

Outlet Polska, hurtowy i detaliczny dystrybutor markowej odzieży outletowej oraz właściciel sieci sklepów City Hell i City Hell Baby wchodzi w e-rynek. Sprzedaż online prowadzona będzie pod marką City Hell. Firma prognozuje, że sprzedaż końcówek kolekcji w internecie zwiększy obroty firmy o 50 proc.

Sprzedaż końcówek kolekcji w internecie to trzeci projekt spółki związany z rozwojem marki City Hell, która sygnuje sieć multibrandowych outletów odzieżowych. Realizacja nowego projektu ruszy wraz z wejściem do butików City Hell jesiennej kolekcji. Modele obecne w tradycyjnych salonach będą również dostępne online. Nowy pomysł spółki ma poszerzyć spektrum odbiorców oferty firmy i objąć najważniejsze źródła dystrybucji rynku odzieżowego. Celem pomysłu jest dotarcie do klientów, którzy nie mają możliwości dokonania zakupów w tradycyjnym salonie City Hell.

Dotychczas firma skupiała się wyłącznie na rynku sprzedaży bezpośredniej. Jednak rosnący potencjał handlu online zdecydował o wejściu firmy również w e-rynek. – Rynek związany z branżą outletową stanowi nowość w Polsce. Tradycyjna forma sprzedaży końcówek kolekcji powoli się konsoliduje. Przeciwnieństwem jest rynek internetowy, który wciąż jest mocno rozdrobniony, a dominującym miejscem zakupów jest Allegro. Jednak nieznanne pochodzenie obecnych tam produktów obniża gwarancję ich wysokiej jakości i oryginalności. – mówi Adam Bilik, współwłaściciel Outlet Polska. Outlet Polska zamierza wykorzystać niszę i równolegle prowadzić sprzedaż końcówek kolekcji w tradycyjnych sklepach City Hell oraz poprzez firmową stronę internetową.

Według danych finansowych wartość rynku internetowego w Polsce w 2009 roku wyniosła ok. 13 mld zł. i co roku rośnie o kolejne 30 proc. Tendencja wzrostowa wynika nie tylko z wygody kupowania w sieci, bez konieczności wychodzenia z domu, ale również z niższej ceny. Dlatego, jak twierdzi Adam Bilik, internet sprzyja również sprzedaży końcówek kolekcji, których koszt będzie jeszcze niższy dzięki dystrybucji online. Według niego cena odzieży outletowej sprzedawanej w sieci może być jeszcze o 50 proc. od ceny w salonie firmowym.

## **Outlet Polska**