



ДОРОГИ ХВАТИТ
НА ВСЕХ!

Франшиза сети уникальных магазинов
подарков и товаров для путешествий

«ЭКСПЕДИЦИЯ»

www.dorogi.ru

О БИЗНЕСЕ

**«Мы делаем работу образом жизни,
а образ жизни – работой».**

Сначала мы «производим» настоящие, захватывающие истории, а уже из них выводим товарные категории.

Бизнес для нас – это движение от легенды к эмоциональному товару и к мечте человека.

Компания делает ставки на собственные бренды, которые по идеологии и по содержанию мы определяем как – бренды образа жизни.

ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ

Компания «РУЯН» основана 23 января 1995 года.

Специализировалась на создании и дистрибуции брендов (средства от насекомых Раптор, Москитол, Gardex; обувная косметика Salton, Твист, Patisson; товары для пикника и шашлыка Forester; термобелье Norveg).

С 2002 года концентрируется на развитии зонтичного бренда «Экспедиция».

В настоящее время осуществляет проекты в направлениях:

- Производство и дистрибуция снаряжения
- Ресторанная деятельность (сеть ресторанов и банных комплексов «Экспедиция», «Драйв-кафе»)
- Розничная сеть (магазины «Экспедиция»)
- Рекламно-издательская деятельность (журнал «Экспедиция»)
- Event-мероприятия («Севморпуть 2011» экспедиция на парусных катамаранх по Северному морскому пути, гонка «Экспедиция-Трофи», проект Expedition Around The World, агентство праздников «Экспедиция Зеленый театр»)
- HR активность (Бизнес серфинг школа «Экспедиция»)

«СЕВМОРПУТЬ» И «ЭКСПЕДИЦИЯ-ТРОФИ»



ИДЕОЛОГИЯ

- ✘ Магазины «Экспедиция» - это сеть унифицированных магазинов с постоянно обновляемым ассортиментом и единой ценовой политикой.
- ✘ «Экспедиция» - это история про любовь к дороге и открытиям, история про настоящие отношения между людьми.
- ✘ «Экспедиция» - это выбор целеустремленных, бросающих себе вызов людей, готовых к самым сложным испытаниям, ценящих надежность и высокое качество во всем.
- ✘ Компания делает ставки на собственные бренды, которые по идеологии и по содержанию мы определяем как БРЕНДЫ ОБРАЗА ЖИЗНИ.
- ✘ Важной особенностью франчайзинговых магазинов «Экспедиции» является то, что жизнь в них не останавливается ни на мгновение, создание новых «зажигательных» товаров-образов происходит постоянно. В этом процессе задействована огромная интеллектуальная и творческая составляющая личности.

ЧТО ПОЛУЧАЕТ ФРАНЧАЙЗИ?

- ✘ право использования товарного знака «Экспедиция» в магазине (название, стиль, оформление),
- ✘ ноу-хау в области создания и эксплуатации успешного магазина,
- ✘ стандарты отбора и обучения персонала,
- ✘ специальные условия по поставке эксклюзивного товара,
- ✘ разработку архитектурно-планировочного решения для помещений магазина,
- ✘ единые стандарты мерчендайзинга,
- ✘ размещение информации о магазине в информационных ресурсах компании: печатные и он-лайн издания, выставки, телевидение и т.д.
- ✘ совместная разработка программы продвижения магазина и участие в акциях.

ФОРМАТЫ МАГАЗИНОВ

ТЕРРИТОРИЯ ЯРКИХ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

(полноформатный магазин, торговое помещение площадью 20-60 кв.м., находящееся в оживленном торговом центре или отдельно стоящем проходимом месте города).



ОРАНЖЕВЫЙ ДЖИП

(островной магазин, торговое помещение площадью 4-12 кв.м., находящееся в торговой галерее оживленного торгового центра).



ИНВЕСТИЦИИ В ТЕРРИТОРИЮ ЯРКИХ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

- ✘ **Объем инвестиций: 1 300 000 рублей.**
 - в ремонт и отделку помещения, приобретение торгового оборудования, освещения и оборудования для автоматизации торговли: от 300 000 рублей.
 - первоначальные вложения в товар: от 1 000 000 рублей.
- ✘ **Роялти и паушальный взнос: отсутствуют.**
- ✘ **Срок окупаемости: 0,5-1,5 года в зависимости от месторасположения магазина.**
- ✘ **Период подготовки магазина к открытию: от 30 дней.**
- ✘ **Эффективность вложения: от 50% до 200% годовых.**

ИНВЕСТИЦИИ В ОРАНЖЕВЫЙ ДЖИП

- ✘ **Объем инвестиций: 500 000 рублей**
 - средства для приобретения оборудования и освещения: от 200 000 рублей.
 - первоначальные вложения в товар: от 300 000 рублей.
 - для эффективного развития бизнеса необходима сеть из нескольких магазинов.
- ✘ **Роялти и паушальный взнос: отсутствуют.**
- ✘ **Период подготовки магазина к открытию: от 30 дней.**
- ✘ **Срок окупаемости: при условии открытия одного магазина составит 0,5-1 год в зависимости от месторасположения магазина.**
- ✘ **Эффективность вложения: от 50% до 200% годовых.**

ПОЧЕМУ ИМЕННО ЭТО ПРЕДЛОЖЕНИЕ?

