

The **PRO***fashion* *awards* 2015

7-я ежегодная
профессиональная
премия
в индустрии
моды



The **PRO** fashion awards 2015

Витрина года

Финалисты: Торговый центр «Цветной» (Москва), «Центральный Детский Магазин на Лубянке» (Москва), Бутик Татьяны Парфеновой (Санкт-Петербург), магазин «Кашемир и шелк» (Санкт-Петербург), магазин Louis Vuitton (Москва), магазин Bosco (prive) (Москва)

Победитель: **Универмаг «Московский» (Санкт-Петербург)**

Открытие года

(за смелый вывод бренда в кризис)

Победитель: **Mafrat**

Лучший российский производитель одежды

(за инновационный подход к коммерческой коллекции)

Победитель: **Pompa**

Компания года

(за успешный выход на зарубежные рынки)

Победитель: **Solstudio Textile Design**

Отраслевая выставка года

(за динамичное развитие и профессиональную концепцию)

Победитель: **Central Asia Fashion (Казахстан, Алматы)**

Шоу-рум года

(за лучший подбор брендов в шоу-руме)

Победитель: **ATVS Fashion Group**

Omni channel ритейлер года

(за вклад в развитие e-commerce торговли)

Победитель: **Aizel.ru**

Торговая миссия года

(за эффективную байерскую программу для России)

Победитель: **Sistema Moda Italia (Италия)**

Торговый центр года. Москва

(за лучший пул fashion-арендаторов)

Победитель: **ТЦ «Авиапарк»**



STG-Express



Bézkó.
— MADE IN RUSSIA



при поддержке
ТКАНИ ПРЕСТИЖ
BY OÖUZ TEKSTİL



«ОСКАР» МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

2 декабря 2015 года в Event-холле «Инфо-Пространство» (Москва) состоялась седьмая торжественная церемония вручения профессиональной премии в индустрии моды PROfashion Awards.



Александра Калошина,
Solstudio Textile Design



Джанфранко ди Натале, Sistema Moda Italia



Илья Бурмистров, Aizel



Елена Юрасова и
Инга Смирнова, Romra

Татьяна Сибгатуллина,
ATVS Group



Милена Ершова,
Central Asia Fashion



Надежда Фолина и
Надежда Ножкина,
ТЦ «Авиапарк»



Елена Лебедева,
«Магия детства» и Mafrat

Новая экономическая ситуация требует быстрых и верных решений, от которых зависит не только настоящее игроков рынка, но и будущее нашей индустрии. Поэтому организаторы PROfashion Awards в этот раз представили особый подход к анализу деятельности компаний. Одним из главных принципов стало поощрение тех, кто идет в ногу со временем и, несмотря на сложное состояние рынка, не только остается на плаву, но также ищет новые и нестандартные пути развития. В нынешнем году авторитетные участники рынка, входящие в состав экспертного совета PROfashion Awards, самостоятельно выбрали лауреатов премии, исходя из креативных решений, принимаемых и воплощаемых компаниями с целью расширения бизнес-активности. В связи с этим в центре внимания оргкомитета премии оказались те компании, которые решительно запускают яркие инициативы, смелые инновации и впечатляющие концепции.

За время своего существования PROfashion Awards стала одним из наиболее резонансных событий в российском профессиональном fashion-сообществе. Несмотря на новый формат, главная цель премии останется прежней – подвести бизнес-итоги и с абсолютным беспристрастием назвать хедлайнеров уходящего года из числа игроков российского модного бизнеса. Интригой вечера стало открытое онлайн-голосование за лучшее оформление витрины в номинации «Витрина года», принять участие в котором мог каждый посетитель портала PROfashion.ru. 2 декабря с 19:30 до 20:30 подавляющим большинством голосов была определена самая концептуальная и красивая витрина среди номинантов.

Церемония награждения PROfashion Awards – уникальное мероприятие, которое собирает в одном зале владельцев и генеральных директоров крупнейших российских компаний и иностранных торговых представительств, главных редакторов профильных изданий и известных fashion-персон. Участниками события становятся представители компаний, чьи идеи помогают развивать российский рынок и благотворно воздействуют на экологию модной индустрии. ■



Константин Андрикопулос, директор по развитию Bosco Di Cilegi

PROfashion Awards – это премия для профессионалов мира моды, участников fashion-рынка. Это не эпатажное мероприятие, а деловое событие, организованное на высоком уровне. По сравнению с предыдущими годами премия PROfashion Awards 2015 проходила в еще более официальной манере. Возможно, в дальнейшем стоит добавить немного гламура, создать более привычную для подобных мероприятий атмосферу. Будем с нетерпением ждать следующей премии!



