2000 a 2008, ano em que o valor total ficou cifrado nos 2,4 milhões de euros. Verificou-se uma queda acentuada em 2009 e uma recuperação gradual ao longo de

2010 e 2011. De salientar que, no primeiro semestre de 2012, foi registada uma subida de 127% no valor das exportações de vestuário destinadas à Rússia, relativamente a igual período do ano anterior.

Em termos da variação ao longo do período em análise, verificou-se que entre o ano 2000 e 2008 as exportações de vestuário destinadas à Rússia aumentaram 966%. Apesar da recuperação registada em relação a 2009 (ano em que a queda nas exportações atingiu os 56%), as exportações em 2011 ficaram ainda 20% abaixo do valor registado em 2008. De ressaltar, no entanto, o crescimento conseguido no primeiro semestre de 2012.

Em termos de representatividade por categoria de produtos de vestuário ao longo do período em análise, o destaque entre 2000 e 2011 é assumido pelo vestuário de malha (apenas com a exceção no ano 2000) com uma representatividade média de quase 70% do valor das exportações, ficando os restantes 30% associados ao vestuário exceto de malha. De salientar, no entanto, que no primeiro semestre de 2012 foi registada uma alteração nesta proporção, com o vestuário exceto de malha a representar 65% das exportações portuguesas de vestuário destinadas à Rússia, enquanto o vestuário de malha foi responsável pelos restantes 35%.

Ao nível da análise das subcategorias mais representativas das exportações portuguesas de vestuário com destino ao mercado russo, tem sido registada uma variação considerável ao longo do período em causa, no qual são destacados os anos 2000, 2005 e 2011.



Figura 6: Quota da Rússia nas exportações portuguesas extracomunitárias



Fonte: baseado em dados do INE

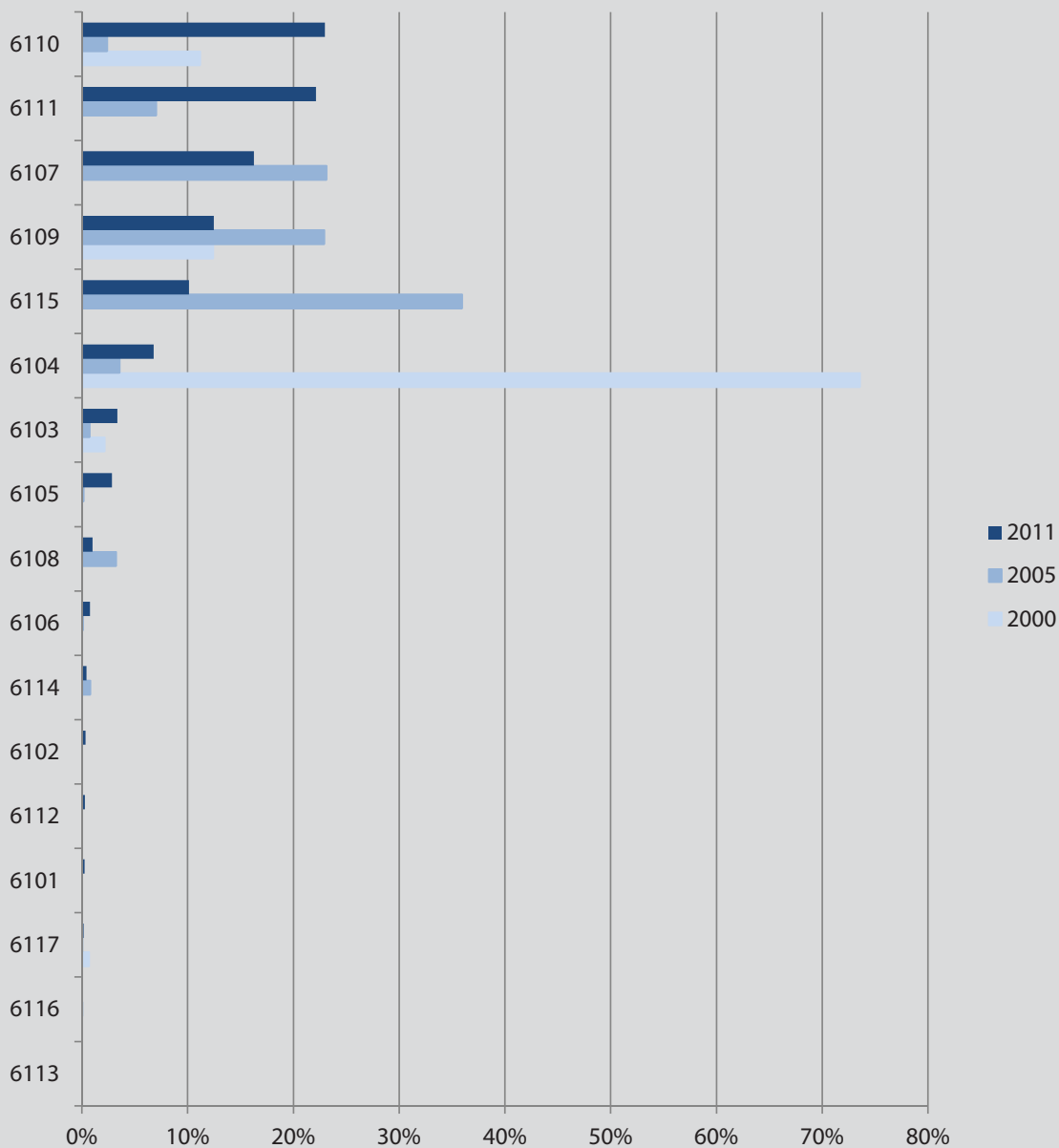
Figura 7: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Rússia



