

WWW.PROFASHION.RU

PRO *fashion*

№ 6 (225) ЦЕНА: 150 руб.

Журнал о моде для профессионалов



МЕЖДУНАРОДНАЯ
БИЗНЕС-ПЛАТФОРМА

BEE-TOGETHER.ru

АУТСОРСИНГ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

PLUS

САЛОН ТКАНЕЙ
ОБОРУДОВАНИЕ
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ
ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

16+



LADY SHARM

— Classic —

Одежда от 48 размера
www.ledisharm.com

АССОЦИАЦИЯ «УЗЧАРМСАНОАТ»



РЕКЛАМА

Ассоциация «Узчармсааноат» создана на базе Ассоциации "Узбекчармпойабзали" в соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан за №3693 от 3 мая 2018 года «О мерах по дальнейшему стимулированию развития и роста экспортного потенциала кожевенно-обувной и пушно-меховой отраслей». На сегодняшний день в состав Ассоциации входят более 300 отраслевых организаций различных сегментов и специализаций, в том числе предприятия автоматизированного убоя, заготовки и переработки кожевенного пушно-мехового, каракулевого сырья и шерсти, кожевенные заводы, обувные и кожгалантерейные фабрики, организации по производству специальной одежды и спецобуви, изделий из искусственной кожи, комплектующих и химикатов.

100192, Узбекистан г.Ташкент
Мирзо-Улугбек р-н, пр.Мустакиллик 109

Канцелярия:
Факс:
Приёмная:

+99871 268-40-66
+99871 268-40-66
+99871 267-58-47

Телефон доверия:
Telegram:
e-mail:

+99871 267-53-64
+99893 399-00-44
info@uzcharm.uz



www.uzcharm.uz



@uzcharmsanoat

ВРЕМЯ ДЕЙСТВОВАТЬ СООБЩА

В пятый раз в Москве состоится Международная бизнес-платформа по аутсорсингу для текстильной промышленности BEE-TOGETHER.ru. Более восьмидесяти предприятий из России, Беларуси, Латвии, Армении, Узбекистана, Индии, Китая, Турции, Великобритании предлагают не только услуги по пошиву практически любой продукции легпрома, от верхней одежды до обуви и аксессуаров, но также текстиль, фурнитуру и оборудование. За два года проект Русской ассоциации участников фешен-индустрии (РАФИ) вырос из площадки, которая связывает друг с другом швейные фабрики и модные бренды, в платформу легкой промышленности, помогающую решать широкий спектр отраслевых вопросов. Одни участники мероприятия считают, что BEE-TOGETHER.ru способствует делу импортозамещения, так как предоставляет сетевым ритейлерам доступ к серьезным отечественным партнерам и стимулирует появление новых рабочих мест в стране. Другие ценят удобный формат – посетители платформы могут сразу охватить и пошив готовых изделий, и ткани, и фурнитуру. Третьи дорожат возможностью профессионально общаться с коллегами и расширять деловые контакты. И большинство сходится в том, что платформа – это работающий инструмент продвижения услуг и продукции легпрома. РАФИ стремится максимально оперативно и качественно отвечать на актуальные запросы компаний отрасли, ведя постоянный живой диалог с участниками рынка и изучая их потребности. Поэтому на платформе BEE-TOGETHER.ru появляются новые сегменты, направления и компании. «Сила – в объединении» – не просто слоган РАФИ, но жизненная позиция и организаторов, и участников ассоциации. Никто не сомневается, что сегодня выигрывает тот, кто раньше других успевает отреагировать на новые правила рынка и сделать интересное предложение по привлекательной цене. Но не менее важно поддерживать развитие бизнеса в легпроме, объединяя швейников, текстильщиков, ритейлеров – всех тех, кто и создает моду как индустрию.

ВИКТОРИЯ КРИВОРУЧКО,
директор РАФИ

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. Перепечатка материалов без письменного разрешения редакции запрещена.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных текстов и модулей.

Учредитель, издатель ООО «ПРОФэшн».

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77 – 66509, выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) от 14.07.2016 г.

Выход номера из печати 05.06.2018 г.

Подписной индекс 81441.

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР» – Москва, Электровзводская ул., 20. www.vivastar.ru

Тираж: Россия – 14 500 экз.



TIME TO ACT TOGETHER

The International Business Platform for Outsourcing for the Textile Industry BEE-TOGETHER.ru will be held fifth time in Moscow this June. More than eighty enterprises from Russia, Belarus, Latvia, Armenia, Uzbekistan, India, China, Turkey, Great Britain offer not only services on sewing practically any products of the apparel industry from outerwear to footwear and accessories, but also textiles, accessories and sewing equipment. For two years, the project of the Russian Association of Fashion Industry participants (RAFI) has grown from a site that ties garment factories and fashion brands to each other, into a light industry platform that helps solve a wide range of industry issues. Some participants of the event believe that BEE-TOGETHER.ru became an import substitution, as it creates a network for retailers with access to serious domestic partners and stimulates the emergence of new jobs in the country. Others appreciate the convenient format. The visitors of the platform can immediately find suitable partner to produce products, buy fabrics and accessories. And others value the opportunity to professionally communicate with colleagues and expand business contacts. The majority of the participants agrees that the platform is a working tool for promotion of services and products of the apparel industry. RAFI makes everything to respond as quickly and as qualitatively as possible to the current requests of the industry's companies, conducting a constant live dialogue with market participants and studying their needs. Therefore, on the platform BEE-TOGETHER.ru new segments, directions and companies appear. «Unity makes strength» is not just the RAFI's slogan, but the life position of both the organizers and the members of the association. Nobody doubts that today the one wins who, before others, has time to react to new rules of the market and make an interesting offer at an attractive price. But it's important as well to support the development of business in the apparel industry, uniting clothing manufacturers, textile workers, retailers: all those, who create fashion as an industry.

VICTORIA KRIVORUCHKO, director of RAFI

генеральный директор
Олеся Орлова
orlova@profashion.ru

шеф-редактор
Максим Медведев
editor@profashion.ru

арт-директор
Людмила Великанова

редактор раздела «Дизайн»
Светлана Падерина
design@profashion.ru

редактор раздела «Ритейл»
Галина Кузнецова
sub-editor@profashion.ru

редактор сайта
Оксана Пиккель
internet@profashion.ru

фоторедактор
Мария Коробова
art@profashion.ru

корректор
Наталья Афанасьева

коммерческий директор
Татьяна Белькевич
director@profashion.ru

рекламный отдел
Анастасия Петрунькина
adv@profashion.ru

Юлия Попкова
adv1@profashion.ru

Татьяна Козина
adv3@profashion.ru

Екатерина Левис
reklama@profashion.ru

менеджер по международным
отношениям
Дарья Аверина
inter@profashion.ru

директор по развитию
Юрий Гушин
expo@profashion.ru

экспо-менеджер
Иван Михайлов
fair@profashion.ru

распространение
sales@profashion.ru

PROfashion
Журнал о моде для профессионалов

Адрес редакции и издателя:
123007, Москва,
Бизнес-центр «Бега»,
3-й Хорошевский пр-д, 1, стр. 1;
тел. +7 (495) 626 3020;
www.profashion.ru



НОВОСТИ ДИЗАЙНА 4

ТЕНДЕНЦИИ

Силуэтная эволюция 6

Силуэтные формы в коллекциях сезона осень-зима 2018/19

ИНТЕРВЬЮ

Жизнь под новым именем 10

Дизайнер Анастасия Швачко (Ася Мальберштейн) о своем новом проекте

НОВОСТИ РИТЕЙЛА 13

АНАЛИТИКА

На пороге 15

Участники 30-й выставки CPM - Collection Première Moscow делятся опытом новых стратегий

НОВОСТИ МАРКЕТИНГА 22

ИНТЕРВЬЮ

«Халявы не будет...» 24

Основатель ProCapitalist.ru Сергей Промохов о решениях конкретных задач швейного производства в России

СОБЫТИЕ

Тунис together 26

О пилотном проекте CEPEX по развитию экспорта одежды в Россию

В стране каспийской моды 32

7-я Каспийская неделя моды в Астрахани



INSPIRATION

Коллекция «черных жемчужин» 30

О Музее швейных машин Nähmaschinen-Museum в Швейцарии

ВЫСТАВКИ

Здесь рождается будущее 36

26-й выпуск Milano Unica

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



МЕЖДУНАРОДНАЯ
БИЗНЕС-ПЛАТФОРМА
BEE-TOGETHER.ru
АУТСОРСИНГ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Summary

Silhouette evolution

The coming autumn-winter season shows that it's time for changes of silhouettes, and this may be read directly from the podiums.

Life with a new name

After the break with the business partner designer and entrepreneur Anastasia Shvachko, known under the pseudonym Asya Malberstein, launched a new project. It already attracted the attention of many buyers.

On the threshold

From confusion and feverish attempts to grasp the straw participants of the exhibition CPM - Collection Première Moscow have moved to the awareness of the irreversibility of the changes and the need of thoughtful steps.

Tunisia together

The Center for Export Promotion of Tunisian Producers CEPEX launched this year a pilot project to develop clothing export to Russia.

«Freebies won't come...»

The developer of the portal Procapitalist.ru Sergey Promokhov talks about specific solutions to specific tasks of apparel production in Russia.

Collection of "black pearls"

The sewing machine museum Nähmaschinen-Museum, created by talented restorers and tireless researchers Roni Schmid and Tino Jan, celebrates its fifth anniversary.

In the country of the Caspian fashion

The Caspian Fashion Week reinforces the positions of local designers every season, inscribing their names in an international context.

Here a future is born

The 26th edition of Milano Unica clearly showed that this international exhibition of textile and accessories manufacturers is changing from the promotion of «Made in Italy» production into the platform of innovative solutions for the industry.



bugatti-fashion.com

bugatti

we are europe

НОВОСТИ ДИЗАЙНА

| КОЛЛЕКЦИИ | КОЛЛАБОРАЦИИ | НОВЫЕ ИМЕНА | КРЕАТИВНЫЕ КАДРЫ |

PROfashion / №6 май 2018 4



Louis Vuitton x FIFA

ФУТБОЛ В СТИЛЕ ЛЮКС

Марка Louis Vuitton выпустила специальную коллекцию, приуроченную к чемпионату мира по футболу. Все изделия этой линейки выполнены из легендарной рециклированной кожи Epi, отличающейся высокой прочностью, – именно этот материал используется для многих классических моделей французского бренда. В «футбольную» коллекцию вошли овальные дорожные сумки, рюкзаки, кошельки и визитницы с лаконичной монограммой LV. Все аксессуары представлены в трех вариантах цветовой гаммы – в комбинациях черного и белого, белого и красного, белого и голубого. Дополнительный элемент коллекции – бирки для багажа, сделанные в цветах национальных флагов всех стран – участниц чемпионата. Сообщается, что линейка будет доступна в магазинах Louis Vuitton с 15 июня по 15 июля этого года.