Елена Шипилова, основатель и креативный директор Модного дома Elena Shipilova

Я считаю правильным для выбора выигравших номинантов проведение независимой экспертизы, где победители определяются по балльной системе профессиональным жюри. На мой взгляд, экспертов должно быть гораздо больше: надо привлекать редакторов журналов, блогеров, журналистов, дизайнеров во всех областях, модных экспертов, fashion-историков и других ценителей моды. Обязательным считаю и присутствие звезд шоу-бизнеса на церемонии вручения премии – артистов, которых уважает страна. А в целом хочется отметить высокий профессионализм организации мероприятия. Так держать! Хочется еще отметить очень хорошую инициативу PROfashion – конкурс молодых дизайнеров PROfashion Masters. У этого состязания и его участников большие перспективы.



Алексей Смирнов, региональный директор и координатор Trussardi по РФ и странам СНГ

Главной особенностью премии PROfashion Awards является ее формат – лучший именно для профессионалов fashion-рынка. Он и делает премию отличной от других. В этом году большое внимание было уделено новым участникам рынка – компаниям, которые не на виду, но усердно работают. Это очень важно. Хочется пожелать и дальше развиваться в оценке именно профессионального сообщества.



Елена Когель, совладелец и байер монобрендовых магазинов «Анна Чапман», Aleksandr Bogdanov BGD, Olga Grinyuk

PROfashion Awards – мероприятие, которое каждый раз проходит очень ярко. И в этом году на премии царил приятная атмосфера. Была возможность встретиться с коллегами по fashion-индустрии. В дальнейшем хотелось бы видеть более прозрачную систему выбора победителей – например, открытым голосованием или в онлайн-режиме. Кстати, были бы интересны новые номинации – например, по импортозамещению. Будем ждать, чем нас удивит следующая церемония премии PROfashion Awards.



Оксана Шевченко, глава представительства Steilmann Osteuropa

PROfashion Awards это прекрасная возможность раз в году увидеть, кто есть кто в российском ритейле, узнать свежие новости и пообщаться. Я считаю очень положительным изменением более компактный формат мероприятия в этом году, поскольку он позволяет сконцентрироваться на главном – признании заслуг конкретных компаний fashion-сообществом. Однако мне были не совсем понятны критерии отбора победителей и не хватало информации о деятельности претендентов и их достижениях. Превосходная организация церемонии – это все-таки лишь половина успеха. Желаю организаторам премии в ближайшем будущем достичь высокого уровня компетентности и авторитетности!



Светлана Костенко, главный редактор журнала «Ателье»

В этом году я впервые посетила церемонию вручения премии PROfashion Awards, хотя, конечно, слышала о ней и раньше. Мне было интересно посмотреть, как коллеги проводят такого рода события. И я не пожалела о потраченном вечере. Прежде всего, было выбрано удачное место: здесь можно создать атмосферу праздника в любой стилистике, например, в духе ночного клуба для креативной публики. Сама церемония прошла в хорошем темпе, демократично, без лишнего пафоса. Свежо воспринималось интерактивное голосование за лучшую новогоднюю витрину. Я уверена, что компании-лауреаты гордятся полученным званием, используют его как средство повышения деловой репутации, как инструмент для продвижения собственного бренда. В сегменте b2b-изданий, пишущих о ритейле и индустрии моды, осталось не так уж много журналов, к мнению которых прислушивались бы профессионалы, поэтому PROfashion выбрал верную тактику, взяв на себя роль эксперта и инициатора громких, значимых для рынка событий.



Бéзко.

— MADE IN RUSSIA

Адрес: Москва, Зеленая ул., 1

Телефон: 8 (800) 550-02-01

E-mail: sales@bezko.ru

www.bezko.ru

ВИТРИНА ГОДА

Универмаг «Московский» (Санкт-Петербург)



Универмаг «Московский» нередко называют «торговыми воротами Санкт-Петербурга», и не только из-за расположения в зданиях по обеим сторонам одной из главных магистралей города, соединяющей новые жилые кварталы и аэропорт с городским центром, а также с элитными динамично развивающимися районами Пушкина, Павловска, Гатчины, Колпино. С момента открытия в 1966 году универмаг активно внедряет современные и передовые форматы ритейла.

Сегодня на общей торговой площади в 10,5 тыс. м², в четырех торговых залах («Мир женщины», «Территория мужчины», «Детский стиль», «Подарки и декор»), представлено два десятка групп товаров от двух сотен брендов премиального и среднеценового сегментов. В их числе – обувь, сумки, аксессуары: Accademia, Baldinini, Gabor, FURLA, Cavalli Class, Pollini, Braccialini, Picard, Tommy Hilfiger, Peter Kaiser, Ara; одежда: Basler, Brax, Caractere, Elisa Fanti, Eugen Klein, Guess, Luisa Spagnoli, PennyBlack, Rabe, Steilmann, SAND, Stizzoli, 18Cerruti81, Bugatti, Lagerfeld, McGregor, Pierre Cardin, DKNY, Ferrari, Hugo Boss, Kenzo; верхняя одежда и меха: Diego M, Geox, SkinnWille, Luhta, Rosenberg & Lenhart, Cinzia Rocca, Sportalm, Jotsen.

Отдел дизайна «Московского» постоянно находит свежие и креативные решения для оформления торговых пространств. Так, в преддверии новогодних каникул и 50-летнего юбилея универмага дизайнеры использовали сюжет «Приключений Алисы в Стране чудес», украсив витрины залов персонажами и атрибутами сказки: за столом с двухметровым тортом Алиса пьет чай, Шляпник поднимает шляпу, приветствуя прохожих, стрелка часов идет по кругу, ведя за собой мелодию, в такт которой поднимаются уши Мартовского зайца.

На соискание премии PROfashion Awards витрины «Московского» были выдвинуты студией Retail Design Studio. «Сюжет сказки позволил создать в витринах атмосферу ар-деко и преобразить все торговое пространство вдоль Московского проспекта, – считает Ольга Болкунова, руководитель Retail Design Studio, витринист, член экспертного совета премии PROfashion Awards. – Благодаря такому оформлению универмаг удачно продемонстрировал свою брендовую оболочку. С одной стороны, в витринах присутствует много мелких деталей и элементов, которые могут подробно рассмотреть прохожие. С другой, те, кто едет по проспекту на транспорте, имеют возможность почувствовать единую концепцию всего пространства. По замыслу, смелости его воплощения, по цветовой гамме и развитию темы художники сделали очень сильную работу. И победа этим витринам досталась вполне заслуженно».

ОТКРЫТИЕ ГОДА

(за смелый вывод бренда в кризис)

Mafrat



Начав свою историю в 1945 году, Mafrat твердо заняла лидирующее место на итальянском рынке в производстве премиальной детской одежды. В 2011 году компания запустила розничную сеть, которая насчитывает сегодня более 50 магазинов; продукция Mafrat продается в крупнейших универмагах мира: Harrods, Saks Fifth Avenue, Harvey Nichols, Galleries Lafayette.

В сентябре 2015-го итальянская мультибрендовая розничная сеть детской одежды открыла первый бутик в России (площадью 120 м²) в самом сердце столицы – в «Центральном Детском магазине» на Лубянке. Учитывая сложную экономическую ситуацию, серьезный спад покупательской способности, это поистине смелый поступок, совершить который может только убежденный в своих силах бренд.

Особая ассортиментная формула, которой Mafrat придерживается в Италии, нацеленность на состоятельную потребительскую аудиторию позволяют надеяться на успех в Москве. Российским покупателям представлена одежда для мальчиков и девочек, малышей и подростков на все случаи жизни – как собственного производства, так и созданная по лицензионному соглашению с такими брендами, как GF Ferre, FerrariJunior, VDP, Baldinini, Laura Biagiotti, Ducati и др.

Как считает Елена Лебедева, генеральный директор ГК «Магия Детства» – эксклюзивного франчайзи Mafrat в России, – спрос на детские товары премиум-класса сохраняется на высоком уровне, несмотря на кризис. И компания не собирается останавливаться – Mafrat планирует открыть в ближайшее время еще 100 магазинов розничной сети в России и странах СНГ.



И
Н
Ф
О

П
Р
О
С

Т
Р
А
Н

С
Т
В
О

ИнфоПространство
EVENT-ХОЛЛ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАЛ
ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ FASHION-ИНДУСТРИИ
В ЦЕНТРЕ МОСКВЫ

FASHION-ПОКАЗЫ



FASHION-ЦЕРЕМОНИИ



FASHION-ИНСТАЛЛЯЦИИ



ЛУЧШИЙ РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ОДЕЖДЫ

(за инновационный подход к коммерческой коллекции)

Ромра



Ромра – одна из наиболее динамично развивающихся российских компаний на локальном рынке. С 1995 года предприятие выпускало женскую одежду под ТМ Craft, в 2003 году был запущен бренд Ромра, объединенный впоследствии с первой маркой. В рекордно короткие сроки компания заняла прочное место на рынке модной женской одежды. Доступные цены, высокое качество и широкий ассортимент (топы и футболки, брюки и капри, юбки, женские костюмы, платья, блузы, жакеты и свитера) сделали марку Ромра востребованной у широкой аудитории. Над разработкой и запуском в производство моделей трудятся профессиональные технологи, конструкторы и группа молодых талантливых дизайнеров, которые используют актуальные разработки европейских производителей тканей и тренд-бюро.

В 2008 году компания приступила к созданию и развитию фирменной сети Ромра. 80 розничных магазинов в 40 регионах ежегодно продают не менее миллиона наименований. Каждый сезон Ромра предлагает более 600 моделей (4 коллекции в год) деловых костюмов, элегантных платьев, блуз и трикотажа. Коллекции верхней одежды насчитывают более 250 демисезонных и зимних пальто из высококачественных шерстяных тканей в трех линейках: premium-серия VLR, Ромра и casual iCoat.

Гордостью бренда Ромра является уникальный на российском рынке продукт – классические пальто с запатентованной «дышащей» мембраной RaftPro и инновационным утеплителем Thermor Escodown, которые позволяют потребителю чувствовать себя комфортно при температуре до –25°C.

КОМПАНИЯ ГОДА

(за успешный выход на зарубежные рынки)

Solstudio Textile Design



Solstudio Textile Design – студия ткани и текстильного дизайна – существует на российском рынке более 15 лет, развивая сразу несколько направлений: продажу высококачественных материалов от ведущих европейских фабрик; разработку текстильных принтов как для собственного актива, так и для коллекций дизайнеров одежды и коммерческих производителей; печать принтов на всех видах текстиля; а также выпуск аксессуаров под маркой Radical Chic, получивших в 2015 году премию международного телеканала Fashion TV в номинации «Лучшие аксессуары года». В команду Solstudio входят художники и аналитики, занимающиеся разработкой текстильных рисунков «на острие трендов», что доказано крупнейшими текстильными выставками, в том числе парижской Premiere Vision, эксперты которой регулярно включают рисунки студии в обзоры актуальных тенденций. Кроме того, студия завоевала Гран-при в конкурсе, организованном Premiere Vision, предложив лучшую идею текстильного принта на тему «Рентген цветка».

В 2015 году Solstudio приняла участие в шести зарубежных выставках, включая Intertextile в Шанхае – новую завоеванную русскими художниками территорию. «В этом году мы расширили наш список клиентов до 30 стран мира», – поделилась успехами руководитель студии Александра Калошина.

Solstudio ведет активную экспертную деятельность, составляет собственные цветовые прогнозы, предлагает аналитику текстильных тем и fashion-стилистки. Специалисты компании изучают развитие текстильного производства по всему миру, проводят семинары, лекции и практические занятия по современному материаловедению.



Компания «3Dsol» представляет

3D ТЕХНОЛОГИИ В МИРЕ МОДЫ
3D МОДЕЛИРОВАНИЕ
3D ПЕЧАТЬ



ОБУВЬ ОДЕЖДА ФУРНИТУРА УКРАШЕНИЯ

**МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ РЕАЛИЗОВАТЬ
ЛЮБЫЕ ДИЗАЙНЕРСКИЕ ИДЕИ**

РЕКЛАМА

www.3dsol.ru +7 (495) 749-04-70
Москва, Петровка 34/1

ОТРАСЛЕВАЯ ВЫСТАВКА ГОДА

(за динамичное развитие
и профессиональную концепцию)
Central Asia Fashion (Казахстан, Алматы)



Международная выставка моды Central Asia Fashion – одна из самых влиятельных и успешных отраслевых экспозиций в Центральной Азии, уникальная площадка, которая предоставляет возможность заявить о своей продукции, наладить деловые связи и внедрить лучшие бизнес-решения. Сегодня мероприятие зарекомендовало себя как единственное специализированное событие на рынке казахстанского fashion-ритейла, интерес к которому проявляют и авторитетные лидеры рынка, и начинающие игроки.

Каждый сезон в выставке принимают участие от 130 до 200 брендов из 16 стран, представляющих женскую, мужскую, детскую, спортивную, джинсовую одежду, а также аксессуары, белье, купальники, сумки, обувь, изделия из кожи и меха. Посетители Central Asia Fashion – профессионалы fashion-индустрии Казахстана, Кыргызстана, Туркменистана, Узбекистана, Таджикистана, а также байеры из России и стран СНГ. Для региональных гостей действует специальная программа Hosted Bayers Programme.

Экспозиция занимает более 4000 м². Дизайнерские и байерские модные показы, стенды участников, специальные семинары, тематические бизнес-сессии, круглые столы, презентации – все это Central Asia Fashion.

В рамках выставки проводится бизнес-программа для владельцев брендов, представителей международных компаний, глобальных и региональных розничных сетей, дистрибьюторов и других ключевых игроков fashion-бизнеса Казахстана и Средней Азии. Специально для закупщиков организовано обучение в «Школе продавца» и «Школе байера».



ШОУ-РУМ ГОДА

(за лучший подбор брендов в шоу-руме)

ATVS Fashion Group



За 20 лет работы ATVS Fashion Group зарекомендовала себя как надежный бизнес-партнер: сегодня у группы около 200 клиентов в 60 городах России и стран СНГ. Компания сотрудничает как с небольшими мульти- и монобрендовыми бутиками, так и с крупнейшими операторами модного бизнеса, в числе которых ГК Mercury, ГК Bosco di Ciliegi, Podium Market Fashion Group, ТБЦ «Крокус-Сити», «Большой Гостиный Двор» и др.

Портфолио ATVS Fashion Group насчитывает два десятка брендов: это эксклюзивные коллекции premium-класса, молодежная prêt-à-porter, марки в стиле smart casual, дизайнерская одежда и классика. В шоу-румах компании, расположенных не только в России, но и во Франции, Италии, Бельгии и Монако, можно ознакомиться с коллекциями, разместить заказы и получить профессиональную консультацию по различным вопросам fashion-индустрии.

ATVS Fashion Group имеет большой опыт сотрудничества с ведущими французскими брендами – история компания началась с представительства крупнейшего французского производителя мужской одежды Vestra International (марки Ted Lapidus, Pierre Cardin, Georges Rech, Morgan и др.), в дальнейшем портфолио пополнилось такими знаковыми брендами, как Cacharel, Devernois, Smalto, Franck Boclet. В экономически непростые времена компания продолжает открывать для своих клиентов новые марки, которые становятся коммерчески успешными как в формате мультибренда, так и в монобрендовых бутиках.

ТЕЛЕКАНАЛ
WORLD FASHION

ПРЕДСТАВЛЯЕТ



Christian Dior

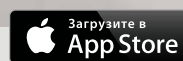
Giambattista Valli

Emilio Pucci

Prada

Fendi

* Новые тенденции сезона осень/зима 15-16



NEW TRENDS^{*}

FALL/WINTER 15-16



Доступ к телеканалу World Fashion можно получить через следующих кабельных и спутниковых операторов:

реклама **16+**



OMNI CHANNEL РИТЕЙЛЕР ГОДА (за вклад в развитие e-commerce торговли)

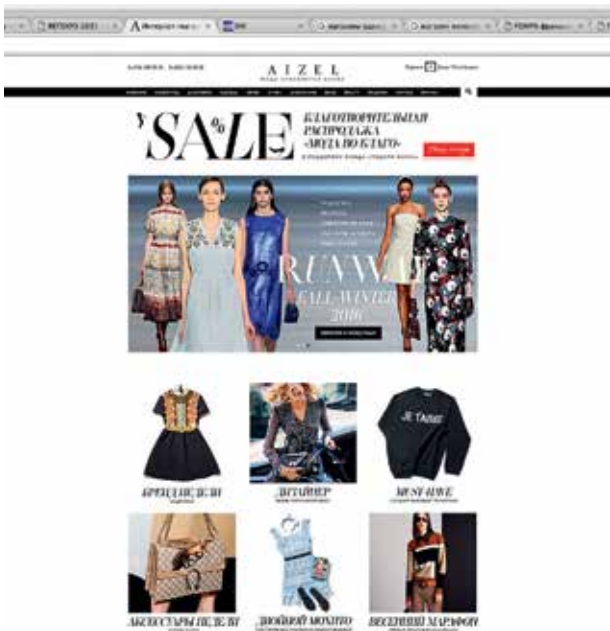
Aizel.ru

Интернет-магазин одежды, обуви и аксессуаров в сегменте люкс Aizel.ru был создан в 2011 году по классической модели «из офлайн в онлайн»: на тот момент уже десятилетний успех бренда Aizel было решено продолжить в формате электронной коммерции. Онлайн-проект смог справиться с амбициозной задачей: в 2014 году годовой рост интернет-бизнеса составил 123% при среднем чеке 18 тыс. рублей, а в первом квартале 2015 года средний чек вырос до 23 тыс. рублей, годовой же темп роста оставался выше среднего по рынку – на уровне 56%.

Однако на достигнутых результатах в компании решили не останавливаться: в середине 2015 года представители Aizel объявили о создании на базе Aizel.ru новой для России бизнес-модели market place и привлечении инвестиций в размере €25 млн (первый раунд инвестиций составил €2,5 млн).

Так, используя модель market place, Aizel.ru начали предоставлять партнерам свою платформу для продажи товаров, включая маркетинг-поддержку, логистику и клиентский сервис, а также выход на покупателей во всех регионах России и СНГ без привязки к определенному географическому положению. Последнее особенно важно: ключевым элементом стратегии компании является расширение географии и усиление присутствия в регионах России и странах СНГ.

Показательно, что, несмотря на общую экономическую ситуацию в России, инвесторы выражают уверенность в перспективах рынка онлайн-торговли товарами классов премиум и люкс. «У нас есть все основания полагать, что премиальный и люксовый сегменты одежды, обуви и аксессуаров в Рунете не в полной мере освоены российскими игроками, и до сих пор там присутствовали в основном западные интернет-магазины. Мы готовы предложить нашим клиентам достойный ассортимент из коллекций ведущих мировых модных брендов, оптимальное соотношение цен и качественный клиентский сервис. Полученные инвестиции еще раз доказывают перспективность выбранного нами направления», – говорит сооснователь проекта Айсель Трудел.



ТОРГОВАЯ МИССИЯ ГОДА (за эффективную байерскую программу для России)

Sistema Moda Italia (SMI)



Объединение участников модной индустрии Италии (Sistema Moda Italia – SMI) – одна из крупнейших в мире организаций, представляющих интересы компаний легкой промышленности. По сути это федерация, которая за несколько десятилетий взяла на себя деятельность нескольких профессиональных ассоциаций по основным направлениям: производство шерсти и изделий из нее, чулочно-носочных изделий, белья, трикотажа, шелка и другого текстиля. Сегодня SMI объединяет 50 тыс. итальянских компаний, где работает более 420 тыс. сотрудников, и служит ключевым звеном не только швейной промышленности, но и всей экономики страны. Федерация стремится защищать и продвигать интересы итальянской отрасли на национальном и международном уровнях и участвует в решении всех ключевых вопросов – от взаимодействия с органами власти до урегулирования трудовых споров.

Одно из приоритетных направлений деятельности SMI – помощь итальянским компаниям в налаживании устойчивых международных связей. Осенью 2015 года SMI и Торговый отдел Посольства Италии (ICE) при поддержке Министерства экономического развития страны организовали тур в Милан для байеров, активно продвигающих итальянскую продукцию на российском рынке. Участие в поездке приняли более трех десятков компаний из разных городов России. Встречали гостей миланские шоу-румы брендов женской, мужской и детской одежды, нижнего белья и купальников: Industria tessile Nardelli, G.T.A. Moda, Enrico Mandelli, Sozzi Calze, Monnalisa, Cottonella и др. Высокий уровень сервиса, интересная подборка итальянских компаний и индивидуальные программы поездки (в зависимости от направленности бизнеса) были по достоинству оценены российскими байерами-участниками.

ЙОГА

На Fashion One

12+

РЕКЛАМА



СМОТРИТЕ НОВЫЙ СЕЗОН
Йога на Fashion One в формате **HD*** на



ТРИКОЛОР ТВ

 fashiononetv  fashiononetv  FashionOneRussian  fashionone.ru  FashionOneRussian  FashionOneRussia

За дополнительной информацией обращайтесь по адресу moscow@fashionone.com

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ СМИ ЭЛ № ФС 77-48402 ОТ 27.01.2012Г. ЛИЦЕНЗИЯ НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ВЕЩАНИЯ ТВ № 20458 ОТ 05.04.2012Г.

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ. ДОСТУПНОСТЬ ТЕЛЕКАНАЛА У ОПЕРАТОРА «ТРИКОЛОР ТВ» ЗАВИСИТ ОТ ТЕХНИЧЕСКОЙ ВОЗМОЖНОСТИ ОБОРУДОВАНИЯ АБОНЕНТА «ТРИКОЛОР ТВ» *HD (АНГЛ.) – ТЕЛЕВИДЕНИЕ ВЫСОКОЙ ЧЁТКОСТИ.

ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР ГОДА. МОСКВА

(за лучший пул fashion-арендаторов)

ТЦ «Авиапарк»

Торгово-развлекательный комплекс «Авиапарк» открылся в Москве в ноябре 2014 года. Суперсовременный проект представляет собой крупнейшую в Европе площадку для покупок, развлечений и отдыха посетителей. На арендопригодной территории в 220 тысяч м² располагается свыше 250 магазинов.

В 2015 году в «Авиапарке» состоялся ряд громких открытий. Испанская Inditex разместила здесь магазины всех ключевых брендов группы: Zara, Uterque, Zara Home, Oysho и Pull&Bear, Stradivarius, Bershka, Massimo Dutti. Кроме того, «Авиапарк» стал торговым комплексом, который шведский fashion-ритейлер H&M (более 4500 м²) и британский Debenhams (8400 м²) выбрали для открытия своих флагманов в России. Новые моносторы выполнены в уникальной для российского рынка розничной концепции и предлагают покупателям широкий ассортимент товаров, а также лимитированные коллекции, доступные только в «Авиапарке».

К числу интересных открытий относятся и фирменные магазины Max&Co, Weekend MaxMara, Tous, запуски первого в России монобрендового бутика часового японского бренда Orient и флагманского магазина итальянской марки Atos Lombardini. На третьем этаже «Авиапарка» реализован проект креативного пространства – Trend Island площадью 6000 м². Концепция близка к той, что принята в современных универмагах, и предполагает размещение арендаторов в формате корнеров. Trend Island объединяет в себе инновационный «островной» принцип размещения арендаторов с традиционной галереей торгового центра.

В течение третьего квартала 2015 совместно с международным коммуникационным агентством Ogilvy & Mather Russia была разработана рекламная кампания, которая стартовала 1 октября. Кампания охватывает теле/радио/интернет-каналы, наружную рекламу в Москве.

По данным официального сайта ТРЦ, за год «Авиапарк» посетили 16,9 млн человек. Годовые розничные продажи достигли отметки в \$913,6 млн.



МОДА КАК БИЗНЕС

Оформи годовую подписку на журнал PROfashion сейчас и получи подарок – Trend Book весна-лето 2017



ПОДАРОК!



Каждый, кто успеет оформить годовую подписку до 1 февраля 2016 года, получит Trend Book «Тенденции женской моды весна-лето 2017» (количество подарков ограничено)

ДЛЯ ОФОРМЛЕНИЯ ПОДПИСКИ

Необходимо прислать заявку и реквизиты компании с пометкой «Подписка на журнал PROfashion» на электронную почту sales2@profashion.ru или по телефону: +7 (495) 626-30-20 для Потапкиной Александры.

Стоимость подписки на 1 номер – 179 руб.

Подписка через редакцию осуществляется в любой период и на любое количество номеров.



23 номера в год, включая специальные номера о женском, мужском и детском ритейле, джинсовом, бельевом, аксессуарном рынках, о брендах России, Германии, Италии, Франции. Периодичность – 2 раза в месяц.

Будьте в курсе последних новостей с журналом PROfashion!

www.profashion.ru

[NR]
NEW RETAIL

NEW-RETAIL.RU

ведущий портал о розничной торговле*

Главные новости ритейла

Маркетинговые стратегии для розничных сетей и малого бизнеса

Кейсы по оптимизации бизнеса и увеличению продаж

Все о дизайне и строительстве магазинов



* - среди интернет изданий о розничной торговле

РЕКЛАМА


EA CLINIC
EUROASIAN CLINIC

Комплексные медицинские услуги, инновационные разработки в области эстетической медицины, высокотехнологичное оборудование последнего поколения и безупречный сервис способны удивить даже самого искушенного Гостя.

Ждем Вас 11.12.2015 по адресу Новый Арбат, д.36, ТЦ Сфера

Телефон +7 (495) 215 57 80

www.eaclinic.ru

РЕКЛАМА

АНТИКРИЗИСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Церемония вручения призов 7-й премии PROfashion состоялась в Event-холле «Инфо-Пространство». Уютная, почти клубная атмосфера площадки помогла придать мероприятию более камерный и демократичный формат. А живые манекены, музыканты и стены из цветов создавали ощущение всеобщего праздника. В результате гости церемонии, ведущие игроки модной индустрии и представители fashion-медиа могли, с одной стороны, сосредоточиться на церемонии награждения лауреатов, а с другой – свободно общаться друг с другом. Новый формат был по достоинству оценен большинством участников этой неформальной встречи профессионалов. Одним из приятных сюрпризов для гостей церемонии стало антикризисное угощение от организаторов PROfashion Awards в виде 20 кг черной и красной икры, а также 80 кг свежей клубники. Медиахолдинг PROfashion благодарит Официального партнера премии STG-Express, спонсоров: компании Bezko, OGUZ Престиж, TerraFiori, Водка «Цельсий», Европейский центр эстетической медицины, «ИнфоПространство», Кондитерскую «Акканто», Студию 3D-Технологий «3Dsol» – и всех тех, кто помог превратить церемонию вручения наград в настоящий праздник.



Татьяна Белькевич, Олеся Орлова, PROfashion, Алина Асси и Джанфранко ди Натале, SMI



Дарья Беженар, певица, участница шоу «Голос»



Ольга Цыпкина и Константин Андрикопулос, Bosco di Ciliegi



Антон Силаев, BlockBASter



Ведущие вечера
Юлия Барановская и Антон Лаврентьев



Марина Дэмченко,
Fashion Collection



Ёлан Сабарова, Solutions 3D,
Олеся Орлова, PROfashion



Татьяна Котова, певица



Тори Гурьева, LIVE IN



Хабиб Магомедов, Trimonti,
Анастасия Петрунькина, PROfashion



Элина Чубайко, PROfashion,
Хульки Оз, «Oguz Престиж»,
и дизайнер Елена Шипилова



Сергей Кирсанов, Ольга Войницкая,
«Империя Групп», Егор Буденный



Елена Сягровец и Роберто Ламастра, Aeronautica Militare



Тамара Зубова, BlockBASSter



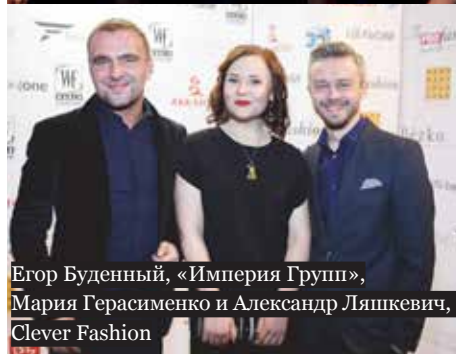
Марина Блоховцова, Игорь Сахаров,
Юлия Новикова, STG Express



Василий Фандюшин, Елена Когель
и Андрей Шипов, Francesco Marconi



Алиса Толкачева, дизайнер,
Даниил Федоров, художник



Егор Буденный, «Империя Групп»,
Мария Герасименко и Александр Ляшкевич,
Clever Fashion



Анна Быстрова, Анна Roza, Снежана Мадильян,
Madilyan, Лола Ероценко



Наталья Лесниковская,
актриса



Сергей и Виктория
Безкоровайные, Bezko



Светлана Падерина,
PROfashion



Ирина Польшковская,
Totti



Алина Асси,
дизайнер



Альфия Хафизова и Галина Трошина,
Bella Kareema



Живые манекены стенда Bezko



Антон и Евгения Алфер,
Moda.ru

ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ДИЗАЙНЕРОВ ОДЕЖДЫ



Тема конкурса – пальто

PRO*fashion*
Masters

при поддержке

 **ТКАНИ ПРЕСТИЖ**
BY **OĞUZ TEKSTİL** 



РЕКЛАМА

Финал конкурса состоится 24 февраля 2016 г. в 16.30
на подиуме выставки СРМ – Collection Premiere Moscow
Москва, Краснопресненская наб., 14, пав. 8.3

www.fashion-masters.ru



STG-Express

iCargo



Overseas Transport Systems



МЫ ЗНАЕМ ПРОСТОЙ ПУТЬ
We know the simple way

www.stg-express.com

Самые выгодные цены

Самые быстрые сроки

STG-Express
8 800 777-76-75
info@stg-express.com
www.stg-express.com

**iCargo Internationale Logistik
und Handels GmbH**
+49 40 736754 113
info@icargo-logistik.de
www.icargo-logistik.de

O.T.S. SpA Italy
+39 0733 895 811
otsspa@otsspa.com
www.otsspa.com



STG-Express