Fonte: baseado em dados do INE

Figura 8: Exportações portuguesas de vestuário de malha com destino à Rússia

**Portugal: exportações vestuário de malha destino Rússia**  
Evolução da quota em valor (EUR)



Fonte: baseado em dados do INE

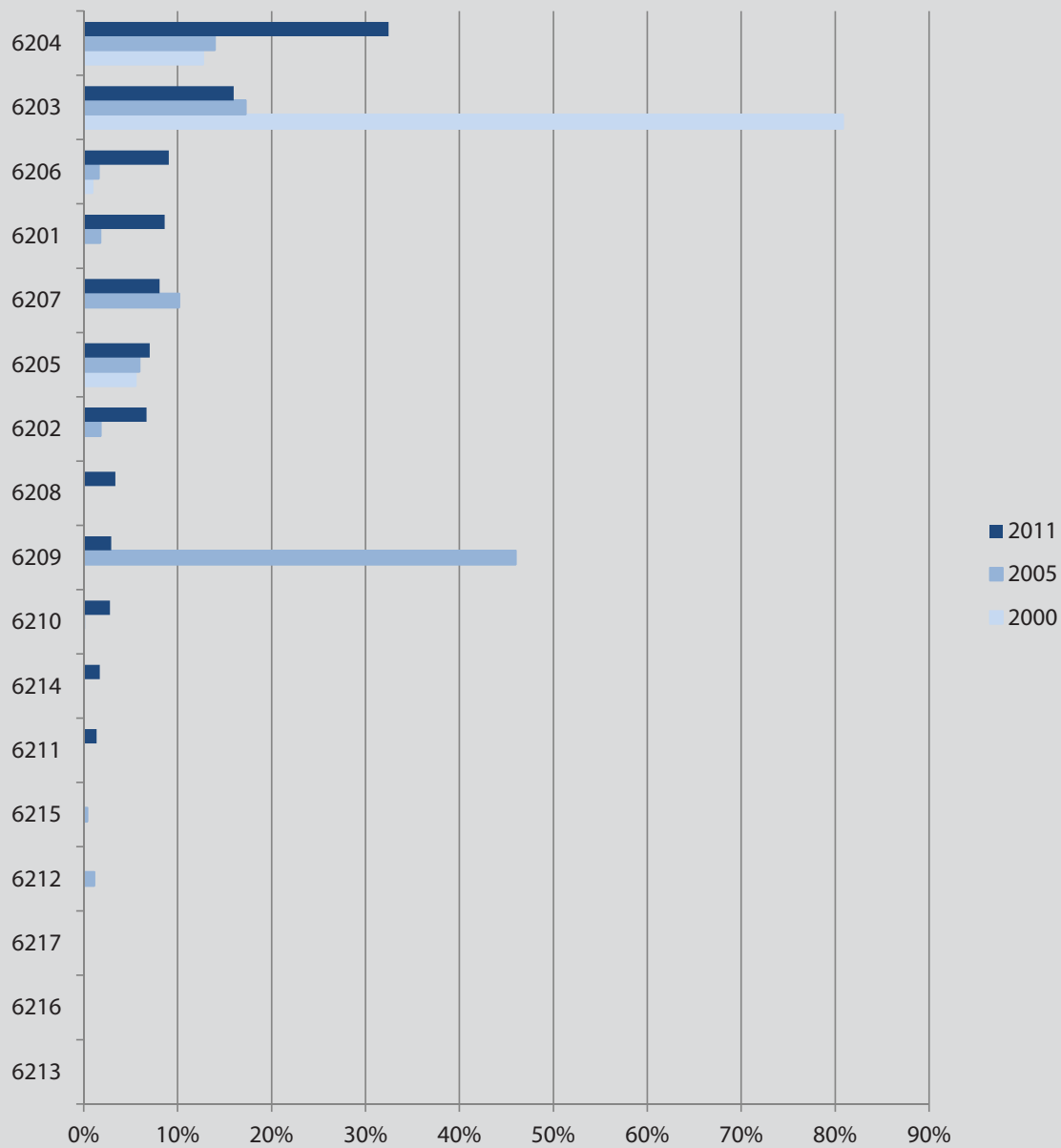
No ano 2000 a subcategoria de vestuário de malha com maior representatividade era a 6104 (fatos de saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, saias-calças, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de malha, de uso feminino) com 74%, seguida pela 6109 (t-shirts, camisolas interiores e artigos semelhantes, de malha) com 12% e a 6110 (camisolas e pulôveres, cardigans, coletes e artigos semelhantes, de malha) com 11%. No ano 2005 houve uma alteração na representatividade, passando a figurar na primeira posição a subcategoria 6115 (meias-calças, meias acima do joelho, meias até ao joelho e artigos semelhantes, de malha) com uma proporção de 36%, seguida pela 6107 (cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de malha, de uso masculino) e a 6109 (t-shirts, camisolas interiores e artigos semelhantes, de malha), ambas com 23%. Em 2011 as proporções foram novamente alteradas, figurando na primeira posição a subcategoria 6110 (camisolas e pulôveres, cardigans, coletes e artigos semelhantes, de malha) com 23%, seguida pela 6111 (vestuário e seus acessórios, de malha, para bebés) com 22% e a 6107 (cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas, roupões de banho, robes e semelhantes, de malha, de uso masculino) com 16%.

Relativamente ao vestuário exceto malha, também tem sido registada uma alteração significativa das