КОНКУРС

Патриотический конкурс дизайнеров одежды «Армия России – стиль жизни»

Организатор: АО «Военторг» при поддержке бренда «Армия России».

Срок приема заявок: до 1 августа 2018 года.

Условия участия: приглашаются молодые дизайнеры одежды. Их задача – разработать концепцию линейки одежды, соответствующую лозунгу «Армия России – стиль жизни». Победители эскизного этапа примут участие в гала-показе своих коллекций в конце года в Москве.

Награда: 1-е место – 350 000 рублей, 2-е место – 100 000 рублей, 3-е место – 50 000 рублей.

Контакты и подробности: <http://konkurs-voentorg.ru>

НАСЛЕДНИК

Риккардо Тиши дебютировал в качестве креативного директора британской марки Burberry. Новая круизная коллекция бренда была презентована в виде лукбука, демонстрирующего как мужские, так и женские модели одежды и аксессуаров. Дизайнер не стал устраивать революцию и взял за основу классические тренчи Burberry, выполненные в песочных тонах, и узнаваемую клетку – которая послужила главным акцентом в вещах лаконичного кроя, таких как пончо. Вторым знаковым элементом коллекции стали стеганные пальто и куртки – раньше они использовались исключительно как второй слой, предназначенный для утепления верхней одежды, но в коллекции Тиши превратились в самостоятельную единицу. Линейку дополнили аксессуары – вместительные кожаные баулы и маленькие сумки через плечо.



Burberry, resort 2019

ФАКТЫ

Лейбл Ground Y, выпускающий коллекции под руководством японского дизайнера Йоджи Ямамото, и британская марка Fred Perry объявили о сотрудничестве. 1 июня этого года в продажу поступит совместная коллекция, в которую войдут вещи формата унисекс.

В семействе компании Comme des Garçons появится еще один, 18-й, бренд. Он будет носить название CDG. Анонсируя запуск нового проекта, дизайнер Рей Кавакубо сказал, что посвящает его 40-летию юбилею Comme des Garçons, и что под этим лейблом будут выпускаться вещи лаконичного, «вне-временного» дизайна.



Helmut Lang x Carrie Mae Weems

ФОТОГРАФИЯ НА ПАМЯТЬ

Обновленный лейбл Helmut Lang, продолжая сотрудничество с актуальными художниками, выпустил мини-коллекцию в содружестве с американской фотохудожницей Кэрри Мей Уимс. Ее работы известны своим глубоким и внимательным взглядом на проблемы расизма и на жизнь маргинального сообщества. В основу коллекции, созданной усилиями креативной команды Helmut Lang, легла серия снимков Kitchen Table project – на них Уимс изобразила себя и своих близких, сидящих за кухонным столом и занимающихся повседневными делами. Эти кадры были перенесены на белоснежные футболки и лонгсливы марки. Сообщается, что 15% прибыли от их продаж будут перечисляться на благотворительность.

ШИРОКИЙ ВЫБОР

Певица Рианна, успешно сотрудничающая с модными брендами, выпустила свою первую коллекцию белья. Проанонсированная в начале мая линейка Savage x Fenty отличается прежде всего обширным ассортиментом: в нее входит почти сотня моделей для самых разных случаев – начиная от базовых комплектов нейтральных оттенков и заканчивая яркими экстравагантными боди и корсетами. Еще одна важная задача, которую решает Рианна, – создание широкого размерного ряда и работа с разными типами женских фигур. Так, размеры бюстгалтеров варьируются от 32A до 44DD, а одежда представлена в линейке от XS до XXXL. Примечательно, что в дебютном лукбуке белье от Savage x Fenty демонстрируют девушки разных размеров и пропорций, поддерживая общую тенденцию бодипозитива и разнообразия красоты.



Marc Jacobs x Anna Sui

ЛУЧШИЕ ДРУЗЬЯ

Американские дизайнеры Марк Джейкобс и Анна Суи объединились для создания совместной коллекции. В прошлом – выпускники fashion-школы Parsons, в настоящем – хорошие приятели, Суи и Джейкобс решили развить ироничную эстетику собственных брендов и выпустили линейку, одобренную большим количеством юмора. В нее вошли сумки-шоперы, маленькие сумочки через плечо, свитшоты, футболки, кеды и брелоки – все они украшены забавными принтами, изображающими самих дизайнеров, а также собаку Марка Джейкобса, бультерьера Невилла. Эти рисунки выполнил художник Уилл Брум, плотно сотрудничающий с брендом Marc Jacobs. «Мы дружим с Марком в течение очень долгого времени. И я не могу поверить, что мы так долго шли к коллаборации. Было очень весело работать над проектом вместе», – поделилась впечатлениями Анна Суи.

ФАКТЫ

Марка Off-White сделала капсульную коллекцию для лондонского универмага Browns. Особенность линейки заключается в том, что в нее вошли переиздания самых популярных моделей марки, выполненные в новых тканях с оригинальными, созданными специально для коллаборации, принтами.

В лондонском Музее дизайна открылась выставка, посвященная Аззедину Алайя. Экспозиция Azzedine Alaïa: The Couturier, которая будет открыта до октября этого года, состоит из шести десятков силуэтов, созданных дизайнером в разные годы, фотографий и видеоматериалов.

СИЛУЭТНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ

Силуэтные формы одежды не подвержены ежесезонному обновлению. Как правило, для того чтобы свежий силуэт утвердился в модных трендах, требуется два-три года. Однако наступающий осенне-зимний сезон показывает, что пришло время для некоторых изменений, – и это считается прямо с подиумов.



Celine

РОМАНТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Эстетика 1950-х негромко, но уверенно возвращается в модные тренды вместе с характерными для нее силуэтами: подчеркнутая талия, акцентированная грудь и юбка, расширенная книзу трапецией. Мы можем видеть, как изменились конструкции по отношению к X-силуэтам, популярным в середине 2000-х, и в чем их отличия от оригинала, популяризированного в середине прошлого века. Конструктивные линии сейчас более плавные, плюс практически не осталось жестких каркасных форм. Если и присутствуют корсетно-бельевые элементы – то это чаще всего остроумные имитации, не имеющие ничего общего с жесткими, сковывающими фигуру «доспехами». К слову, именно корсетные шнуровки, а также всевозможные завязки и пояса помогают превратить изначально свободную, с неподчеркнутой линией талии форму платья в современный new look, оставляя при этом свободу в области груди и плечевого пояса. Успех неоромантического стиля подсказывает дизайнерам все новые и новые вариации такого силуэта. Среди самых актуальных – талия, расположенная чуть выше естественного уровня; просторный вырез горловины, обнажающий плечи; вертикальный шов, позволяющий перевести нагрудную и талиевую вытачку в сборку по центру платья; а также многослойность, к примеру, прозрачные платья, надетые поверх непрозрачных.



Alexander McQueen



Antonio Marras



Balenciaga



Carven



Fendi



Mami



Michael Kors Collection



Simone Rocha

ТОНКОЙ ЛИНИЕЙ

Другой заметной тенденцией сезона можно назвать слим-силуэт – удлинённый, буквально «вытянутый в струнку». Необходимый эффект создаётся, во-первых, путем использования единого цвета в комплекте – чаще всего черного либо темных оттенков синего, фиолетового, бордо. Во-вторых, все изделия имеют минимальную прибавку на свободу облегания и – если речь идет о платьях, юбках и пальто – максимальную длину. В-третьих, усилить впечатление помогают детали: высокие воротники-стойки и вертикальные линии – принты и лампасы. Наконец, иллюзия вытянутости поддерживается стилизацией – высокими каблуками, узкими и очень длинными шарфами, сумками на удлинённых ремнях и соответствующими украшениями, тоже направленными вертикально. В целом этот силуэт демонстрирует интерес к важному направлению в современной моде – андрогинному стилю.



ПЛЕЧО К ПЛЕЧУ

Продолжая тему андрогинности, имеет смысл обратить внимание на плечевой пояс. Вот уже несколько сезонов подряд он дает точку опоры для создания «сильного», условно мужского силуэта. Однако мы видим, что меняется взгляд на распределение объемов. Еще совсем недавно в коллекциях прогрессивных дизайнеров преобладала эстетика гиперсайз, сейчас же прибавки на свободу облегания стали заметно уменьшаться, и одежда стремится быть «ближе к телу». Небольшой объем позволяет еще сильнее акцентировать линию плеча – путем искусственного расширения этого участка, с помощью использования плечевых накладок или дополнительного объема в области головки рукава. Четко очерченный и – иногда – гипертрофированный плечевой пояс играет главную роль в прямых и слегка расширенных силуэтах разной длины, он нередко встречается в современных жакетах и пальто, а также в платьях, копирующих стиль 1980-х. В некоторых случаях горизонтальная плечевая линия рифмуется с поясом или ремнем, часто контрастным.

| ТЕНДЕНЦИИ |

МЯГКИЙ ХАРАКТЕР

Мода на преувеличенные объемы сходит на нет, однако элементы силуэтов-коконов остаются среди главных дизайнерских интересов. И вновь ключевая роль отводится плечевому поясу – но в данной тенденции тон задают мягкость линий и податливость материалов. Все внимание переносится на рукав: овальной формы, слегка наполненный или очень объемный, покроя реглан или полуреглан, либо втачной, смещенный по направлению к горловине. «Новый кокон» отличается от прежних тем, что имеет незначительный объем в области груди и талии, а иногда даже прилегает на этих участках; заметная наполненность характерна только для рукава. Другой вариант – мягкая овальная форма всего изделия, без гипертрофированных участков. Созданию «уютного» эффекта во многом способствует правильный выбор материала – короткошерстный натуральный или искусственный мех, фактурный трикотаж, плюш, ворсовая шерсть и другие.



Dries Van Noten



Isabel Marant



Kenzo



Jil Sander



Louis Vuitton



No. 21



Marc Jacobs



Ports 1961



Bottega Veneta



Christian Dior



Dries Van Noten



Loewe



JW Anderson



Paco Rabanne



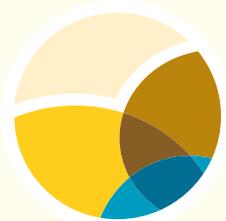
MSGM



Ermanno Scervino

1 + 1

В отдельных случаях актуальный силуэт требует нескольких слагаемых – и тогда получается вольная аллюзия на стилистику 1970-х: прямой или чуть расширенный верх, широкая или очень широкая юбка, спокойный объем и длина ниже колена. Чаще всего на подиумах можно увидеть дуэт платья миди-длины и куртки, полупальто или джемпера длиной до середины бедра, но возможны и другие вариации. В целом этот силуэт, несмотря на его многослойность, обладает легкостью и подвижностью. Выбор материалов в данном случае предполагает разницу фактур: если внутренний слой – платье или юбка – выполнен из жатого шелка или оформлен вышивкой, то внешний – пальто или джемпер – будет обладать гладкой поверхностью, и наоборот. Иногда сюда может прокрадываться неярко выраженная асимметрия – юбки с «вытянутыми» углами, запашные застежки с крупными завязками, диагональные складки и другие элементы, которые помогают силуэту стать более динамичным. [p1](#)



#3

July 4-5

Palazzo Italia

playtime
BERLIN

The new trade show for German
& international children's brands

120 collections

Fashion & Lifestyle



CHILDREN'S & MATERNITY TRADE SHOWS WORLDWIDE!

ONLINE • PARIS • BERLIN • NEW YORK • TOKYO

new! →

www.iloveplaytime.com

ЖИЗНЬ ПОД НОВЫМ ИМЕНЕМ

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА ПАДЕРИНА



Tobewoman

Дизайнер и предприниматель Анастасия Швачко, известная под псевдонимом Ася Мальберштейн, выпускала авторские кожаные аксессуары. Она успешно занималась этим почти десять лет, пока не оказалась в прямом смысле перед закрытыми дверями собственной фирмы. Разрыв отношений между Швачко и ее партнером по бизнесу Марией Слинковой, который, по словам дизайнера, был не чем иным, как «рейдерским захватом марки», вывод Анастасии из совета директоров компании, а также дальнейшее судебное разбирательство широко освещались в профильной прессе и обсуждались в модном сообществе. Между тем, оправившись от потрясений, она запустила новый проект, который уже на старте привлек внимание многих покупателей.



Ася, для начала – небольшая предыстория, чтобы избежать спекуляций. Вы выиграли суд, вернули контроль над компанией Asya Malbershtein?

Я выиграла суд, но не вернула свое место в фирме. И контроль над компанией Asya Malbershtein установить пока невозможно, так как я до сих пор не знаю, где находится мое производство, – это действительно так. По последним данным, на балансе фирмы уже ничего нет, все выведено. Производства нет, оборудование списано, все переведено на какие-то непонятные ИП. Есть только ООО, на котором висят огромные долги, – и со всем этим придется долго разбираться через суды и адвокатов. Это может затянуться на несколько лет, и если действовать в рамках закона, как я и поступаю, то все ведет к тому, что долги фирмы будут расти. В данный момент я не получаю никаких средств с продаж изделий, выпущенных под лейблом Asya Malbershtein, не знаю, где и как они производятся, не могу нести ответственность ни за качество товара, ни за чистоплотность продавцов.

Вы запустили новый fashion-проект, давайте поговорим о нем.

Лейбл Tobewoman – это моя отдушина, моя любовь. Он очень позитивный. Я специально не стала конкурировать с прошлой маркой и выбрала иной сегмент – пижамную и бельевую группу с замашкой на корсетную (которая пока в разработке). На все идеи в данный момент не хватает средств, по-



Коллекция пижам Tobewoman

сколько инвестора у меня нет, и все делается с участием друзей, которые мне помогают через частные займы и кредиты.

Как родилась идея Tobewoman, почему выбрана такая концепция?

Этот проект родился практически сразу. Мне хотелось сделать бренд с большим количеством юмора, иронии и одновременно сделать что-то новое по отношению к другим российским маркам. Я ровно на год выпала из модной индустрии, занималась судами, выдыхала и реанимировала себя после всех этих неприятностей. А когда поняла, что готова к запуску, и нашла деньги на старт, мониторила все, что сейчас имеется на рынке. Понятно, что в плане дизайна мы с Tobewoman колесо не изобретаем, но хотелось сделать что-то иное в плане подачи. Проект запустили очень быстро, за несколько месяцев.

Первая коллекция Tobewoman была представлена как «одежда для спальни», сейчас у вас расширяется ассортимент. Какие линейки на подходе?

Мы планируем выпускать то, чего не хватает на рынке – например, халаты непестрых расцветок и хорошего качества, плюс, как я уже говорила, корсетную линейку, эстетичное корректирующее белье. Но Tobewoman – это не только мои собственные коллекции. Мы уже сейчас начали сотрудничество с разными брендами и будем продавать марки, которые мне нравятся, причем не только

российские. По факту получится полноценный интернет-магазин, в который я хочу собрать все лучшее в этом сегменте, открыть какие-то новые имена.

На подходе линейка домашней одежды для мужчин: халаты, пижамы, трусы с простым, но ироничным дизайном и аксессуары – кожаные тапочки, которые мы будем делать совместно с Милой Благодравовой. Это такая «подарочная» история – с помощью которой мы хотим решить эту вечную проблему «что подать мужчине».



Сейчас вы активно работаете в формате коллабораций. Расскажите, с какими дизайнерами и марками сотрудничаете?

Во-первых, с художницей Аней Општейн – она разрабатывала весь фирменный стиль и упаковку марки. Она сама производит те чудесные розовые коробки, в которые мы упаковываем наши пижамы и которые всем так нравятся. Второй проект – шляпки Юлии Седовой, они уже есть на нашем сайте. Третий – украшения от Анны Славутиной. Четвертый – обувь. Остальные не буду разглашать, они пока на стадии диалогов.

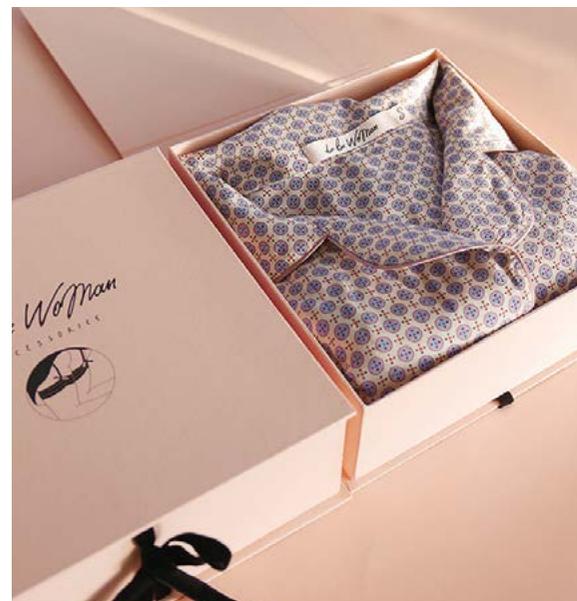
Вы развиваете собственное производство?

Да, сейчас у меня есть свое небольшое производство, некоторые работники ушли туда из Asya Malbershtein. Других людей я находила, обучала с нуля. Процесс создания новой модели начинается с поиска сырья. Мы выписываем ткань на образец, изготов-

ливаем образцы и тестируем их, проверяем, как ведет себя ткань – возможно, мнется или пилингует, или садится. Этот процесс длится примерно месяц. За это время мы понимаем, можно ли этот текстиль использовать для изготовления тиражей. Сейчас наши тиражи составляют примерно по 100 единиц на модель. Весь ассортимент мы пока реализуем самостоятельно, чтобы не делиться прибылью, а вкладывать ее в развитие проекта. Магазины хотят брать товар без предоплаты – но, простите, если марка давно существует и крепко стоит на ногах, она может заниматься кредитованием магазинов (что, по сути, и делают дизайнеры, предоставляющие товар на реализацию), я же пока не могу себе этого позволить.

Расскажите о первых откликах покупателей – что им больше всего нравится в изделиях, а что критикуют?

Все отзывы я публикую на нашей страничке в Instagram. И вот туда совсем недавно посыпались недовольства по поводу того, что наши платья в бельевом стиле сделаны из синтетики. Но время меняется. Gucci и другие уважаемые бренды используют полиэстер в обновленных, усовершенствованных версиях. Кроме того, покупатели должны понимать, что стоимость платья составляет 5500 рублей, а при использовании шелковых и других составов его стоимость увеличится минимум в два раза. И еще. Шелк и шерсть нельзя стирать в стиральной машине. А значит, получатся изделия для другого сегмента рынка, премиального. Мы же работаем в доступном секторе, и я осознанно выбираю более практичные и демократичные составы, чтобы за платьем было легко ухаживать. Я эти платья сама ношу и знаю, что в них комфортно.



| ИНТЕРВЬЮ |

Какие вещи уже сейчас можно назвать самыми востребованными?

Очень хорошие отклики о пижамах, их отлично покупают – хотя мне казалось, что рынок ими перенасыщен, а мы делаем ту же классику, ничего такого вычурного или необычного. Средний чек – 6900 рублей вместе с упаковкой, без упаковки – 5500. Составы – хлопок, вискоза. Возможно, они оказались востребованы потому, что на рынке не хватает ярких, цветных пижам. Людям нравится. Еще есть линейка небольших аксессуаров из кожи – их тоже хорошо покупают, видимо, по старой памяти.

Но рюкзаки и мультифункциональные сумки вы больше не делаете.

Я объясню, почему. Для создания любого продукта на должном уровне качества нужен бюджет. Чтобы разработать и запустить одну модель рюкзака, необходимо несколько миллионов рублей. Это не только материалы и фурнитура, это специальное оборудование, разработка лекал, проработка технологической части, выпуск и тестирование образцов и их дальнейшее совершенствование – это часть работы, которая не видна, но требует больших затрат. Я не делаю не потому, что не хочу или сдулась, а потому, что сейчас это будет пять шагов назад в плане качества. Я знаю, как сделать хороший продукт, но для этого нужны станки и деньги. Как только у меня они появятся, я буду развивать аксессуарную историю дальше.



