

Wesele w portfelu

Data: 2007-01-29

Autor: Aleksandra Pielechaty

Branża ślubna jest niedoceniana przez ekspertów od biznesu i wielkiej gospodarki. Organizatorów wesel, właścicieli salonów z modą ślubną oraz projektantów zaproszeń ślubnych nie traktuje się serio. Tymczasem według najnowszych prognoz przemysł weselny to jeden z nielicznych, który w najbliższej przyszłości oprze się recesji. Okazuje się, że na białych sukniach, piętrowych tortach i specjalnych ofertach wycieczkowych dla nowożeńców można nieźle zarobić.

Richard Markel, przewodniczący **Amerykańskiego Stowarzyszenia Organizatorów Wesel** twierdzi, iż przeciętne koszty organizacji tej uroczystości w Stanach Zjednoczonych wynoszą około 27 tys. dolarów. Każdego roku w Ameryce organizowanych jest 2,5 miliona wesel, co w sumie kosztuje Amerykanów 67,5 miliarda dolarów. Badania **Amerykańskiego Biura Statystyki** głoszą, że do 2010 roku wydatki te wzrosną o 4%. Dane te są imponujące, lecz jeszcze lepsi od Amerykanów są Japończycy, którzy w zeszłym roku wydali 83 miliardy dolarów na wesela (wg. Online Wedding Market Report).

Obrączkowy marketing

Nikt jeszcze nie policzył dokładnie, ile co roku wydają Polacy na organizację przyjęć weselnych, lecz faktem jest, iż przemysł ślubny w naszym kraju rozwija się pełną parą. Świadczą o tym organizowane w sezonie przedweselnym targi tematyczne, na których spotyka się cała branża. W Trójmieście są to **Pomorskie Targi Ślub i Wesele**, przygotowywane przez firmę **Weselnik**, wydawcę informatarów-kwartalników dla narzeczonych i jednocześnie serwis internetowy, skupiający wszelkie informacje z zakresu poradnictwa weselno-ślubnego. - Targi są nie tylko corocznym spotkaniem branży i prezentacją nowinek - mówi dyrektor targów, **Joanna Jagiełło**. - To także zintegrowany system marketingowy i możliwość bezpośredniego spotkania z klientem, co jest niezwykle istotne w tej branży. Targi stanowią najlepsze źródło informacji o trendach na rynku, o wymaganiach klientów, o konkurencji - kontynuuje dyrektor Jagiełło - to synteza aktualnej oferty.



Branża

Targi są doskonałym sposobem na skontrolowanie co nowego dzieje się w przemyśle weselnym, który, okazuje się bardzo chłonnym sektorem. Wystawić się może każdy, kto tematycznie pasuje mniej lub bardziej do tego najbardziej szczęśliwego dnia w życiu. Tłumnie stawili się właściciele salonów sukien ślubnych, przedstawiciele restauracji i domów weselnych, kwiaciarnie, fotografowie, właściciele limuzyn i fryzjerzy. Byli i dentyści (np. **Bałtycka Klinika Stomatologii Kosmetycznej**), którzy wśród usług dla nowożeńców proponowali m.in. "beztresowe znieczulania i gaz rozweselający" - wg. niektórych usługa bardzo się proponowała podczas ceremonii ślubnej. Pomorskie targi są czwartą tego typu imprezą organizowaną w regionie, więc paleta jest jeszcze skromna, choć tegoroczni wystawcy zajęli całą powierzchnię hali widowiskowej **AWFiS** w Oliwie. Szybko rozwijający się przemysł weselny daje jednak nadzieję, że już za kilka lat nasze targi "Ślub i Wesele", będą przypominały np. Bride Show w Nowym Jorku, gdzie specjalny dwupoziomowy sektor zajęli hodowcy ozdobnych gołębi - tych wypuszczanych przy dźwiękach weselnych dzwonów na pomyślność młodej parze (a propos **Bałtyckie Targi Gołębi** odbywały się w tym samym czasie nieopodal na terenie **Międzynarodowych Targów Gdańskich**).



Najważniejsza: suknia

Podobno na ślubie i na weselu najważniejsza jest panna młoda i jej sukienka. Suknia ślubna to dziś wydatek sięgający nawet 20 tys. zł, gdyż w polskich salonach bez problemu można dziś kupić dzieła największych światowych kreatorów - Diora, Chanel, Gucci, a tyle kosztują ślubne toalety tych firm. - Suknia ślubna powinna być przede wszystkim prosta i bardzo elegancka - mówi **Agnieszka Pietrzykowska** z firmy **Agnes**.



- Minęła era sukni-bez i kilkumetrowych, ciężkich trenów. Liczy się minimalizm w świetnym wykonaniu. Coraz więcej Polaków stawia na jakość, dlatego przeważają modele z jedwabnego muślinu, satyny albo atlasu. Jak podkreślali wystawcy - producenci, krawcy, właściciele salonów z modą ślubną, suknia to jeden z najpoważniejszych wydatków młodej pary. Salon z modą weselną to zyskowna forma działalności. Marża detaliczna na jednej sukni to średnio 30 - 50 proc. jej ceny hurtowej, czasami nawet więcej. Najwyższe marże są na najdroższych sukienkach, dlatego sprzedaż jednego modelu to zarobek kilku tysięcy złotych. W ślubnym biznesie opłaca się też wypożyczanie sukien, ze względu na małe koszty własne firmy - wypożyczalni.



Coś starego, coś nowego, coś pożyczonego

Najczęściej wypożyczamy samochód, który ma zawieźć nas do świątyni lub USC. Wybór jest szeroki: może być cadillac, limuzyna, tradycyjny mercedes albo oryginalnie: bryczka. Transport weselny na pomorskich targach ślubnych prezentował się okazale przez budynkiem AWFIS, gdzie na co dzień parkują mniej okazałe auta studentów uczelni - Można się targować - dowcickowali przedstawiciele firm transportowych, pytani o cenę ślubnego przewozu. W weselnym biznesie ceny są zróżnicowane, a ustala je poziom luksusu, lub brak konwencji w wyborze. Korzystając z popularnych na Zachodzie usług organizatorów ślubów możemy zażyczyć sobie balon albo kucyka - jako ślubny środek transportu. Na Pomorskich Targach Ślub i Wesele tzw. wedding planners nie wystawiali się. Być może dlatego, iż branża ta dopiero raczkuje w naszym kraju, podczas gdy w Stanach Zjednoczonych już ponad połowa młodych par korzysta z ich usług.



Potrzebna pomoc

Kompleksowa organizacja wesel to pomysł na niszowy, ale perspektywiczny biznes. Osoba lub firma oferująca taką usługę najczęściej zajmuje się zorganizowaniem uroczystości od A do Z - począwszy od wyszukania idealnej sukni ślubnej, wynajęcia lokalu, doboru menu, skończywszy na podróży poślubnej. Zapotrzebowanie na taką usługę jest bardzo duże, bo coraz więcej par, które same organizowały uroczystości weselne, wspomina ten proces jako horror, który chętnie zrzuciłyby na czyjeś barki. Zainteresowanie klientów kompleksową organizacją wesel będzie rosło wraz z rozwojem gospodarki, ponieważ coraz większy odsetek osób nie ma czasu na organizację tak dużej uroczystości. Jediną barierą w rozwoju tego typu firm w naszym kraju może być tylko mentalność społeczeństwa, bo nadal sporo ludzi woli samemu zorganizować całe wesele, niż dać zarobić komuś innemu.



Duchowa oprawa

Ten element weselnego szczęścia też został zaproponowany przyszłym małżonkom na ślubnych targach, organizowanych przez firmę Weselnik. Podczas dwóch dni wystawowych chętni mogli uczestniczyć w prelekcjach "Małżeństwo Doskonałe" oraz "Idealna Synowa, Idealna Teściowa". **Jadwiga Piotrowicz z Centrum Rozwoju Osobowości** z Wejherowa objaśniała przyszłym oblubieńcom, jaką drogę wybrać by ich małżeństwo (oraz związek teściowa-synowa) było wolne od konfliktów i wzajemnych pretensji. Kilka niezawodnych recept, wliczonych w targowy bilet, miało być zachętą do indywidualnych konsultacji w cenie 60 złotych za spotkanie, po targach. Pytana czy ma wielu klientów wśród przyszłych par małżeńskich, Jadwiga Piotrowicz przyznaje, że jest ich wystarczająco dużo, żeby prowadzić te kursy. W cenę tęteń tęteń z trenerem nie jest niestety wliczony przepis na szczęście i gwarancja powodzenia w przyszłej drodze życia. Ale już firma **Beauty-expert** z Gdańska, zajmująca się fryzjerstwem oraz opalaniem natryskowym gwarantuje w swojej ulotce reklamowej "...Pomożemy Ci odnaleźć siebie", a motto **Grupy Hotelowej Orbis**, wystawiającej się też na targach ślubnych brzmi "Marzenia się spełniają". Bo chyba o to chodzi w tym biznesie.