principais subcategorias de produtos exportados por Portugal para a Rússia ao longo do período de 2000 a 2011. Neste caso, em 2000 as principais subcategorias exportadas foram a 6203 (fatos, conjuntos, casacos, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso masculino) com uma proporção de 81%, seguida pela 6204 (fatos de saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, saias-calças, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso feminino) com 13% e a 6205 (camisas de uso masculino) com 6%. No ano 2005 a maior representatividade foi registada na subcategoria 6209 (vestuário e seus acessórios, de matérias têxteis, para bebés) com 46%, seguida pela 6203 (fatos, conjuntos, casacos, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso masculino) com 17% e a 6204 (fatos de saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, saias-calças, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso feminino) com uma quota de 14% das exportações. Em 2011 a representatividade pertenceu à subcategoria 6204 (fatos de saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, saias-calças, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso feminino) com uma proporção de 32%, seguida pela 6203 (fatos, conjuntos, casacos, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso masculino) com 16% e a 6206 (camiseiros, blusas, blusas-camiseiros, de uso feminino) e 6201 (sobretudos, japonas, gabões, capas, anoraques, blusões e semelhantes, de uso masculino), ambas com 9% das exportações.

Figura 9: Exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino à Rússia

**Portugal: exportações vestuário exceto malha destino Rússia**  
Evolução da quota em valor (EUR)



Fonte: baseado em dados do INE

## Perspetivas futuras

De acordo com a análise apresentada pelo Textiles Intelligence, o mercado russo de vestuário está em vias de crescimento, estando previstas ao longo do período 2012/2013, taxas de crescimento de 6% ao ano. Caso tal se verifique, a Rússia irá figurar entre os dez principais mercados internacionais de vestuário.

Dando seguimento ao processo de expansão ao longo do território russo, espera-se a abertura de novas lojas de vestuário em diversas grandes cidades durante o período de 2012/2013, incluindo: Krasnodar, Sóchi, Kazan, São Petersburgo e Yekaterimburgo. A maioria destas lojas será operada por marcas internacionais.

A maioria dos analistas russos acredita que a melhor forma de desenvolver as marcas externas na Rússia será investir no formato de lojas de departamentos. Esta perspetiva é suportada pela existência

de diversos edifícios que não estão ocupados e que poderiam potencialmente ser renovados e desenvolvidos com este objetivo.

As novas marcas estrangeiras vão provavelmente focalizar a sua atenção no desenvolvimento da marca nas regiões da província onde as rendas são consideravelmente mais baixas e os mercados menos saturados do que em Moscovo, São Petersburgo e outras grandes cidades.

O segmento mais promissor no mercado de vestuário da Rússia, em termos de crescimento anual, é o vestuário masculino. Efetivamente, este segmento está previsto crescer a taxas de dois dígitos ao longo do período de 2012/2013. De destacar também como promissor o vestuário de criança, cujas estimativas apontam para crescimentos médios de 10% ao longo do período de 2012/2013.



## Considerações finais

Desde 1999 que a Rússia tem registado taxas de crescimento económico incríveis, melhorado constantemente as condições macroeconómicas e assumido um crescente envolvimento na economia global. Estas conquistas, em conjunto com os elevados preços do petróleo, a estabilidade política e económica e o elevadíssimo investimento direto estrangeiro, contribuíram para o crescimento da economia do país. Neste cenário de desenvolvimento económico, as empresas locais e estrangeiras continuam a procurar aceder a uma crescente classe média, caracterizada pelo desejo de consumir mais e aumentar os seus padrões de vida.

A atração para os retalhistas estrangeiros investir na Rússia é simples: o país deverá tornar-se no maior mercado de consumo da Europa e apresenta atualmente um baixo grau de penetração do retalho moderno. Um estudo do Euromonitor salientou o potencial para a contínua penetração de formatos de retalho modernos na Rússia. O organismo esti-

ma que 40% do mercado de retalho total da Rússia estará enquadrado na categoria modernizado. Esta é uma proporção relativamente baixa quando comparada com os 45% da Turquia, os 48% da Polónia ou os 60% da África do Sul. Para além disso, o poder de compra da classe média da Rússia está a crescer, com os salários reais mensais a aumentarem e a disponibilidade de crédito ao consumo a melhorar, apesar de possuir uma base de partida baixa.

Por conseguinte, e considerando a recuperação registada no retalho e na economia russa a partir de 2010, estão aparentemente reunidas as condições para os investidores beneficiarem do potencial de crescimento da classe média russa e dos crescentes níveis de consumo. Com tantos indicadores positivos associados às vendas a retalho, torna-se evidente que devem ser realizadas alterações fundamentais à cultura de negócio da Rússia, para que continue a desenvolver-se como mercado apelativo para o investimento estrangeiro e doméstico.





## Metodologia e referências

O presente trabalho recorreu à utilização de diversas fontes de informação, quer ao nível da recolha de dados estatísticos, quer da fundamentação e argumentação da análise realizada, salientando-se as

seguintes: Euromonitor International, Eurostat, INE (Instituto Nacional de Estatística), Jones Lang LaSalle, PMR Research e Textiles Intelligence.

*A informação contida nesta publicação foi obtida de fontes consideradas fiáveis, mas a sua precisão não pode ser totalmente garantida. O CENIT não se responsabiliza por qualquer perda, direta ou potencial, resultante da utilização desta publicação ou dos seus conteúdos. A reprodução de parte ou da totalidade desta publicação é permitida, sujeita a indicação da fonte.*

CENIT – Centro de Inteligência Têxtil

Tel.: 252 30 20 20

E-mail: [mteixeira@portugaltexil.com](mailto:mteixeira@portugaltexil.com)

Web: [www.portugaltexil.com](http://www.portugaltexil.com)