Комментарии экспертов:

«Уникальная прибыльная и устойчивая рыночная ниша. Первая и единственная в России франшиза на рынке товаров для активного туризма. Быстрая раскрутка на столичном рынке и отсутствие конкурентов позволяют сделать выводы о том, что этот бренд прочно займет первое (возможно, монопольное) место в этом направлении российского бизнеса на многие годы.

Поэтому, у партнеров «Экспедиции» есть все шансы стать монополистами в своем регионе».

АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ

1. «До и После»

Здесь представлены товары, которые предназначены для повседневного быта, ведь, уходя в любую экспедицию, человек всегда хочет вернуться в уютный дом. Аксессуары для дома, быта, уюта – многие из которых могут быть привезены из экспедиций в качестве трофеев. Кроме того, в эту категорию попадают «штучные», авторские изделия – мех, кожа, кость, дерево, металл и драгметалл.

2. «Снаряжение»

Все, что может потребоваться в пути – как пешим туристам, так и автомобилистам. От походных ножей и кружек до чумов и сумок. Здесь же – категория «свет» и электронные устройства для походов.

3. «Экспетро»

Этим словом мы постарались обозначить нашу уникальность – идею и креатив, положенные в основу разработки товаров. Мы – «эксперты» в этой области, и мы в ней здорово «петрим». В этой категории представлены товары, интеллектуальная составляющая в которой преобладает.

Это футболки с надписями, а также кружки, бейсболки, спички и сумки. Здесь и наша гордость – наборы «городской стервы», секс-наборы, игры и подарки – все с уникальным наполнением.

ПРИМЕРЫ ТОВАРОВ



Фляга в чехле с мехом



Гамак



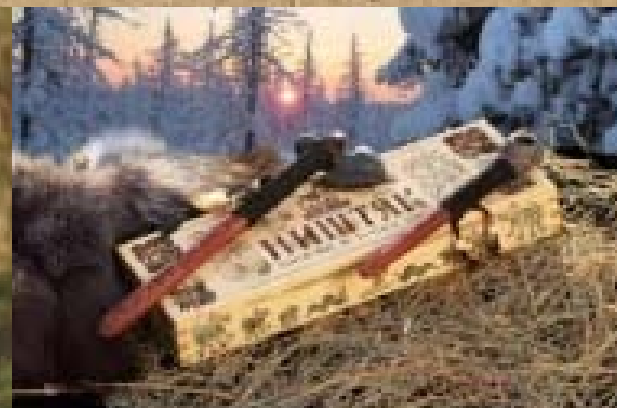
Фляга бурдюк



Доска для разделки рыбы



Набор посуды



Набор «Ништяк»

НАЧНИ СВОЙ БИЗНЕС В ЭКСПЕДИЦИИ С НИЗКОРИСКОВАННОГО ПРОЕКТА «ВРЕМЕННЫХ МАГАЗИНОВ».

Цели проекта:

- ✘ Дать толчок к созданию новых партнерских отношений.
- ✘ В ходе проекта определить торговые площадки для последующего перевода из временного формата в постоянный.
- ✘ Повысить узнаваемость бренда «Экспедиция».



ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПРОЕКТА

- ✘ Размещение киоска 4-6 кв.м. в оживленных галереях торговых центров либо в прикассовой зоне гипермаркетов среднего и премиум-класса.
- ✘ Период работы магазинов ноябрь 2010 – март 2011 гг.
- ✘ Минимальный товарный остаток в магазине должен составлять 300 000 руб. в закупочных ценах.
- ✘ 100% предоплата за товар.

ПРЕДЛАГАЕМ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ СЛЕДУЮЩИЕ ГОРОДА (В ТОМ ЧИСЛЕ РАССМАТРИВАЕМ ВАШИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ):

- × Астрахань
- × Абакан
- × Анадырь
- × Анапа
- × Барнаул
- × Березняки
- × Брянск
- × Владикавказ
- × Воскресенск
- × Геленджик
- × Елабуга
- × Златоуст
- × Калининград
- × Липецк
- × Надым
- × Нефтеюганск
- × Нижний Тагил
- × Омск
- × Пятигорск
- × Северодвинск
- × Ставрополь
- × Стерлитамак
- × Тобольск
- × Уссурийск
- × Усть-Илимск
- × Ухта
- × Ханты-Мансийск
- × Чита
- × Элиста

«Мы не воюем, мы побеждаем»!

Спасибо за интерес, проявленный к «Экспедиции»!

Пишите нам на franch@dorogi.ru

www.dorogi.ru, www.e-xpedition.ru