Аксессуары Tobewoman

Тем не менее одна модель кожаной сумки уже была представлена в Instagram.

Эту модель мы делаем на своем производстве. Она лаконичная, и ее можно изготовить в рамках существующих возможностей.

Еще остались ваши популярные аксессуары в стиле фетиш, они логически продолжают линейку товаров для спальни...

Они будут выделены в отдельную линию Tobewoman Sex – это будет секс-шоп. Помимо кожаных портупей и ошейников, там будут представлены игрушки для взрослых. Ассортимент я выбираю с точки зрения эстетики – предметы, которые нравятся мне визуально, но которые на рынке непопулярны. К счастью, происходит смена поколений, и к этому сегменту возникает здоровый интерес, без подростко-



вой стыдливости, без мыслей, что это вещи для развращенных людей. Однако эстеты, на которых я ориентируюсь, не пойдут в обычный секс-шоп. Там тоже можно найти очень качественные, необыкновенно эстетичные предметы – просто произведения искусства – но, как правило, они неправильно поданы и потому зачастую не встречаются с той аудиторией, для которой создавались. А я могу презентовать этот продукт иначе, красиво, интеллигентно и иронично.



Какие способы продвижения вы используете для Tobewoman?

Частично к нам перешла аудитория Asya Malbershtein. Многие знают меня лично, знают мою историю: все-таки этой марке я отдала девять лет. Понятно, что лояльные покупатели отправились следом за мной. Но пришли и новые – они идут на контент, который мы предлагаем. Они лайкают все наши веселые видео и пишут, что это круто, что-то новое. Аудитория формируется, она в процессе. Сторонней рекламы пока нет, даже в прессе практически нет публикаций, и покупатели узнают о марке посредством соцсетей.

Кто придумывает такой живой и задорный контент?

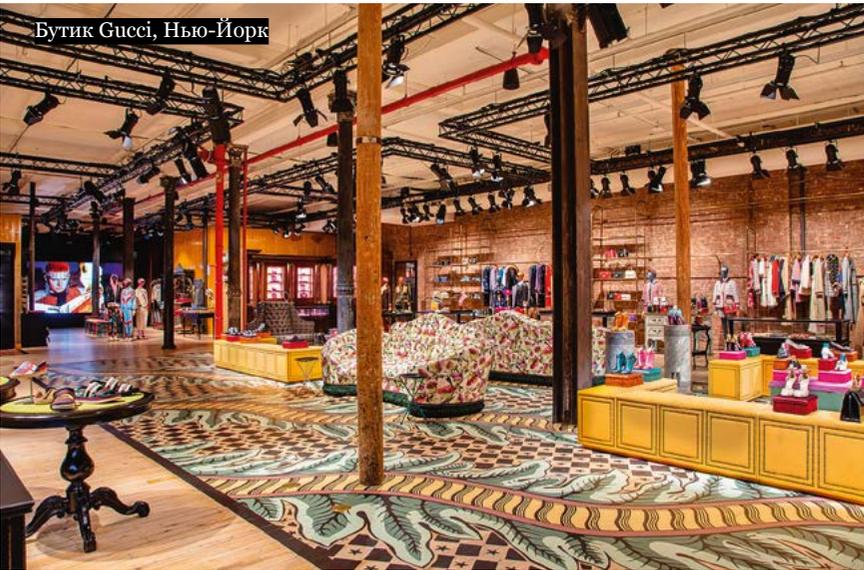
Вся концепция придумана изначально мной. Но у меня есть единомышленники. Один из копирайтеров Tobewoman – это персонаж Дафна Граф. Личность Дафны я разглашать не буду, это псевдоним одного публичного человека, которого в Петербурге многие знают. Дафна – моя муза. Съёмки мы планируем делать регулярно, у меня очень хорошая команда, с которой мы все придумываем и реализуем. И мы хотим продолжить прокачивать визуальную составляющую марки, потому что это очень хорошо работает. 📷

Instagram-аккаунт марки Tobewoman

**В ЧУЖОМ БЕЛЬЕ
ПОПАЛСЯ РИШЕЛЬЕ**

TOBEWOMAN.SHOP





ДОПОЛНЕННАЯ ИСТОРИЯ

Итальянский бренд Gucci открыл бутик в Нью-Йорке, в здании старой карандашной фабрики, чья история насчитывает 155 лет. Дизайнеры интерьера отреставрировали кирпичную кладку и сохранили промышленные колонны. В магазине сделаны деревянный пол, на котором представлены три росписи итальянских художников, и металлический потолок. Мягкая мебель добавляет цветовые акценты. Gucci Wooster предлагает мужскую и женскую одежду, ювелирные изделия, аксессуары и предметы домашнего обихода, которые презентованы во всем торговом пространстве на декоративно украшенной мебели, а также в винтажных аптечных витринах и тележках для багажа. Магазин стал первым, где Gucci предлагает инструмент персонализации – пока только багажных сумочек и тапочек. Кастомизация будет обеспечиваться с помощью дополненной реальности.

Sultanna Frantsuzova, Новосибирск, ТЦ «Галерея Новосибирск»

Tom Tailor, Москва, ТЦ «Кунцево Плаза»

Trend Nix, Курск, ТЦ «МегаГРИНН»

Quentini, Москва, ТРЦ «Ривьера»

Uniqlo, Москва, ТРЦ «Бутово Молл»

Under Armour, Москва, ТРК VEGAS в Кунцево

Euroselect, Ростов-на-Дону, ТРЦ «Мегамаг»

Style, Арзамас, ТЦ «Манго»

ОТКРЫТИЯ

ПОПАП-ДЕБЮТ

Российский интернет-магазин одежды и обуви Aizel.ru подвел итоги работы своего первого поп-ап-стора, работавшего в течение апреля в московском ТЦ «Атриум». По данным опроса, до посещения торгового пространства большая часть покупателей уже знала об Aizel.ru и заказывала там товары. Респонденты в равной степени покупали вещи онлайн и офлайн, не отдавая предпочтение тому или иному виду шопинга. Наиболее популярными товарами стали платья и обувь. Акцент во временном магазине был сделан на молодежные и прогрессивные марки. В пространстве было представлено свыше 40 брендов, среди них RED Valentino, Premiata, Heliot Emil, N.D.G Studio, C2H4, MSGM, No.21, Self-Portrait. Для покупателей в магазине регулярно проводились мастер-классы по составлению гардероба, на один вечер продавцом стал стилист Александр Рогов. Кроме того, была реализована опция омниканальности: если нужной вещи не было в торговом зале, ее можно было заказать с помощью digital-панели.



ФАКТЫ

На всех стадионах чемпионата мира по футболу откроется от 8 до 20 рор-ап магазинов Adidas, а в фан-зонах – от одного до трех магазинов. Временные торговые точки будут работать каждый день на протяжении всего турнира. Таким образом холдинг рассчитывает обеспечить рост продаж.

Amazon планирует использовать точные физические параметры своих клиентов в работе онлайн-магазинов. В течение 20 недель компания будет периодически сканировать тела добровольцев. Дважды в месяц желающие станут приезжать в офис компании, чтобы помочь лучше понять, «как со временем изменяется фигура человека». В качестве награды волонтеры получают подарочные карты на \$250.



Офлайн-магазин Marchelas, Москва

СТАВКА НА СВОИХ

По прогнозу агентства Knight Frank, в нынешнем году на российский рынок выйдет 15 fashion-брендов – вдвое меньше, чем в 2017-м. Торговые центры и универмаги делают ставку на локальных дизайнеров, надеясь таким образом повысить трафик, привлечь новую аудиторию и обеспечить разнообразие. Увеличение доли российских марок происходит двумя способами. Во-первых, торговые центры сами открывают площадки локальных дизайнеров. Во-вторых, марки, которые продавались только в интернете, выходят в офлайн, в том числе 12Storeez, Marchelas, Marie by Marie, LN Family. Некоторые из них достигают оборотов \$3–6 тыс. с одного м² в год, что сопоставимо с показателями крупных сетевых брендов аналогичного формата и ценового сегмента.



Магазин FIFA World Cup Russia, ТРЦ «Европа», Калининград

ФУТБОЛЬНЫЙ РИТЕЙЛ

В ТРЦ «Европа» в Калининграде открылся первый официальный магазин ФИФА по продаже лицензионной сувенирной продукции чемпионата мира по футболу 2018 года. В ассортименте – одежда, бейсболки и сувениры. Для фанатов футбола представлен широкий выбор атрибутики: шарфы, браслеты, надувные перчатки. Для совсем юных болельщиков предлагается собственная линия одежды: боди, костюмы, футболки, кепки, все – с изображением Забиваки, официального символа чемпионата. Магазин будет работать до конца сентября. Напомним, что первая торговая точка международного чемпионата в России открылась в конце декабря прошлого года в московском ЦДМ на Лубянке. Магазины с символикой этого спортивного состязания уже работают в Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде. До начала турнира официальные торговые пространства и киоски откроются во всех городах – организаторах чемпионата мира по футболу, их управлением занимается компания Megalicense. Летом 2017 года открылся онлайн-магазин ru.store.fifa.com при поддержке Lamoda.ru.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Холдинг H&M внедрил использование искусственного интеллекта для корректировки ассортимента магазинов. Технология круглосуточно анализирует меняющийся спрос и поведение покупателей. Компания стремится снизить уценку, используя алгоритмы для анализа поступлений, возвратов и данных лояльности. Так, благодаря нововведению удалось выяснить, что женщины составляют подавляющее большинство клиентов, а юбки в пастельных тонах с цветочными принтами и более дорогие предметы продавались лучше, чем ожидала компания. После корректировки ассортимента оборот вырос. В прошлом году бренд H&M сократил количество SKU в магазинах на 40%, исключил большинство товаров мужской одежды, добавил в ассортимент посуду, кожаные сумки и кашемировые свитера. Чтобы сделать анализ для каждого артикула в каждом магазине, ритейлер использует 200 внутренних и внешних источников – как данные экспертов, так и big data.



ФАКТЫ

Американский бренд одежды Guess начал использовать динамическое ценообразование на основе программного обеспечения JDA Price. Программа позволяет менять цены в разных магазинах, подстраиваясь под метеоусловия или определенные привычки покупателей. Благодаря новой системе промоакции можно настраивать за полчаса вместо четырех часов.

Канадский онлайн-ритейлер модной одежды Ssense открыл в Монреале офлайн-магазин, который работает по записи: покупатель выбирает товары в интернете и назначает время посещения. На онлайн-площадке доступно более 20 тысяч товаров. В физическом магазине клиент может встретиться не только с продавцом, но и со стилистом.



НА ПОРОГЕ

Новое покупательское поведение диктует необходимость новых стратегий ритейла – этот лейтмотив, довлеющий над участниками рынка в течение последних нескольких лет, находит наконец конкретное выражение. От растерянности и лихорадочных попыток ухватиться за соломинку компании перешли к осознанию необратимости перемен и необходимости продуманных шагов. Ярким примером тому – опыт участников 30-й выставки СРМ – Collection Première Moscow, состоявшейся 19–22 февраля.

«Российский рынок моды на пороге новой фазы роста: какие меры необходимо предпринять российским представителям fashion-ритейла, чтобы воспользоваться всеми плюсами предстоящих изменений экономики?» – так была обозначена тема 20-го Russian Fashion Retail Forum (RFRF), традиционно проводимого в рамках выставки СРМ.

Спикеры форума серьезно разошлись в оценках уже «на пороге». Так, агентство Fashion Consulting Group (FCG) определило объем российского fashion-рынка в 2017 году в 2,36 трлн руб., что на 3% больше, чем в предыдущем. А Европейский совет по экспорту модной одежды (EFTEC) обозна-

чил показатель в 27,1 млрд евро и увеличение на 11%. По-разному оценили участники форума и потенциал «новой фазы роста». По прогнозу EFTEC, который озвучил глава Совета Райнхард Денфер, в нынешнем году российский рынок может подняться на 10,7% в евро. А по словам гендиректора FCG Анны Лебсак-Клейманс, наиболее вероятный сценарий развития – рост на 2–3% в рублях; оптимистичный – на 4–5%; пессимистичный – на 0–1%.

ПУТЬ ВПЕРЕД

В чем эксперты оказались единомышленны, так это в том, что российский рынок достиг «точки невозврата». «В течение многих лет

модные бренды мира воспринимали Россию как ритейл-Мекку и страну голодных fashion-шопоголиков, но сейчас ситуация кардинально изменилась, – отметила Анна Лебсак-Клейманс. – Последние три года кризиса показали, что российский рынок изменился, и возврата к стране – «бездонной бочке», в которую проваливается любой продукт, уже не произойдет».

Как считает эксперт, в ближайшие годы россияне по-прежнему будут экономить, заранее планировать покупки одежды, внимательно анализировать цены и отказываться от эмоциональных спонтанных приобретений. Поэтому, согласно исследованию FCG, в 2017 году глобальные бренды активно снижали цены на популярные артикулы. Например, женские джинсы Zara стали стоить на 36% дешевле, Stradivarius – на 27%. Российские компании, напротив, вынуждены были повышать цены: аналогичные джинсы Vaon подорожали на 13%, Love Republic – на 15%, O'stin – на 38%. Сравнительный анализ розничных предложений даже одного ходового товара показывает, в сколь невыигрышном положении находятся локальные производители, зависимые

от стоимости текстиля, аксессуаров и услуг аутсорсинга, выраженной в иностранной валюте. В 2015–2017 годах зарубежные сети, по данным FCG, в среднем приросли на 10%, в то время как российские игроки сократили количество магазинов на 8%. Выручка глобальных холдингов увеличилась примерно на 28%, у локальных – на 14%. Впрочем, **Томас Штенцель**, генеральный директор ООО «Мессе Дюссельдорф Москва», настроен оптимистично: «Рынок оправился от кризиса, начавшегося три года назад. Рубль снова стал стабильным, хоть курс и не вернулся к докризисному уровню. Качество российских коллекций значительно повысилось. Силуэты и цвета все больше соответствуют международным тенденциям, не являясь при этом копиями».

Действительно, в ситуации, когда производитель не может опустить цену, не рискуя лишиться прибыли, у него остается только один путь к клиенту – создать оригинальный продукт, точно попадающий в потребительские запросы целевой аудитории. Как показал опыт локальных участников февральской выставки СРМ, именно такие предложения вызывали повышенный интерес.

«Ассортиментная матрица компании отражает мировые тренды и меняется каждый сезон. Последнюю коллекцию мы расширили направлением New Look, – рассказал **Гарнук Багдасарян**, директор по продажам Elis Fashion Rus, выпускающей женскую одежду под марками Elis и Lalis и владеющей сетью



В павильонах 30-й выставки СРМ

федерального масштаба. – Это яркие образы для современных девушек, которые отличаются легкостью, стилем и инновационностью. В fashion-индустрии актуальность продукта и его качество, пожалуй, условие номер один для установления партнерских отношений. На наш взгляд, непростые реалии рынка привели к тому, что предприниматели стали активнее в поиске новых направлений, брендов для сотрудничества. Именно поэтому количество посетителей выставки СРМ увеличилось, и у них был достаточно серьезный настрой. Особенно много было потенциальных франчайзи. Спрос со стороны франчайзинга позволил

нам существенно расширить розничную сеть и нарастить объем заказов в февральскую сессию на 20%».

«В среднем заказ оптовика увеличился в количественном и денежном выражении на 30%, а в ассортиментном разрезе – на 50%, – поделился **Борис Чупринин**, гендиректор российской компании-производителя пальто под ТМ Elisabetta. – Могу предположить, что такие изменения продиктованы желанием продавца удивить конечного покупателя. И это, наверное, одно из явных отличий февральского выпуска СРМ от прошлогоднего. Хочу отметить, что в этот раз мы представили прайс на 15% больше предыдущего сезона, но это не испугало клиентов, – напротив, они восприняли повышение адекватно».

Дарья Язвицкая, гендиректор Lesel, производителя дизайнерской женской одежды, тоже отметила позитивные результаты: «Наш бренд предлагает гармонично сформированные коллекции, маркетинговые хиты, закрывает все категории одежды: верхнюю, легкую группу, вязанный трикотаж, аксессуары. Февральская сессия показала коммерческую эффективность такого метода и лояльность партнеров, которые оценили изменения, внесенные нами в фирменный крой Lesel: доминируют полуприлегающие А-силуэты, активно используются декоративные детали спортивного стиля, в цветовой палитре присутствуют флористические принты и энергичные фруктово-древесные оттенки, введены фантазийные стеганые фактурные ткани, современный



высокотехнологичный утеплитель и материалы из восстановленных волокон». Как отмечают эксперты FCG, на фоне снижения темпов роста нижеценового сегмента наблюдается стабилизация среднего и премиального. Это подтвердили и участники выставки. Так, Борис Чупринин сообщил: «Интерес покупателей к продукту среднеценовой и премиальной категорий объективно возрос. Могу объяснить это следующими обстоятельствами: у оптовиков «вымылись» товарные запасы, накопленные с сезона осень-зима 2016/17; конечный покупатель устал от заполнившего рынок продукта с низкими техническими и эстетическими характеристиками и требует интересные модели, в некотором смысле даже эксклюзивные изделия».

НИШИ РЕАГИРОВАНИЯ

Эксклюзивность – одно из главных преимуществ свежих российских дизайнерских марок, выпускающих продукцию малыми тиражами. Сразу четыре спецпроекта выставки – CPM Designerpool, Handmade, My Country и дебютная программа StartUp Russia, – как поясняют организаторы, призваны «поддержать молодых локальных производителей и открыть им двери в большое будущее». Проекты выполняют не столько коммерческую функцию, сколько миссию продвижения новых имен. Тем не менее интерес к их участникам со стороны байеров растет.

Леон Крайфш, основатель обувной марки

Notmysize и обувной Okkerville, поделился опытом экспозиции в рамках CPM Designerpool: «Поскольку мы участвовали первый раз, то были готовы к тому, что байеры будут просто знакомиться с нашей продукцией и прицениваться. Мы предлагали достаточно гибкие условия: от 30 пар в обувной коллекции и от 50 тыс. руб в комплексной закупке одежды. Выставка дала хорошую информационную поддержку и знакомство с деловыми партнерами. Сейчас ведем переговоры с потенциальными заказчиками. На российском рынке ритейла взрослеет новое поколение байеров, которым пока, к сожалению, не из чего выбирать на CPM. Развивая направление нишевых брендов, многие из которых уже начали продаваться за рубежом, выставка получает большие шансы завоевать эту новую генерацию».

В связи с увеличением количества участников из России и стран СНГ организаторам CPM пришлось расширить их экспозицию примерно на 700 м². Растущий интерес байеров к местным компаниям связан в том числе с преимуществами локализации производства. «Как и в прошлые сессии, клиенты оценивали комплексные условия сотрудничества, – рассказал директор по продажам Elis Fashion Rus. – Мы стараемся подходить к формированию цены разумно. Средняя цена коллекции не только не выросла, но и снизилась на 1%. Также мы утверждаем четкий график поставок, к которому следуем в течение всего сезона без

отклонений. Наши фабрики расположены в России, поэтому мы даем стопроцентную гарантию поставки товара в срок». «Работать с европейскими брендами становится все сложнее: сроки доставки, растаможка и пр. Такая ситуация дала шанс для развития российских марок, – продолжила гендиректор Lesel. – Конкуренция среди локальных компаний в настоящий момент достаточно высокая. Поэтому сейчас очень важна репутация производителя: финансовая порядочность, соблюдение сроков поставки, качество продукции». Благодаря производству «на месте» локальные компании в сравнении с зарубежными получают больше возможностей для оперативного реагирования на изменения спроса: они способны сильно снизить объем минимального заказа, обеспечить гибкую подсортировку, своевременное обновление коллекции, дошив востребованных моделей и взаимодополняемость коллекций разных сезонов. Европейские компании тоже активно используют свое конкурентное преимущество – развивая программы, направленные на подтверждение высокой репутации продукта.

ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ

«Международная экспансия в Россию продолжается, новые бренды выходят на рынок, потому что население у нас огромное и люди в любом случае будут покупать одежду, – обратила внимание Анна Лебсак-Клейманс. – Модный рынок в России никуда не исчезнет, он просто будет трансформироваться. Среди иностранных компаний много брендов, которые имеют большой запас прочности для того, чтобы ждать на этом рынке лучших времен, сокращать свою маржу и соответственно создавать очень жесткие условия конкуренции».

По данным, озвученным FCG, в 2017 году свои первые магазины в России открыли 19 иностранных fashion-брендов; почти половина из них – итальянские. Согласно исследованию EFTEC, Италия остается крупнейшим европейским поставщиком одежды в нашу страну: в минувшем году объем итальянского модного экспорта составил 892 млн евро (общий объем экспорта стран ЕС – 2,4 млрд евро), что на 16% выше, чем в 2016-м. Расширили компании Апеннин и присутствие на выставке CPM: в февральском выпуске участвовали 143 экспонента (в прошлом году – 134), представлявшие



практически все направления – от женской, мужской, детской одежды до аксессуаров и белья.

Укрепление позиций итальянских компаний на российском рынке во многом связано с успехом проекта поддержки региональных байеров, осуществляемого агентством ICE (Москва) в сотрудничестве с Ente Moda Italia (EMI), Sistema Moda Italia (SMI), при участии Министерства экономического развития Италии. В рамках этой программы в Москву на февральскую сессию СРМ приехали представители ритейла из 23 российских городов, настоящие амбассадоры Made in Italy на локальном рынке.

«Существенное укрепление позиций итальянских компаний в сравнении с 2016 годом, очевидно, является также следствием увеличения покупательной способности, – предположил **Пьер Паоло Челесте**, директор московского офиса ICE. – Когда у людей больше денег, они могут позволить себе купить мечту. А мечта – это итальянский продукт, будь то одежда, обувь, сумки или украшения. В то же время российский рынок люксового и премиального ритейла слабо структурирован. Есть два гиганта в Москве, ЦУМ и ГУМ, есть ДЛТ в Санкт-Петербурге, но в других городах нет столь четко выраженных центров торговли. Поэтому нашими крупными союзниками являются именно независимые магазины в российских регионах. Некоторые из них владеют мультибрендовыми сетями, одни работают со средним классом, другие успешно освоили люксовый сегмент. Их торговые точки стали оплотом актуальной итальянской моды по всей России. Привязанность этих владельцев регионального бизнеса к итальянскому продукту очень сильна, у них избранная клиентура, заинтересованная именно в товарах Made in Italy. Вот почему так важно поддерживать ритейлеров из регионов: они также служат советниками и гидами для своей целевой аудитории. Байер прекрасно знает своих потребителей и делает закупки в соответствии со вкусами клиентов».

По случаю юбилейного выпуска СРМ посол Италии в России Паскуале Терраччано 20 февраля лично провел торжественное вручение наград лучшим байерам в рамках программы Top Buyer. Как отмечали многие присутствовавшие на церемонии владельцы магазинов и сетей, итальянская мода давно стала не только их бизнесом, но и не-

отъемлемой частью личного гардероба.

«Продукция Made in Italy ни с чем не сравнима. Это своя философия и свой уровень восприятия жизни, – поделилась **Светлана Манина** из новосибирской галереи итальянской одежды обуви и аксессуаров Perfect Style. – У итальянских дизайнеров в генах – стиль, вкус и необыкновенный талант. Все это завораживает и меня лично, и моих покупателей. Изменения курса евро, настроений покупателей и их доходов стимулировали многие итальянские бренды пересмотреть ценовую политику и перенести произ-

водство из Азии в Европу – наши клиенты хотят продукцию, изготовленную исключительно на территории ЕС. Итальянские компании стали более приветливыми и открытыми. Наши партнеры предлагают много новых идей и совместных проектов, которые благоприятно сказываются на продажах».

ВНЯТНАЯ СТРУКТУРА

Еще одним магнитом для байеров стал германский павильон. Во время февральского выпуска организаторам СРМ пришлось



ВОЗВРАЩЕНИЕ BODY&BEACH

В сентябре 2018 года раздел коллекций бельевой и пляжной моды в рамках СРМ – Collection Première Moscow вернет название СРМ Body&Beach и будет организован непосредственно компанией ООО «Мессе Дюссельдорф Москва» (Россия). В связи с закрытием сделки по приобретению прав на выставку СРМ изменилась нормативно-правовая база сотрудничества с рядом партнеров по организации, включая Eurovet, организатора Salon International de Lingerie. «Мы сожалеем об этом, ведь компания Eurovet была прекрасным партнером на протяжении многих лет», – уточнил **Томас Штенцель**, гендиректор ООО «Мессе Дюссельдорф Москва».

Директор проекта СРМ в России **Николай Ярцев** сообщил, что для самих экспонентов бельевого сегмента ничего не изменится: «Мы сохранили условия и стоимость участия как для российских, так и для иностранных компаний, – подчеркнул он. – Мы рассчитываем охватить значительную часть бельевого рынка страны и посетить ведущие точки продаж повседневного, спортивного и изысканного нижнего белья, а также пляжной моды. В сентябре мы фокусируем свое внимание на закупщиках именно бельевого сегмента и будем рады предоставить для них возможность проводить переговоры и совершать кофе-брейки в СРМ Gold Club. Ключевой задачей СРМ всегда было и будет обеспечение эффективной коммуникации между экспонентом и посетителем, создание комфортной среды для профессионального общения».

расширить выставочную площадь немецких брендов на 200 м². После 10-процентного снижения продаж одежды на российском рынке в 2016-м, германские компании смогли наверстать упущенное, увеличив, по данным EFTEC, объем поставок на 11%, до 443 млн евро.

*«Общий объем продаж немецкой моды зафиксировал приятное увеличение на 2,5% в 2017 году, – сообщил **Герд Оливер Зайденштйкер**, президент ассоциации GermanFashion. – Спад, наблюдаемый в последние годы, похоже, миновал, что отразилось на позитивной ситуации на экспортных рынках».* В 2017-м, по данным GermanFashion, Россия заняла лишь 11-ю позицию в рейтинге стран-импортеров немецкой моды. Тем не менее увеличение общей годовой выручки швейной промышленности Германии вселяет в производителей надежды на дальнейший рост. Многие немецкие бренды, работающие на российском рынке, пересмотрели свою ассортиментную политику с учетом запросов локальных потребителей и встретили горячий отклик со стороны байеров. Комментируя итоги участия в февральском выпуске CPM, **руководитель направления международных продаж компании Brax Штефан Ланге**, в частности, сказал: *«Мы достигли поставленных перед собой целей как в женском, так и в мужском сегменте. Клиенты, как правило, увеличили заказы, очень хорошо отреагировав на расширение ассортимента женских и мужских брюк*



Показ коллекции Slava Zaitsev

за счет моделей из шерстяных смесей и термобрюк. Большой интерес вызвала брючная линия Raphaela, адресованная женщинам старше 40 лет, – силуэт учитывает особенности фигуры, а повышенное содержание стретча обеспечивает прекрасную посадку. В коллекции женского трикотажа спросом пользовались мягкие и привлекательные модели со множеством стильных деталей. Кроме того, бестселлерами стали мужские куртки. Дизайн в итальянском стиле прекрасно сочетается в них с функциональностью и тенденцией к элегантности. И еще одна приятная новость – клиенты с энтузиазмом восприняли возвращение в ассортимент мужских брюк BRAX моделей с шириной низа в 42 см. В последние годы наблюдается тренд все более узких мужских брюк. Из-за этого многие ориентированные на

классику потребители или мужчины с развитой спортивной фигурой с трудом находят себе подходящие брюки. Поэтому в коллекции BRAX сезона осень-зима 2018/19 представлено достаточно моделей с пятью карманами и чиносов с шириной низа 42 см. Нашим клиентам понравилось нововведение. Сегодня для того, чтобы стимулировать успех партнеров, необходима обширная маркетинговая деятельность и вытая структура ассортимента. Мы движемся именно в этом направлении, поэтому довольны результатами». 25 000 посетителей, 750 экспонентов из 30 стран – таковы итоги 30-й сессии CPM, открывшей новую страницу в истории выставки. *«CPM – бесспорно, является универсальной платформой для продвижения бизнеса и коммуникаций со специалистами на международном уровне, идеально подходящей для развития как импортного, так и экспортного направления, в котором ключевую роль играют актуальные тенденции и специфика российского рынка, – подчеркнул Томас Штенцель. – Увеличение числа посетителей по сравнению с февралем прошлого года – вот что отмечают участники нового сезона, представляющие Германию и Россию, Италию и Турцию. В целом организаторы получили положительные отзывы по результатам мероприятия».*

Преодолев Рубикон спада потребительского интереса, fashion-ритейлеры вышли на берег новой экономической реальности. Им еще предстоит научиться уверенно двигаться, но осознание необходимости идти новым маршрутом – уже половина успеха. Следующий выпуск CPM – Collection Première Moscow, который состоится 4–7 сентября, покажет, куда этот маршрут приведет. 📄



20-й Russian Fashion Retail Forum

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ

Одна из ключевых проблем производителей школьной формы (помимо соответствия ужесточающимся требованиям к качеству и внешнему виду одежды) – как выйти на покупателя и предложить ему продукт, от которого невозможно отказаться. Опытном решении этой непростой задачи делится Анастасия Василькова, директор по развитию ТМ Choupette.

Сегодня в сегменте школьной формы очень высокий уровень конкуренции – более 50% рынка занято российскими производителями. Что отличает школьную форму Choupette от уже представленной на рынке продукции, каковы ее конкурентные преимущества?

В сегменте школьной формы большую часть рынка, на мой взгляд, и должны занимать российские производители, которые лучше понимают, что нужно конечному потребителю. Локальные компании легче контролировать на соответствие техническим регламентам и санитарно-гигиеническим нормам по безопасности.

Школьная форма Choupette сейчас занимает стабильное положение на рынке, так



Классическая линейка школьной формы Choupette

как действительно обладает некоторыми конкурентными преимуществами. Одно из них – это соответствие цены и качества, чего довольно трудно достичь в этом сегменте. Школьная форма – сложные в пошиве изделия: жилеты, жакеты, пиджаки и брюки – все это элементы костюма. Пошив качественного мужского или женского костюма – дорогостоящий производственный процесс. Детские костюмы в этом ничем не отличаются от взрослых. Изделия школьной формы шьются из дорогостоящей костюмной ткани. Вещи должны иметь подкладку, полностью состоящую из вискозы, что дополнительно повышает стоимость изделия. Из-за таких технологических особенностей пошива школьной формы добиться адекватного соотношения цены и качества очень непросто. ТМ Choupette старается поддерживать качество изделий школьной формы на уровне premium, а цену – на уровне среднего сегмента. Это дает нам возможность работать с разными категориями заказчи-

ков, в разных ценовых сегментах. Сегодня коллекция школьной формы Choupette представлена во всех фирменных магазинах нашего бренда, а их на данный момент уже более 100. Также мы работаем напрямую как с государственными, так и с элитными частными учебными заведениями, выполняя коллективные заказы на форму.

Choupette предлагает для школьников одежду и обувь довольно обширного размерного и полнотного диапазона. Где осуществляется производство?

ТМ Choupette выпускает широкую коллекцию школьной формы «Колледж», которая включает в себя одежду для школьников с первых до выпускных классов, спортивные костюмы, обувь, колготки, аксессуары для волос. Производство школьной одежды и обуви полностью осуществляется на территории России.

В рамках коллекции «Колледж» ежегодно выходят несколько линеек. Первая – это



Анастасия Василькова

линейка официальной школьной формы, которая мало варьируется и соответствует наиболее строгому дресс-коду в школах. Многие учебные заведения требуют, чтобы школьники из года в год придерживались строго установленных правил в одежде. Choupette предоставляет покупателям возможность приобретать одну и ту же модель разного размера каждый год. В рамках этой линейки школьной формы только три цветовых ряда – синий, серый, черный. Вторая линейка, которая входит в коллекцию «Колледж», – «Фантазийная». Здесь у нашего дизайнера есть возможность проявить креативность и предложить модели, которые можно носить в школе, но при этом их стиль немного отходит от строго официального дресс-кода. Форму из «Фантазийной линейки» можно носить на продленке, в музыкальной школе, а также в дни, когда учебное заведение позволяет немного «расслабиться» в одежде. В этой линейке большую долю занимают мягкие трикотажные изделия, которые очень удобны в использовании. В коллекции «Колледж» представлена также и обувь для школы, которую мы делаем в партнерстве с российским производителем. ТМ Choupette выпускает обувь четвертый сезон подряд, и за это время она зарекомендовала себя как комфортная и приемлемая по цене. В линейку входят интересные мо-

дели в строгих «школьных» цветах. Вся обувь Choupette выполнена из натуральной кожи, имеет ортопедический супинатор, жесткий задник и минимум элементов декора. Мы стараемся соблюдать баланс между модой и стандартами школьной формы.

В сегменте школьной формы особое внимание уделяется составу тканей, который должен соответствовать санитарно-гигиеническим



Фантазийная линейка школьной формы Choupette

Классическая линейка школьной формы Choupette



норм по безопасности. Как осуществляется контроль за качеством материалов и готовой продукции Choupette? Санитарно-гигиенические нормы к изготовлению школьной формы ужесточаются с каждым годом. При выборе тканей для пошива не только школьной формы, но и всех изделий Choupette мы в первую очередь проверяем их, сдаем их на профессиональную экспертизу. Только после полной проверки и получения сертификатов качества заказываем ткань у поставщиков для производства серии изделий. В Choupette есть специальная служба по контролю за качеством, которая следит за соответствием продукции всем техническим нормам на каждом этапе производства.



Фантазийная линейка школьной формы Choupette

Ожидаются ли новинки в школьной коллекции к новому школьному сезону?

Мы стараемся быть ближе к своему покупателю, угадывать ожидания, чувствовать потребности, которые меняются из года в год, и подстраиваться под них. В этом школьном сезоне Choupette предложит новинки не только в коллекции «Колледж», но и в общем ассортименте. Впервые будет представлена линейка колготок из хлопка и капрона для девочек в сдержанной цветовой палитре, подходящей для школы. Постоянных покупателей мы сможем порадовать линейкой спортивной одежды, включающей в себя футболки, шорты и спортивные костюмы, которые от нас давно ждали.

В каких партнерах и клиентах в сегменте школьной формы заинтересована компания Choupette?

ТМ Choupette достаточно гибка в партнерстве, так как имеет собственное производство. Нам интересны разноформатные партнеры и клиенты. Мы рады работать как с оптовыми клиентами, которые специализируются на продаже школьной формы, так и напрямую со школами, которым нужен индивидуальный дизайн формы для своих учеников. Единственное условие сотрудничества – это время. Мы всегда просим думать о заказе школьной формы заранее, потому что ее производственный цикл составляет минимум 6 месяцев. **PI**

BRAND



Сара Рафферти

МАЖОР И ФИЛАНТРОП

Американская актриса Сара Рафферти, известная по роли Донны Полсен в сериале «Форс-мажоры» (Suits), где также играла новоиспеченная принцесса Меган Маркл, стала новым лицом немецкого бренда Marc Cain. Рафферти не только представит коллекции бренда, но также примет участие в специальных проектах, приуроченных к ключевым событиям марки. Известно, что один из них будет связан с благотворительностью. «Marc Cain восхищается и вдохновляется уверенными женщинами с чувством стиля и желанием помочь обществу, – говорит **Стефан Белфер**, управляющий директор Marc Cain в Канаде и США. – Именно поэтому мы решили, что Сара идеально подходит на эту роль, так как она по-настоящему олицетворяет сущность нашего бренда». В феврале этого года Marc Cain также объявил о сотрудничестве с моделью Стефани Гизингер, блогерами Каро Даур и Ниной Суэсс, популярными в социальных сетях. Их общее число подписчиков в Instagram достигает 4,5 млн человек.

ЛУЧШЕ ГОР

Спустя два месяца после того, как австралийская актриса Марго Робби была названа лицом Chanel, креативный директор модного дома Карл Лагерфельд снял ее в рекламной кампании новой линии горнолыжной одежды, Coco Neige. Дебютная линейка поступит в продажу в бутики Chanel в июле и августе, одновременно с осенней коллекцией готовой одежды. Ее отличительной чертой станет микс технологичных элементов с классическими для Chanel деталями – твидом, кожей и изображениями камелии. На снимках, выполненных самим Карлом Лагерфельдом, Марго изображена в предметах из коллекции Coco Neige на фоне голубого неба. Всего представят 8 фото, которые с 10 июня будут публиковаться в ведущих международных изданиях. «Эта съемка стала одним из лучших событий в моей карьере, – рассказала **Марго Робби**. – Карл Лагерфельд – творческий вдохновитель. Я знала, что он гений, но, проведя с ним время лично, теперь уверена, что он также замечательный человек».



Марго Робби в кампании Coco Neige

КНИГА

Английский в индустрии моды.

Учебное пособие
Издание предназначено для вузов, но будет полезно всем специалистам индустрии моды, желающим расширить свои знания профессиональной лексики на английском языке, и может быть использовано для самостоятельного изучения. В нем приводятся аутентичные тексты по конструированию и моделированию одежды, аксессуаров, текстильному материаловедению и истории костюма.



ФАКТЫ

Журнал Interview, существовавший с 1969 года, закрывается из-за банкротства. По данным WWD, издание осталось должно сотням авторов, фотографов, крупных модельных агентств. Общие искивые требования только бывших руководителей журнала достигают \$1 млн. По информации источников, активы Interview могут быть выкуплены его немецким издателем Берндом Ранжем. В России издание было закрыто в конце 2016 года.

Британский футболист Дэвид Бекхэм стал новым президентом-амбассадором Британского модного совета (BFC). Спортсмен будет отвечать за развитие партнерских отношений с США и Азией, помогать молодым британским талантам в поиске инвесторов, займется образовательной программой в индустрии моды. В первый год работы Бекхэм посетит учебные учреждения, а также проведет ряд мероприятий в Китае и США.



КОРОЛЕВСКИЙ КАЛЬКУЛЯТОР

Свадьба принца Гарри и Меган Маркл стала главным событием мая в мире моды, вызвав споры и догадки, кто же станет дизайнером свадебного платья невесты. Выбор Маркл пал на французский модный дом Givenchy и его креативного директора Клэр Уэйт Келлер. Наряд 36-летней актрисы ожидаемо вызвал обсуждения в социальных сетях, измерить которые взялось агентство InfluencerDB. По данным аналитиков, в первые три дня после свадьбы Givenchy был упомянут в Instagram 3002 раза, сгенерировав 12,235 млн лайков. Это эквивалентно рекламе стоимостью \$2,9 млн. Дизайнер Клэр Уэйт Келлер была упомянута в соцсети 827 раз и заработала 8,9 млн лайков с медийной ценностью в размере \$1,7 млн. Марка Stella McCartney, создавшая второе свадебное платье для невесты, а также наряды для гостей церемонии, Опри Уинфри и Амаль Клуни, заработала в Instagram 1840 публикаций и 9,6 млн лайков медийной стоимостью \$2 млн.

В ГОСТИ К БАБУШКЕ

Британский модный дом Burberry представил третью серию кампании с участием популярной модели Адвоа Абоа. Ее автором является фотограф Юрген Теллер. Вся кампания посвящена жизни девушки, ее семье и друзьям: первая часть была снята в Лондоне, где Адвоа Абоа родилась, вторая – в Нью-Йорке, где модель живет в настоящее время. Съемки третьей серии прошли в Гане, возле дома семьи Адвоа Абоа в Аккра, что отражает ее западноафриканские корни. Модель запечатлена в окружении родственников из Ганы, включая бабушку, двоюродную бабушку, кузину и тетю, которая специально для кампании создала один из костюмов на основе коллекции Burberry Vintage. Абоа приняла участие не только в роли модели и вдохновителя кампании, но и в качестве арт-директора. Она также пригласила на съемки своего друга, британскую модель Сонни Холла.



Кампания Burberry с участием Адвоа Абоа



Ирена Понарошку в кампании Next

РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Телеведущая Ирена Понарошку стала героиней лукбука весенне-летней коллекции британского бренда Next в России. Колоритным фоном для модных образов послужил Даниловский рынок в Москве. Создатели рекламной кампании подчеркнули женственность и практичность предметов из новой коллекции, продемонстрировав, как можно обыграть простые и лаконичные силуэты с помощью ярких аксессуаров и обуви. Для Ирены Понарошку стилисты выбрали легкое платье, льняную рубашку и юбку геометрического кроя, свободную тунику горчичного цвета, широкие джинсы клеш – все образы были дополнены стильными аксессуарами. Это не первый случай сотрудничества телеведущей с маркой Next – ранее она уже являлась лицом рождественской линейки. «Я счастлива снова представлять Next в России и была очень рада, когда в качестве локации для съемки новой коллекции был выбран один из моих любимых московских рынков», – говорит Ирена Понарошку.

ФАКТЫ

Швейцарский концерн Richemont поглощает группу Yoox Net-A-Porter Group. Свое согласие на продажу акций дали более 90% миноритарных акционеров, а значит, доля Richemont в компании составит около 95% – преодоление порога в 90% обязывает его выкупить и оставшиеся акции, став единственным владельцем группы. Приобретаемая Richemont доля оценивается в €2,77 млрд, а весь бизнес YNAP – в €5,3 млрд.

Компания Microsoft объединилась с Лондонским колледжем моды, запустив краткосрочную программу обучения, получившую название Future of Fashion Incubator. Студенты смогут в течение семестра вместе разрабатывать новые решения для индустрии моды и взаимодействия с клиентами, а также изучать технологии Microsoft – к примеру, искусственный интеллект или смешанную реальность, – под началом профессиональных наставников.

«ХАЛЯВЫ НЕ БУДЕТ...»

ТЕКСТ: МАКСИМ МЕДВЕДЕВ

Никто не знает о реальных проблемах швейного производства лучше руководителей и владельцев фабрик. Сергей Промохов работает в этой сфере легпрома с конца 1990-х, в 2012-м он создал портал для профессионалов швейной отрасли ProCapitalist.ru и онлайн-магазин по продаже швейного оборудования, в прошлом году открыл предприятие по пошиву одежды. Основанная им в Facebook группа «ProCapitalist.ru – швейное дело как бизнес» стала основной площадкой общения профессионалов легпрома. Опираясь на их и собственный опыт, Сергей рассказал о конкретных решениях конкретных задач швейного производства в России.



Сергей Промохов

В одном из недавних интервью владелец «Руснефти» и «Бинбанка» Михаил Гуцериев сказал: «Российский бизнес похож на большого ушастого белого или серого зайца, который петляет по заснеженному лесу, убегая от своих страхов, и не может никак остановиться, и сказать: «Да никого же нет сзади. Это просто страхи». Как бы ты охарактеризовал происходящее сегодня в бизнесе в сфере легпрома, в частности в швейном производстве? В легпроме никто никуда не «бежит». Все практически топчутся на месте. С одной стороны, в стране очень низкий спрос на продукцию российского легпрома. С другой – это бизнес, как правило, собственный, и «остановиться» значит сделать шаг к закрытию своего предприятия. Надо всегда двигаться вперед, а для этого нужно тратить деньги на развитие,

ставить конкретные цели и планомерно их достигать. Тогда все получится. А «бежать» не надо. Производство не любит резких движений. Предприятие это механизм по выполнению поставленных планов. Ну а что касается «страхов», то он у владельцев предприятий легпрома – один и реальный: что продукцию, которую они выпускают, никто не будет покупать. Поэтому в отрасли постоянно происходит ротация. Тот, кто не умеет продавать, закрывается. На его место приходит новый игрок, открывает производство, и его жизнь наполняется тем же страхом: а вдруг никто это не купит?

Год назад ты открыл собственное швейное производство, помимо этого ты очень плотно общаешься с представителями швейного бизнеса в группе твоего портала ProCapitalist.ru в Facebook. На твой взгляд, какая тенденция сегодня преобладает – предприятия все еще рассчитывают на господдержку или научились справляться собственными силами? Господдержка – это очень большой вопрос. Многие ждут ее как манны небесной, причем поддержки финансовой, невзирая на то, что все предприятия частные. Большинство считает, что государство должно им помогать. Я ничего не жду от государства. И таких предприятий, как у меня, немало. Мы просто работаем и продаем – кто-то, как я, услуги по пошиву, кто-то – продукцию под СТМ. Мы хорошо и грамотно делаем свое дело, умеем налаживать партнерские отношения с заказчиками и реализаторами нашей продукции и не ждем помощи сверху. Большинство моих коллег в своих неудачах, даже локальных, привыкли винить государство. Поэтому не ждут, а буквально требуют поддержки. Правда, никто из них не готов ответить на вопрос – а что они готовы дать государству? Напрашивается вывод: ждут халявы. Но времена уже не те. Халявы не будет.

Твое предприятие шьет партии одежды для российских марок. Во время платформы BEE-TOGETHER.ru я плотно общался с посетителями, и многие признавались: да, размещать заказы на пошив именно в России было бы удобно, но есть несколько причин, по которым это все еще не слишком привлекательно – высокая цена, низкое качество, нарушение сро-

ков, отсутствие какой-либо ответственности за продукт. Каким образом тебе удалось развеять эти опасения заказчиков? Здесь надо отметить несколько факторов. Если размещать маленький заказ, до ста единиц на модель, то дешево нигде не будет. Если искать пошив за минимальные деньги, то не будет качества. Если устанавливать нереальные сроки исполнения, то тот, кто согласится, никогда не сделает заказ вовремя. Ну а по поводу ответственности – это двухсторонняя проблема. Очень часто заказчик не может четко сформировать свое ТЗ, а вину в этом всегда перекладывает на исполнителя. Кроме того, существует проблема кадров. На швейных производствах в России очень часто работает низкоквалифицированный персонал. В штате отсутствуют технологи, лаборанты (те, кто отшивает образцы), инструкторы, которые должны учить швей. Плюс фабрики работают на устаревшем оборудовании. Все это сказывается, в конечном итоге, на качестве продукции. На моем предприятии таких проблем нет – и с персоналом, и с оборудованием все в порядке. Поэтому заказчики охотно с нами сотрудничают. Все свои силы мы тратим не на поиск сотрудников, а на увеличение производительности труда и повышение качества. Процесс обучения швей идет постоянно. Ведь шить они должны не только хорошо, но и быстро – выполнять поставленный план, как по срокам, так и по качеству и количеству.

Группа ProCapitalist.ru в Facebook стала новым форматом отраслевого онлайн-форума, где специалисты ведут профессиональные и нелицеприятные разговоры. Одно из обсуждений – костюма Путина – даже стало достоянием общественности благодаря федеральному изданию. Такие истории привлекают к группе новых участников? Конечно, привлекают. В узких кругах меня называют «специалистом по черному пиару». Я не против. Это закон жанра. Без пиара группу не раскрутить. Без скандала пиар не сделать. Но, разумеется, скандал – не главное. Сейчас в нашей узкоотраслевой группе 17 тысяч участников, согласись, это хороший показатель. И он продолжает расти. Группа ProCapitalist.ru – зеркало, лакмусовая бумажка нашей отрасли. Здесь профессионалы свободно обсуждают любые темы, касающиеся

ся швейного производства. Правила в группе не опубликованы. Если ведешь себя грамотно и профессионально, то и правила не нужны. Баню только откровенных возмутителей спокойствия. Наш швейный мир довольно маленький, и комментарий каждого участника говорит о нем больше, чем он сам о себе рассказал бы.

Сегодня это не только группа по интересам, где участники могут высказаться о насущном и наболевшем, но и площадка, подобная Avito – любой желающий постит здесь объявления о своих услугах и продукте. Планируешь ли как-то развивать и монетизировать группу? Или это исключительно имиджевый проект?

Монетизировать группу не планирую, хотя, признаюсь, на этапе создания такие мысли были. Группа – это все-таки клуб для общения, в котором у всех должны быть равные права и возможности. Пусть каждый пользователь сам решает, как ему могут помочь группа и наш сайт. Коммерческую выгоду из своего участия в группе может извлечь каждый. И знаю, многие извлекают. Размещать профильную рекламу у нас не возбраняется. Поиск клиентов, партнеров, заказчиков среди подписчиков происходит постоянно. Лично моя коммерческая выгода – это увеличение продаж в онлайн-магазине швейного оборудования.

Твой интернет-магазин предлагает довольно широкий спектр швейного оборудования, по спросу на которое, в принципе, можно судить о состоянии дел в отрасли. Как менялся спрос в течение последнего года?

Если судить по общему обороту онлайн-магазинов швейного оборудования, то объемы продаж в 2017 году были выше, чем сейчас. Но стоимость среднего чека выросла – у нас, в частности. Увеличились заказы более дорогого оборудования – машин с автоматическими функциями и спецоборудования. То есть прослеживается тенденция, что швейные предприятия стали бороться за увеличение производительности труда, расширение технических возможностей, улучшение качества выпускаемой продукции. Рост объема продукта за счет роста производственных площадей и штата швей постепенно уходит в прошлое. На автоматизацию производства нацелены и крупные фабрики, и мини-цеха. Так что швейная отрасль, на мой взгляд, стала развиваться в правильном направлении.

Недавно видел интервью с одной твоей коллегой – она тоже руководитель швейного предприятия, – которое называлось: «В швейной отрасли все достаточно весело и динамично». Речь там шла о том, что за последние лет пять появилось большое количество новых цехов: те, кто хочет заниматься своим делом, выбирают именно швейную отрасль, так как это один из менее затратных видов производства. Ты с этим согласен?

«Весело и динамично» – с этим согласен. Слишком много «клоунов» пришло в швейную сферу – тех, кто решил на этом быстро и весело заработать, без навыков, образования и знаний, а часто и без денег. Они покупают несколько простеньких машинок, сажают за них швей и думают, что деньги потекут рекой. Но так не бывает. Надо помнить, что производство начинается с продаж. Если открываешь контрактное производство, нужно точно знать, кому будешь продавать свои услуги. Если решил продавать сам свою продукцию, то надо быть уверенным, что она будет востребована. Если такой уверенности нет, то вкладывать деньги не имеет смысла. Легкость и простота работы в нашей индустрии – это поверхностный взгляд. Открытие производства с 20 швеями требует затрат примерно в три миллиона рублей. Окупаемость – не менее полутора лет. И это в том случае, если все вышеперечисленные условия соблюдены. Если нет – то года через два предприятие закроется. Без знаний и умений любое производство долго не проживет.

Новых производств действительно становится больше. Вопрос в том, как ими управлять. Я знаю истории про новые фабрики, которые простаивают месяцами, поскольку, например, отвечающий за оборудование человек не знал, что для пришивания крючков нужна отдельная машина. Почему, на твой взгляд, это происходит и как таких ситуаций избежать?

Такое происходит из-за отсутствия специалистов. Их сейчас осталось мало, и их услуги стоят дорого. Но наш российский предприниматель думает, что все сможет сам. