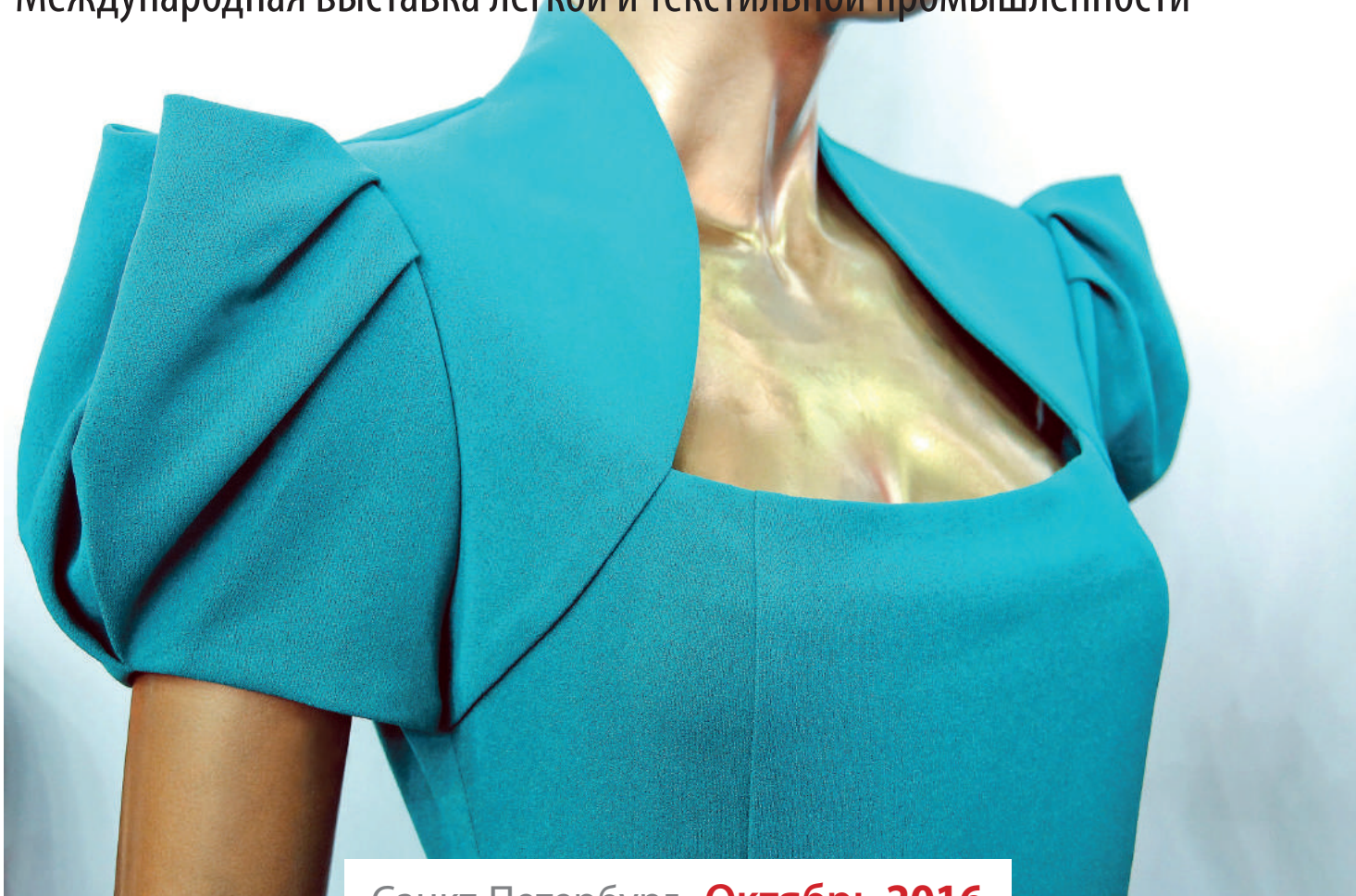




fashion industry^{news}*

Международная выставка легкой и текстильной промышленности



Санкт-Петербург **Октябрь 2016**



0+

Организатор:



При поддержке:



* Новости индустрии моды

ОФИЦИАЛЬНАЯ ЦЕРЕМОНИЯ ОТКРЫТИЯ ВЫСТАВКИ FASHION INDUSTRY

Традиционно в первый день выставки на главном подиуме проходит официальная церемония ее открытия, на которой присутствуют представители органов государственной власти, бизнес-сообщества и иностранных консульств. В этот раз ведущим церемонии стал наш специальный гость из Москвы – Дмитрий Губерниев, известный спортивный комментатор и рекламное лицо нашего экспонента – Фабрики мужских костюмов из Коврова «Сударь». Кроме этого, Дмитрий стал участником модного показа мужской одежды, а после создал огромный ажиотаж на стенде «Сударя», где каждый желающий получил совместную фотографию с Дмитрием и его личный автограф.



Дмитрий Губерниев,
спортивный комментатор,
ведущий официального открытия выставки
в октябре 2016 года

Сегодня я принял участие в официальном открытии не только в качестве ведущего, но и дебютировал в качестве модели, как рекламное лицо фабрики «Сударь», с которой мы уже стали настоящими друзьями, и я поддерживаю российского производителя не только на словах, но и на деле, и получаю от этого огромное удовольствие. Я хочу сказать большое спасибо организаторам

КОММЕНТАРИЙ

Fashion Industry. Мы часто говорим о том, что настало непростое время, а здесь люди не болтают, а делают, и мне это приятно. Я вижу, с каким интересом участвуют российские производители, компании из ближнего и дальнего зарубежья, с каким интересом посещают выставку люди. И мне кажется, что это и есть реальная работа на продвижение имиджа города, области, страны. И это могут создавать только неравнодушные люди, максимально заинтересованные в успехе своего дела.

Поэтому оргкомитету я хочу пожелать удачи, долгих лет успешной работы и с огромным удовольствием буду принимать участие в выставке и впредь!



Sudar

VENZANO
COLLECTION

fashion industry
Стенд №F8 G7

КОЛЛЕКЦИИ МУЖСКОЙ ОДЕЖДЫ
ВЕСНА/ЛЕТО 2017
ОСЕНЬ/ЗИМА 2017/2018

+7(812) 45-45-743
+7(921) 351-25-73
spb@sudarmen.ru
www.sudarmen.ru

Приглашаем оптовых клиентов к сотрудничеству!

Представительство АО «Сударь» в Санкт-Петербурге:

пр-т Обуховской обороны, д. 86, литер М, 4 этаж, офис 455, БЦ «Квартал»

ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОТряСЕНИЙ – ЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ



Олег Шость,
генеральный директор
Выставочного
Объединения
«ФАРЭКСПО»

Уважаемые участники, посетители Fashion Industry, а также те, кто впервые задумывается о выходе на рынок Северо-Западного региона!

Многие из вас имеют колоссальный опыт участия в выставках. Сегодня нам с вами очень важно обобщить весь тот объём знаний и навыков, который накопился за долгие годы работы, и совместно применить их, чтобы выйти с максимальной пользой из сложившейся непростой экономической ситуации в стране.

Существует мнение, что период экономических потрясений – это лучшее время для развития. И пока некоторые считают убытки и ждут помощи от государства, другие не просто уверенно чувствуют себя в сложившейся ситуации, но и используют все возможности для занятия новых ниш.

Именно в этот момент происходит перераспределение рынка. Одни фирмы исчезают, другие набирают силу, находя новые ассортиментные, производственные и ценовые ниши. Каждый участник ищет максимальную выгоду, а старые, наработанные схемы, которые казались незыблемыми, уже не являются таковыми.

Рынок изменяется, появляются фактически новые игроки, которые хотят новые выгодные условия. Продажи становятся сложнее.

В это время очень важна совместная работа экспонента и дирекции выставки – для максимально эффективного участия в ней. Не стоит ограничиваться традиционной работой на стенде.

Сегодня необходимо использовать все возможности выставки как многофункциональной платформы.

Мы обладаем колоссальной базой профессиональных посетителей, и с помощью наших предварительных рассылок вы сможете начать свою работу на выставке задолго до ее открытия. Если вы хотите провести индивидуальную презентацию с уникальным предложением, мы поможем вам собрать нужную аудиторию и предоставим специальную площадку для нее. На главном подиуме ежедневно проходят шоу-показы, и это лучшая возможность продемонстрировать ваши последние коллекции одежды, наглядно познакомив с ними потенциальных клиентов.

В настоящее время вопрос импортозамещения как никогда актуален для модной индустрии. Это подтверждается возросшей активностью ритейлеров, которые вынуждены в новых условиях полностью обновлять свой ассортимент за счет отечественных производителей.

В связи со всем этим роль выставок в кризисное время возрастает, и они становятся важным инструментом тестирования рынка, площадкой для непосредственного



Татьяна Нестерова,
директор выставки
Fashion Industry,
председатель Совета
директоров
ВО «ФАРЭКСПО»,
академик НАИМ



взаимодействия с покупателем с целью корректировки концепции дальнейшего развития компании.

Участие в выставке в первую очередь отражает готовность производителя к выходу на конкретный территориальный сегмент рынка и способствует повышению узнаваемости марки среди целевой аудитории.

Востребованность бренда на выставке зависит не только от успеха самой коллекции, но и от организации работы компании на стенде – от качества презентации продукции и оформления собственного выставочного пространства. Если все вопросы решены грамотно, то марке обеспечены внимание, новые контракты и покупатели. Поэтому важно уделять должное внимание и этим аспектам. И мы всегда готовы проконсультировать и помочь каждому экспоненту выступить на выставке максимально эффективно.



Усильте ваше участие в выставке, взглянув на нее со стороны всех маркетинговых задач, которые могут быть здесь реализованы!

Контакты оргкомитета:

т/ф. (812) 777-04-07, moda@farexpo.ru

www.fi-expo.ru

Санкт-Петербург, пр. Ю. Гагарина, 8, ПСКК,
павильон «ФАРЭКСПО».

vk.com/fashionindustry

[@fashionindustrytradefair](https://www.facebook.com/fashionindustrytradefair)

[@fashionindustryspb](https://www.instagram.com/fashionindustryspb)



Ирина Иванова,
начальник отдела легкой промышленности
Департамента развития внутренней
торговли, легкой промышленности
и потребительского рынка Министерства
промышленности и торговли РФ

По моему мнению, Северо-Западный регион – это законодатель моды. Как-то я уже говорила, что Радищев написал «Путешествие из Петербурга в Москву», вот и мода у нас идет из Петербурга в Москву, а не наоборот, и это исторически сложившаяся тенденция. Здесь проходит большое количество мероприятий, посвященных моде, дизайну и новым коллекциям. Кроме этого, Санкт-Петербург идет впереди по развитию малого бизнеса.

Выставка «Индустрия Моды» – важное и полезное мероприятие для всего Северо-Запада. Здесь есть возможность представить наглядно, каких успехов смогла добиться отрасль, продемонстрировать товар лицом и быстро наладить контакты. Близость к Западу тоже играет свою роль – я вижу и иностранных участников, а это дает возможности для кооперации и взаимодействия. Сейчас мода развита достаточно хорошо во всех регионах. Везде есть свои дизайнерские центры. Но именно здесь усилия объединены и консолидированы, что позволяет представить направление в полном масштабе: показы во время выставки, обсуждение представленных моделей сразу после них, возможность людям сразу же пообщаться с дизайнерами, а создателям коллекций – привлечь максимальное внимание среди большой аудитории, в которой есть и покупщики, и конечные потребители.

Важным мероприятием является Экономический Форум Индустрии Моды. Часто регионы чувствуют себя оторванными от центра и не всегда знают, что происходит в отрасли. Обмен мнениями и обсуждение того, что удалось достичь, какой поддержкой могут воспользоваться предприятия – это всегда полезно.

В то же время и центру интересно узнать, что происходит в регионах, как чувствуют себя предприятия, с какими проблемами они сталкиваются, и совместными усилиями найти какое-либо решение.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ ИНДУСТРИИ МОДЫ

6–9 октября в рамках выставки Fashion Industry прошел традиционный Экономический Форум Индустрии Моды

При поддержке Комитета
по развитию предпринимательства
и потребительского рынка
Санкт-Петербурга



Елена Капустина,
заместитель председателя
Комитета по развитию
предпринимательства
и потребительского рынка
Санкт-Петербурга

Мои впечатления по итогам конференции исключительно положительные. Мне очень понравилось, что состоялся честный, конструктивный диалог, где представители отрасли смогли заявить о тех проблемах, которые существуют сегодня. Такие мероприятия нужно проводить чаще. И хотелось бы, чтобы участники рынка легкой промышленности были более активными и доносили до нас свои трудности и предложения по их преодолению. Органы власти готовы поддерживать и принимать необходимые меры для решения этих вопросов. Ни один чиновник, сидя в кабинете, не сможет определить ту проблематику, которая существует, поэтому актуальность таких мероприятий невероятно высока. Здесь мы можем услышать вас, чтобы впоследствии создать более комфортные условия для ведения бизнеса.

Конференция «Легкая промышленность в современных экономических условиях. Проблемы и перспективы развития»

В ходе конференции были затронуты главные актуальные темы для бизнес-сообщества легкой промышленности:

- Господдержка: итоги лоббистской кампании 2016 года. Требования, выдвигаемые сегодня
- Региональные программы поддержки
- Финансы и кредиты для легкой промышленности
- Санкции и другие факторы, приведшие к проблемам в отрасли. Выживание в новых условиях
- Кадровый дефицит, причины проблем и перспективы отрасли
- Эффективность управления производством
- Кооперация и соперничество среди игроков рынка
- Тренды и основные изменения в легпроме

Гости конференции

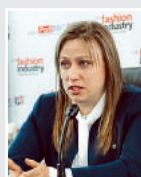
Ведущие специалисты отрасли, представители всех ее сторон – власть, бизнес и экспертное сообщество – выступили на конференции и стали участниками профессиональной дискуссии.

- Иванова И.А., начальник отдела легкой промышленности и потребительского рынка Министерства промышленности и торговли РФ
- Круглик А.А., президент ПАО «Рослегпром»



- Капустина Е.А., заместитель председателя Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга
- Васильева С.А., начальник отдела кредитования малого бизнеса головного отделения ПАО «Сбербанк России»
- Матвеева Е.Г., генеральный директор «Галар»
- Ядерная Д.В., ведущий бизнес-консультант, аналитик, генеральный директор Y-Consulting
- Романова С.И., бизнес-консультант и эксперт по коммуникациям и продвижению в сфере легкой промышленности
- Гончаров Е.Б., генеральный директор TSCollection
- Дё Н.В., старший консультант консалтинговой компании GLL
- Степанова Е.К., генеральный директор АО «Сударь»

КОММЕНТАРИИ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ



Светлана Васильева,
начальник отдела
кредитования малого бизнеса,
ПАО «Сбербанк России»

На данный момент Сбербанк имеет достаточно широкую кредитную линейку и готов давать кредиты практически в любой отрасли бизнеса. Но, безусловно, в первую очередь нам интересны именно производственные компании, поскольку, с точки зрения банка, производство более стабильно и устойчиво. Более того, для производственной сферы шире открыты двери фондов содействия кредитованию малого бизнеса, к ним лояльнее относится «Федеральная корпорация поддержки малого и среднего предпринимательства» (МСП), структура, которая тоже оказывает сегодня содействие в кредитовании. С ними и их программой финансирования связаны основные изменения на рынке кредитования. Корпорация предоставляет свои гарантии, которые приравняются к залоговому обеспечению и могут рассматриваться банком как средства для покрытия. И второе направление, в котором они сейчас работают, – это возможность банка давать кредиты предприятиям по пониженной ставке. Например, у Сбербанка ставка по этой программе составляет менее 11%.

Что касается самого Сбербанка, то у нас появился интересный продукт для предприятий, которые имеют в собственности недвижимость. Это очень быстрый кредит с точки зрения рассмотрения, и он дается под ее залог. Клиент минимально погружается в процесс одобрения, и решение готово в пределах 2–3 дней.

Самый большой миф, на мой взгляд, что взять кредит – это сложно. Сегодня больше не нужно опасаться тяжелого процесса сбора документов для одобрения и связанных с этим сложностей. Банк заинтересован в сотрудничестве так же, как и вы, и всегда готов помочь.



Наталья Дё,
старший консультант
отдела торговых площадей
компании GLL

Сегодня ритейл меняется, и арендодатели стали более гибкие. Раньше предвзятое отношение было к операторам частного сегмента, индивидуальным предпринимателям, монобрендам либо самостоятельным брендам российского производства, которые не имели федерального статуса. Теперь же администрация ТЦ относится к ним достаточно толерантно. Но по-прежнему остались серьезные требования к внутренней концепции, визуализации и идеологии бренда.

Появление интереса к российским дизайнерам и брендам обусловлено не от безысходности арендодателей, как это может показаться. Сегодня такие магазины стали модным элементом концепции, которая создает для проекта репутационный момент и привлекает внимание посетителей.

Изменение отношения к небольшим российским маркам связано и с тенденцией импортозамещения, которое коснулось не только продуктового направления, но и нашей легкой промышленности и ритейла. Лично я вижу в этом только плюсы, поскольку всегда была за то, чтобы поддерживать отечественное производство, и теперь это происходит не только на словах, но и на деле.

Раньше были критерии для арендодателей: международная компания, хорошо узнаваемый бренд и целевая аудитория. Это были основные постулаты, на которых основывался выбор торговых сетей. Сегодня ими стали: высокая планка по концепции магазина, визуализация, дизайн, четкое понимание ценового сегмента и своего покупателя.

Кризис – уникальное время, когда маленькие компании могут выйти на один уровень с крупными. Сейчас – самое золотое время и нужно им пользоваться.

Арендодатели готовы услышать и начать диалог. И качественный бренд обязательно найдет свое место на торговых площадях.



- Белякова Н.В., коммерческий директор универсама «Московский»
- Мельниченко С.А., дизайнер, вице-президент Санкт-Петербургского Клуба деловых женщин «Нева»
- Дунаевская М.В., владелица сети магазинов «MW – Европейская одежда»
- Тишина В.В., председатель комитета по текстильной и легкой промышленности Санкт-Петербургского отделения Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», владелица торгово-производственного бренда «Ведунья»
- Дорошенко Л.В., генеральный директор «Петербургского Модного Дома «Незнакомка»
- Николаев А. Е., учредитель ТМ «Элни»

Подробнее об итогах и результатах конференции вы можете прочитать на нашем сайте fi-expo.ru.



Образовательная программа для специалистов

Каждый раз мы готовим для участников выставки обучающую программу, состоящую из семинаров, мастер-классов и тренингов от признанных экспертов модного бизнеса. Подбирая максимально актуальные темы с учетом ваших пожеланий, мы стремимся предоставить информацию, необходимую специалистам в условиях настоящего времени и ситуации в отрасли.

Модным трендам в этот раз были посвящены семинары:

- «Будущее и мода: для всех или для каждого» от Майи Кузнецовой, художника-модельера, кандидата искусствоведения, члена Санкт-Петербургского Союза дизайнеров, художественного руководителя конкурса «Поколение NEXT» (Санкт-Петербург).



- Наш специальный гость из Италии Любовь Попова, профессор Новой Академии художеств Милана, рассказала про ключевые тенденции в моде сезона «Весна – Лето 2017»
- «Ассортиментная матрица в кризис – как создать баланс между базой и трендами» от Дарьи Ядерной, ведущего бизнес-консультанта, аналитика, генерального директора Y-Consulting (Москва)
- Марина Корнилова, директор имидж-агентства ARTEGO (Санкт-Петербург), задалась важными вопросами «Мода или стиль? Имидж. Новые правила, новые роли».

В непростое экономическое время в модном бизнесе особую актуальность имеет вопрос эффективного



управления и увеличения продаж. С этим помогли разобратся:

- Владимир Маринович, учредитель и спикер бизнес-школы «ВВЕРХ» (Санкт-Петербург), на своем семинаре «Бизнес в кризис: антикризисное управление»
- Сергей Дубовик, бизнес-тренер, практик, директор тренингового центра «Большее» (Санкт-Петербург), на мастер-классе «Повышение розничных продаж и эффективности работы продавцов».



Приглашаем специалистов стать участниками следующего Экономического Форума Индустрии Моды, который состоится 16–19 марта 2017 года.

КОММЕНТАРИИ УЧАСТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ



Любовь Попова,
профессор Новой Академии
художеств Милана
(Италия)

Знаменитые санкции, которые должны были принести стране вред, – на самом деле стимулировали желание развивать собственное производство. И то, что я вижу сегодня на выставке, как раз относится к этому тренду. Уменьшается механизм, который был самым главным в моде в течение долгого времени: покупать за границей – продавать в России. Производство растет, и его продукт очень оригинален. Сегодня я видела и одежду из льна, и сарафаны, и традиционные платки, обыгранные в креативном виде. Все это выглядит очень интересно даже за пределами России. Порадовал меня и высокий профессиональный уровень производства. Он определяется не только личным талантом специалистов, но и техническими сторонами, наличием хорошего оборудования. И я вижу, что сейчас

он не уступает европейским стандартам качества, как и сам креатив коллекций.

Мне бы очень хотелось, чтобы у молодых российских дизайнеров была хорошая финансовая поддержка. Сегодня на конкурсе «Поколение NEXT» я увидела самостоятельные полноценные таланты, которые мыслят, творят потрясающие вещи, но чтобы это превратилось в результат, им нужна помощь. Сейчас для России важна поддержка не только того, что уже существует, но и того, что должно развиваться, содействие молодым талантам для будущего страны.



Дарья Ядерная,
ведущий бизнес-консультант,
аналитик, генеральный директор
Y-Consulting

Актуальная тема для байеров – что закупать в кризис? Традиционно в ассортименте магазина должны быть представлены коммерческие вещи, которые продаются, и трендовые, которые нужны для оформления

витрин, своей оригинальностью они привлекают внимание. И у любого байера есть соблазн закупить только то, что продается.

В результате продавцы отказываются от трендов и полностью уходят в базу и мы получаем почти одинаковый ассортимент у всех магазинов. В итоге никто ничего не покупает и возникает ощущение кризиса.

Но на самом деле проблема не в кризисе. Скучные, грустные и однообразные вещи не вызывают у посетителя желания покупать.

Существует такое понятие, как тренд. Если в центре магазина висит ультрамодное желтое платье, его никто не купит, но люди будут подходить к нему, восхищаться. А затем просить что-то похожее, но более консервативное. Это называется тренд, продающий в 5 шагах. Он продает все в 5 шагах от него, но сам не продается, и не в этом его цель. При этом если в витрине будет черное платье, то клиент в магазин просто не зайдет, потому что это не привлекает его внимания.

Этому вопросу и другим аспектам работы байеров и был посвящен мой семинар в рамках обучающей программы для специалистов.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА FASHION INDUSTRY

Выставка с 2004 года сертифицирована Российским союзом выставок и ярмарок и Всемирной ассоциацией выставочной индустрии (UFI)



48-я выставка легкой и текстильной промышленности прошла 6–9 октября 2016 года в Петербургском Спортивно-концертном комплексе и стала наиболее значимым событием для представителей модного бизнеса Северо-Запада России, поскольку это единственная отраслевая выставка в регионе.

В октябре здесь было представлено около 200 ведущих российских и зарубежных компаний из 11 стран – России, Украины, Белоруссии, Франции, Италии, Китая, Латвии, Пакистана, Турции, Эстонии, Бангладеш.

За 4 дня мероприятие посетило более 10 000 гостей, из которых около 4000 – специалисты индустрии моды из Санкт-Петербурга, Северо-Западного региона и других городов России.

Участники выставки презентовали свои последние сезонные коллекции и базовую классику. В экспозиции были представлены все направления легкой и текстильной промышленности – от сырья и оборудования до готовой продукции: одежды, обуви и аксессуаров.

Впервые в Санкт-Петербурге своего покупателя нашли производители одежды и кожгалантереи из Пакистана. Национальная экспозиция была организована при поддержке Федерации Торгово-промышленных палат Пакистана (FPCCI).



Марина Крюкова,
коммерческий директор
Mac&Co (ткани, Италия)

Несмотря на тенденцию к импортозамещению, итальянские ткани не сдают своих позиций на российском рынке. Наш конек именно качество, хотя, к сожалению, из-за скачков валютного курса наши ткани сегодня востребованы только для определенного сегмента. Но те, кто понимает, что лучше один раз купить качественную вещь и проносить ее 5 лет, чем дешевую на один сезон, приходят к нам с удовольствием.

Сегодня у нас по большей части закупаются небольшие дизайнерские бюро, которые нацелены на покупателя достаточно высокого уровня. При этом у нас достаточно широкий диапазон цен – от 6 до 20 евро.

И можно сшить качественное пальто из ткани самого нижнего ценового диапазона, но при этом оно будет высокого качества и, соответственно, хорошо продаваться. Но и разница с пальто из ткани за 20 долларов тоже будет очевидна сразу. Поэтому мы стараемся варьировать наши цены и продавать на российском рынке широкий ассортимент на любой кошелек.



Екатерина Макарова,
старший менеджер
Donna Saggia
(женская одежда, Москва)

Мы специально приехали на выставку в Санкт-Петербург для наших партнеров и покупателей, которые не всегда ездят в Москву. Сегодня нам интересны любые регионы, мы активно ра-

ботаем по всей России, и в частности по Северо-Западу. Конечно, спрос, по нашим наблюдениям, сейчас сильно упал. Недавно мы участвовали в нескольких аналогичных мероприятиях – московской и региональных выставках, – и везде идет подобная тенденция. К сожалению, кризис дает о себе знать. Общий спад на товарный спрос все еще идет.

В Санкт-Петербурге у нас уже есть партнеры, с которыми мы работаем на постоянной основе. Но нам бы хотелось наладить больше партнерских долгосрочных отношений, и мы работаем над этим.



Андрей Лагунович,
заместитель директора
Blaiz (женская одежда, Беларусь)

Мы вернулись в этом году на выставку как экспоненты после некоторого перерыва. Конечно, времена

сейчас непростые и покупательский спрос упал. И зачастую сами предприниматели, оптовики ищут прямой выход на производителя, независимо от того, что разницы в ценах может и не быть. Почему-то им кажется, что надо работать непосредственно с производителями. Безусловно, Северо-Западный регион нам интересен, и одна из целей работы на выставке – найти оптовых клиентов, с которыми можно в дальнейшем работать. Но поскольку здесь есть и частные покупатели, нам важно посмотреть, что нравится людям в розничной продаже, что им интересно.

Сегодня ценовой фактор – самый главный. Но мы не ищем баланс между ценой и качеством, для нас перво-степенно качество. Покупателя нельзя обмануть. Ему нужен выбор и качественный продукт. И несмотря на кризис, не все готовы ходить в дешевом и однотипном. Всегда есть люди, которые готовы потратить деньги, чтобы купить достойные вещи.



Евгений Гончаров,
директор TSCollection (мужская
одежда, Санкт-Петербург)

Сегодня мы делаем главный акцент на продвижение бренда и маркетинговые задачи. В этот раз мы вышли на выставку после некоторого перерыва. За время прошлого участия мы набрали необходимую базу оптовых покупателей, о нас узнало большее количество желающих продавать мужскую одежду, и часть из них стали нашими клиентами. В какой-то момент клиентов по Северо-Западу стало достаточно, нас узнали, и мы решили завоевывать новые рынки и переключились на Москву. Сегодня мы имеем несколько цехов по производству одежды для нашего бренда в нескольких городах по России, у нас сменилась коллекция в магазинах, мы начали работать с товарной матрицей, завозить более современный товар. Поэтому в октябре решили вновь принять участие в Fashion Industry, чтобы привлечь внимание оптовых и розничных покупателей к нашей марке одежды. И уже второй день выставки по-

казал, что это было правильное решение. О нас кое-кто подзабыл, приходят новые потенциальные клиенты, которые впервые о нас узнают. И это очень приятно!



Вадим Алиханов,
директор
«ОВАЛ» (трикотаж, Беларусь)

Мы являемся постоянными участниками выставки. И очень любим этот город. Но нам здесь не просто приятно находиться, для нас участие в Fashion Industry – экономически оправданное мероприятие. Сегодня мы не имеем своего представительства или склада в России, как раньше, для нас это было не результативно. Поэтому очень важно каждые полгода приехать сюда и поддержать общение с имеющимися клиентами и найти новых. На выставке мы заключаем напрямую договора с частными магазинами и розничными сетями. На стенде нашу продукцию можно увидеть, потрогать, оценить лично и приобрести для начала мелким оптом. На расстоянии, через Интернет по фото, невозможно передать уровень качества и показать разницу с более дешевыми изделиями. Фотографии не дадут покупателю тактильных ощущений от нашего трикотажа. А именно с помощью них наши конкурентные преимущества становятся очевидными. Поэтому демонстрация продукции на выставке имеет для нас большое значение.



Елена Шкиль,
коммерческий директор
«Элком» (трикотаж, Москва)

В выставках мы участвуем постоянно, и для нашего предприятия это своего рода экзамен на прочность – правильно мы идем или нет. Именно здесь мы определяем курс, по которому будем развиваться дальше. Одна из целей нашей работы в качестве экспонента на «Индустрии Моды» – это необходимость узнать мнение конечного потребителя. Приходят люди, высказывают свои впечатления, и мы понимаем, что мы делаем правильно, а что нет. В то же время мы сами имеем возможность рассказать покупателю, чем мы отличаемся от продукта массового потребления, в чем заключается концепция и тематика, вложенная в каждую нашу коллекцию. Например, сейчас мы презентуем использование эковолокна в наших изделиях, это новинка на российском рынке. Само сырье австрийское, и его делает единственная компания в мире. Его уникальность в том, что одежда при эксплуатации поглощает углекислый газ и выделяет кислород. На стенде у нас получается работа по своеобразному ликбезу. А оценив наш продукт лично и узнав наши технологии производства, люди понимают, что российский продукт тоже может быть качественным. И мы получаем их доверие. Кстати, благодаря массовому производству, у нас качественная, но недорогая одежда.



ЯРМАРКА ВАКАНСИЙ



На Ярмарке «Ценные кадры модной индустрии» посетители имели возможность оставить заявку на вакансию или разместить собственное резюме. Широкий выбор предложений в сфере fashion-индустрии и обширная база соискателей для работодателей были доступны каждому, обратившемуся на специализированный стенд за консультацией по вопросам трудоустройства и поиска квалифицированного персонала. Организатором ярмарки вакансий в этот раз стал портал по трудоустройству профессионалов индустрии моды FashionJobs.com

БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАЦИИ

Тренинговая компания «ПРОБизнес» подготовила для посетителей консультации, которые ежедневно могли посетить все желающие совершенно бесплатно. Эксперты отрасли рассказали, как справиться с проблемами, ежедневно возникающими при ведении



собственного дела. Были рассмотрены различные вопросы – от открытия модного магазина до оформления витрин:

- Успешная продажа и качества успешного продавца
- Клиентоориентированный сервис: как увеличить прибыль без затрат
- Визуальный мерчандайзинг
- Эффективный баинг: как выявить и использовать модный тренд
- Брендинг в розничной сети
- Витринистика: способы привлечения покупателя
- Продвижение бренда розничной сети

Бизнес-консультации имели форму непосредственно диалога, когда слушатели могли задать все интересующие их вопросы и получить пояснения по различным затронутым аспектам.

ДЕЛЕГАЦИИ ИЗ ГОРОДОВ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНА

Выставка Fashion Industry имеет значение для всего Северо-Запада России. И каждый раз ее посещают специальные делегации из многих городов данного региона. Нашими гостями становятся руководители и специалисты предприятий индустрии моды из Архангельска, Петрозаводска, Новгорода, Вологды, Пскова и многих других городов.

Если вы заинтересованы привезти на выставку делегацию своего города, то мы с радостью поможем организовать эту поездку, решив все необходимые вопросы. Будем рады видеть вас в Санкт-Петербурге в марте 2017 года!



Ольга Крутова,
начальник отдела внешних
и межрегиональных связей
Новгородской торгово-
промышленной палаты,
Великий Новгород

Многие участники нашей делегации не в первый раз посещают выставку и уже имеют налаженные контакты. В группу из Великого Новгорода в этот раз вошло 44 человека, среди них были представители магазинов одежды, кожгалантереи и ателье. Поэтому одна из целей поездки, конечно, была закупка товара оптом. Многие специалисты приняли участие в образовательной программе и посетили семинары и мастер-классы. Групповое посещение очень удобно для нас. Комфортабельный автобус доставил непосредственно на само ме-

роприятие, и было предоставлено достаточно времени, чтобы сделать все запланированное. За нас были решены все транспортные и организационные вопросы. Весь процесс посещения выставки был отлично подготовлен ее администрацией.

В марте в наших планах – снова совершить поездку на Fashion Industry для профильных специалистов нашей области. Поэтому – до скорой встречи!



Лилия Торкова,
генеральный директор ООО
«Региональный центр технологии
развития бизнеса», Вологда

Предложение о деловой поездке на осеннюю выставку вологжане активно поддержали. Собралась группа из представителей 18 компаний. В составе делегации были представители ателье и предприятий оптово-розничной торговли (магазины, склады, секции в магазинах). Учредители, директора, модельеры, дизайнеры, технологи производства и товароведы поехали в Санкт-Петербург с целью познакомиться с производителями и оптовыми продавцами индустрии моды.

Первое впечатление от выставки – это масштабность. Очень много участников. Помимо российских компаний можно было увидеть стенды Турции, Италии, Беларуси, Пакистана, Бангладеш, Эстонии, Китая. Каждый нашел то, что нужно, так как в самой экспозиции были представлены все направления – от сырья до готовой продукции.

Мы выражаем огромную благодарность ВО «ФАРЭКСПО» за возможность групповой поездки, имеющей большое значение для нас.

Участники делегации отметили необходимость посещения подобных выставок и высказали пожелание приехать в следующий раз не только в качестве посетителей, но и стать экспонентами, показать собственные коллекции на подиуме и представить свои работы на конкурс дизайнеров «Поколение NEXT».



Анна Смирнова,
начальник отдела учета
и взаимодействия с членами ТПП
Псковской области

В составе нашей осенней делегации из Пскова было 25 человек, среди которых – представители небольших фирм, занимающихся торговлей одеждой и товарами для рукоделия, ателье. Основной задачей поездки стало знакомство с новыми трендами в моде, новинками и производителями. И, по словам участников, каждый нашел для себя то, что искал. Многих особо впечатлили модные показы коллекций на главном подиуме, они, как всегда, были на высоте. Выставка в Санкт-Петербурге для нас очень удобна географически, поскольку форма однодневной поездки оптимальна, и мы практикуем ее уже на протяжении 13 лет. Все участники остались довольны и в этот раз и выразили желание принять участие в будущей поездке в марте 2017 года.

МОДНЫЕ ПОКАЗЫ

Шоу-показ коллекций на главном подиуме собирает огромное количество зрителей. Демонстрация моделей одежды и головных уборов от экспонентов – отличная возможность познакомиться посетителей с продукцией бренда и выделить ее на фоне остальных.

Ежедневно 2 раза в день профессиональные манекенщицы и манекенщики из агентства LMA, под руководством Сергея Луковского, выходят на подиум.

В октябре свои последние коллекции одежды показали 9 компаний, а моделью одного из показов даже стал сам Дмитрий Губерниев, выступив в этом качестве в первый раз.

- **Elis**, российская марка женской модной одежды, которая сегодня имеет 4 фабрики для производства соб-

ственных коллекций и 140 магазинов по России и СНГ. Компания начала свою деятельность в 1920 году, когда несколько портных образовали швейное производство в Ростове-на-Дону. Сегодня одежда выпускается под двумя торговыми марками – Elis и Lalis, в ассортименте которых представлена одежда для total look. Кроме костюмно-плательной группы, в коллекции брендов входят модели вязаного ассортимента. В прошлом году состоялось открытие нового производственного комплекса в городе Вольск с плановой мощностью 220 тыс. изделий в год. www.elis.ru

- **Veleoz**, российский производитель женских пальто, более 17 лет представляет нам свою продукцию. Производство компании находится в Санкт-Петербурге

и каждый сезон предлагает новые коллекции модных женских пальто различных форм, фасонов и расцветок. Разнообразие моделей впечатляет – классические, облегающие приталенные варианты, объемные женские пальто с ниспадающими по фигуре складками, с широким рукавом, одно- и двубортные, короткие и длинные. При этом пальто Veleoz – это сочетание удобства, комфорта и качества. Коллекции составлены таким образом, чтобы каждая женщина смогла найти именно то, что подходит ее образу, стилю и настроению. www.veleoz.ru

- Модный дом **Sofilena** из Ставрополя более 10 лет разрабатывает и производит модную женскую одежду в среднем ценовом сегменте. Обновление коллекции происходит постоянно, и в течение года компания пред-



лагают до 450 новых моделей, имеющих широкий размерный ряд от 44 до 60-го. Компания обладает самой современной производственной базой, которая позволяет разрабатывать и поставлять на рынок необходимое количество изделий при неизменно хорошем качестве. Работа на первоклассном оборудовании, строгий контроль на каждом этапе, тщательно отобранные материалы, современные технологии пошива гарантируют конечному потребителю высококачественную женскую одежду. www.sofilena.ru

● Ассортимент предприятия «Уфимский трикотаж» включает в себя женские, мужские и детские изделия из трикотажа под ТМ Tricardo, в которой присутствуют все линии одежды: офис, casual, отдых и праздничная.



Кроме этого, компания выпускает текстиль для дома, постельные принадлежности, шапки, шарфы, варежки и чулочно-носочные изделия. Большое количество коллекций позволяет ежемесячно обновлять ассорти-



мент торгового зала. Продукция производится на немецком оборудовании. На фабрике работает около 400 человек, преимущественно женщины с многолетним стажем успешной работы. Поэтому предприятие имеет безупречную репутацию по качеству выпускаемой продукции. www.tricardo.ru

● «Волтри» производит широкий ассортимент женских, мужских и молодежных моделей из льняной и льносодержащей пряжи под торговой маркой «Вологодский лен». Льняная трикотажная одежда из Вологды обладает высокой износоустойчивостью и широким диапазоном эффектов, благоприятно влияющих на



www.fi-expo.ru



здоровье человека. Компания постоянно работает над созданием новых моделей, отвечающих современным тенденциям моды. Ежегодно выпускаются две промышленные коллекции: осень – зима и весна – лето. Традиционно художники-модельеры работают с серым натуральным цветом льна, варьируя его восприятие различными структурами и переплетениями. www.voltri-len.ru

● «Мадам Т», московская компания, занимается производством и реализацией классической женской одежды: костюмов, брюк и юбок, блузок и платьев с 1996 года. Для воплощения моделей коллекций используются самые современные высококачественные натуральные и смесовые ткани европейского и турец-



кого производства (хлопок, лен, вискоза, атлас, шифон, шерсть, шелк). Размерный ряд одежды с 42 по 64-й, отличное сочетание цена – качество. www.madam-t.ru

● **Ambassador Tailor** – современное ателье по пошиву в Санкт-Петербурге, специалисты которого не просто шьют одежду, а создают для каждого клиента так называемый total look – полноценный образ, продуманный до мелочей – от фасона до всех элементов



декора и пошива: вечерние и коктейльные платья, деловые мужские и женские костюмы, сценические костюмы. Студия индивидуального пошива предлагает исполнение костюма по вашим эскизам или создание в сотворчестве с модельером эксклюзивного дизайна, учитывая особенности фигуры. Шоу-рум предоставляет возможность воспользоваться напрокат платьями

и аксессуарами для светских мероприятий и фотосессий. www.amtailor.ru

● **DiDi** – интернет-магазин и бутик в Санкт-Петербурге по продаже верхней женской одежды из кожи, меха и текстиля от ведущих производителей Италии, Франции, Турции, Германии. В ассортименте представлены: меха – шубы из мутона, норки, соболя, лисы, рыси, шин-



шиллы; кожа – дубленки из овчины, ягненка; кожаные и текстильные куртки; текстиль – женские и мужские пальто, весенние и осенние куртки; кожаная одежда, пуховики, женские кожаные итальянские сумки. Байеры DiDi несколько раз в год посещают крупнейшие международные выставки в Гонконге, Милане, Стамбуле и закупают качественные вещи, соответствующие мировым модным тенденциям. www.didi-market.ru

● «Сударь», старейшая фабрика в городе Коврове, имеет 60-летнюю историю и является одним из крупнейших предприятий швейной отрасли России по производству одежды для деловых мужчин (костюмы, пиджаки, брюки, пальто) под ТМ Sudar и Venzano. Пошив продукции осуществляется с использованием высокопроизводительного оборудования ведущих мировых фирм, что позволяет внедрять новые прогрессив-



ные технологии и эффективно управлять качеством. «Сударь» определенно не только следит за тенденциями современной моды, но и отчасти является ее законодателем. На сегодняшний день в ассортименте компании представлены модные мужские костюмы как классических коллекций, так и более неформальных – в стиле CleanCasual. www.sudarmen.ru



XVI МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ «ПОКОЛЕНИЕ NEXT»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КОНКУРС МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ
**ПОКОЛЕНИЕ
NEXT**

9 октября 2016 года в Санкт-Петербурге завершился XVI конкурс «Поколение NEXT»

Конкурс проводится с 2009 года Выставочным Объединением «ФАРЭКСПО» при поддержке Национальной Академии Индустрии Моды и проекта ModaNews.ru издательского дома «Конлига Медиа».

«Поколение NEXT» входит в «Программу продвижения молодых специалистов», которая создана для поддержки студентов и выпускников профильных учебных заведений на этапе создания собственных торговых марок и в начале построения профессиональной карьеры. В этом сезоне осенняя сессия впервые была открыта не только для выпускников текущего года, но и для студентов ВУЗов, ССУЗов и школ профессиональной подготовки. На конкурс было подано 96 заявок из 17 учебных заведений России, Беларуси и Италии. Из 84 проектов, выставленных в финале конкурса в направлениях «Текстиль», «Костюм», «Графический дизайн», профессиональное жюри выбрало 19 наиболее перспективных работ.



Победители – октябрь, 2016

- Победителем в направлении «Текстиль» стала Маргарита Кузьменко, представившая на конкурс декоративные панно «Поиск истины», выполненные в рамках дипломного проекта в Санкт-Петербургской государственной художественно-промышленной



академии им. А.Л. Штиглица под руководством Светланы Бусыгиной.

Все панно созданы вручную с применением натуральных и синтетических нитей и производят впечатление трехмерных объектов, соединяя в себе качества традиционного ткачества и инновационных технологий.

- В номинации «Костюм» – Наталья Васильева и Софья Юракова с коллекцией верхней одежды «Подводная галактика». Креативная, современная, смелая коллекция студенток Удмуртского государственного университета, по мнению жюри, подтвердила их лидирующую позицию среди молодых дизайнеров костюма. Впервые в истории конкурса «Поколение NEXT» Наталья и Софья уже дважды в этом году стали победителями.

КОММЕНТАРИИ ПОБЕДИТЕЛЕЙ

Наталья Васильева

Благодаря участию в конкурсе мы получили огромное количество новых контактов. Личное знакомство с потребителем, новые данные и интересная информация, общение с другими конкурсантами – все это, несомненно, поможет нам в дальнейшей работе. Я вижу, что модели на конкурсе каждый раз очень высокого уровня, и они вдохновляют меня на новые идеи и коллекции. Кроме этого, благодаря победе в конкурсе «Поколение NEXT» мы смогли стать участниками конкурса «Губернский стиль», что очень приятно.



Софья Юракова

Перед участием в конкурсе мы посмотрели информацию и отзывы в Интернете, и нам он показался достойным мероприятием. Захотелось принять участие. Когда мы приехали на конкурс в первый раз, то были поражены высоким качеством работ других участников. А когда стали победителями, это было для нас чем-то невероятным. Потому что занять 1-е место на конкурсе такого уровня совершенно неожиданно и очень приятно. И конечно, уже второй раз, в октябре, мы приехали сюда с большим удовольствием, и особенно приятно было стать победителями во второй раз.



- В направлении «Графический дизайн» лучшим полиграфическим решением, посвященным тематике индустрии моды, был признан альбом проекта «Фотформы в трикотаже» Анастасии Туркиной из Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, выполненный под руководством Александры Савельевой.
- Во время финала проводилось голосование Общественного жюри, по результатам которого наиболее популярными оказались проекты Маргариты Кузьменко, Марины Глагольевой, Екатерины Куклиной и Менегеля Луки (Свободный университет Боцен-Большано, Италия).

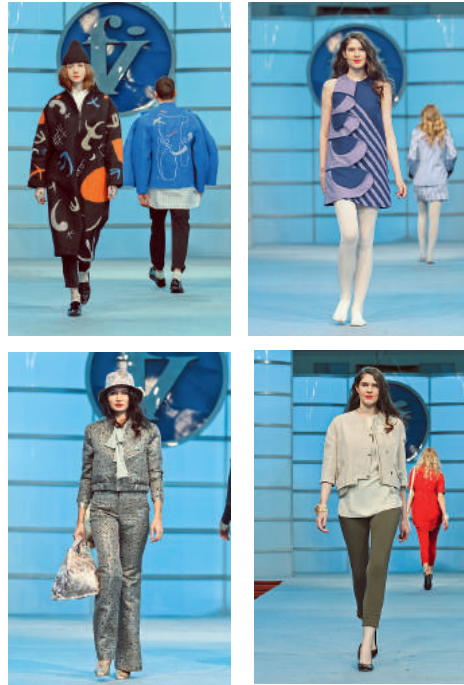


- В онлайн-голосовании на сайте ModaNews.ru впер- вые вместе с работами по дизайну костюма участво- вали дизайнеры текстиля. Победителями в этот раз стали Антон Пермяков (коллекция нарядной женской одежды «Desert Rose – эволюция») и Анастасия Кула- кова, которая получила каталог PANTONE® от офици- ального дистрибьютора в России – компании «Графи- тек» за текстильный арт-объект «Человек-стул».

Жюри

В состав профессионального жюри конкурса вошли:

- Майя Кузнецова, художник-модельер, кандидат ис- кусствоведения, член Союза дизайнеров СПб, акаде- мик Национальной Академии Индустрии Моды, доцент СПбГУПД, руководитель «Школы искусства костюма», художественный руководитель конкурса «Поколение NEXT».
- Зинаида Ревчук, художник по текстилю, член Со- юза художников РФ, член Санкт-Петербургского акварельного общества, член Международной ас- социации «Текстиль-дизайн», действительный член Академии русской словесности и изящных искусств им. Г. Р. Державина, доцент СПбГУПД и СПбХПА им. А.Л. Штиглица.
- Ольга Чашникова, генеральный директор ТМ Voltry, Академик Национальной Академии Индустрии Моды, член Президиума Союза промышленников и предпринимателей Вологодской области, член Ко-



ординационного совета по малому и среднему биз- несу города Вологды, член Общественной палаты, член Президиума областного Совета женщин, член областного Координационного совета по малому и среднему бизнесу.



- Любовь Попова, профессор истории костюма и мар- кетинга моды Новой Академии Художеств Милана (NABA), модельер, художник по костюмам, журна- лист моды.
- Кристина Вороная, руководитель торговой марки Love Republic.
- Светлана Артемьева, директор по продукту торговой марки Zarina.
- Светлана Мельниченко, вице-президент Клуба дело- вых женщин Санкт-Петербурга «Нева».

КОММЕНТАРИЙ ЖЮРИ



Майя Кузнецова,
художественный руководитель
конкурса «Поколение NEXT»,
художник-модельер, кандидат
искусствоведения,
академик НАИМ, член Санкт-
Петербургского Союза
дизайнеров

Главным нововведением осеннего конкурса было то, что поучаствовать в нем смогли не только выпускники этого года. Конкурсантами стали студенты, решившие попробовать свои силы и для начала выставившие только свои эскизы или одну модель, и специалисты, которые давно выпустились из профильных учебных заведений и уже работают по профессии.

Важное изменение, которое коснется уже следующего конкурса, это то, что показ на главном подиуме выставки будет обязательным для всех конкурсантов, представляющих коллекцию в номинации «Костюм». Как я уже отметила, мы показываем и отдельные модели. Это нужно для того, чтобы начинающие дизай- неры могли посмотреть на свою работу со стороны, в огромном пространстве выставочного комплекса, которое имеет совсем другие масштабы, чем малень- кое рабочее пространство; возможно, увидеть ее под другим углом, заметить новые детали и свои ошибки, сравнить ее с работами других участников конкурса. Все это важно для практического аспекта восприятия дизайнером результата своего труда, и мы хотим предоставить такой опыт нашим участникам. Среди единичных моделей есть очень достойные, и нужно, чтобы их увидело как можно большее количество людей.

Если говорить о самых распространенных ошибках конкурсантов, по моему мнению, это то, что зачастую

они чрезмерно сильно хотят победить. Важный пси- хологический момент – завышенные амбиции, когда очень хочется, чтобы отметили именно тебя.

Это неплохо, но обычно амбиции приводят к разо- чарованию и мешают объективно сравнивать свои достижения с уровнем конкурентов, что очень важно для дальнейшего роста. Я помню, что для меня было очень приятным сюрпризом, когда я выиграла кон- курс «Адмиралтейская игла», поскольку я считала, что победить в нем нереально, и абсолютно в это не вери- ла. И такая победа принесла невероятную радость.

Кроме того, жюри – это люди, им тоже присущ чело- веческий фактор. Один состав судейской комиссии выберет одного победителя, другой состав – другого. И не нужно подстраиваться под этот выбор. Просто слушайте, что вам говорят о проекте и учитывайте это в будущих работах.

Уже с самых ранних эскизов обычно виден творческий потенциал дизайнера, поэтому, даже если вы студент первых курсов, мы будем рады видеть вас на нашем конкурсе. Не раз начинающие получали дипломы выс- ших степеней. И конечно, мы приглашаем тех, кто уже закончил обучение и попробовал себя в практике!

Мы очень радуемся, когда дизайнеры участвуют в конкурсе не один раз. И даже вторично становятся победителями! Например, в октябре Наталья Васи- льева и Софья Юракова из Удмуртского государствен- ного университета (Ижевск) победили во второй раз.

И если весной мы дали им небольшой бонус – коллек- ция была очень креативной, но немного сыроватой, то уже в этот раз они привезли коллекцию гораздо лучше и выше уровнем, и она сразу стала лидером конкурса, подтвердив доверие и выбор прошлого жюри.

Мы всегда рады способствовать профессиональному росту наших участников и давать импульс к дальней- шему творческому развитию!

Итоги

Подводя итоги конкурса, следует отметить постоянно растущий уровень работ финалистов и практическую направленность работ молодых дизайнеров. Не только дипломные проекты, но и работы студентов выполнены на высоком уровне и в большинстве своем направле- ны на промышленное внедрение. Кроме того, особо выделяются комплексные проекты, в которых авторы разрабатывают текстиль, модели одежды и аксессуары: обувь, сумки, головные уборы и украшения.

Все работы конкурсантов можно было увидеть во время проведения выставки на специальной совместной экс- позиции в выставочном пространстве Fashion Industry. А 12 финалистов в направлении «Костюм» приняли уча- стие в показе коллекций на главном подиуме выставки. Участники финала имели возможность бесплатного по- сещения всех семинаров Экономического Форума Инду- стрии Моды.

Кроме этого, конкурс «Поколение Next» является от- борочной площадкой для выдвижения дизайнеров костюма на Национальную премию в области индустрии моды, и наши победители получили уникальную воз- можность стать ее номинантами.

Подать заявки на участие в следующем конкурсе можно до 10 февраля 2017 года. Для этого вам необходимо выслать презентацию проекта и фотографии (автора и проекта) в оргкомитет конкурса на адрес: next-2015@rambler.ru

vk.com/konkurs_pokolenie_next

facebook.com/konkurs.pokolenie.next

[@pokolenie_next](https://instagram.com/pokolenie_next)

fashion industry



Международная
выставка

16-19
Март

12-15
Октябрь

Санкт-Петербург
2017




Организатор



www.fi-expo.ru

+7 (812) 777 0407

moda@farexpo.ru

 @fashionindustryspb

При поддержке



Соорганизаторы

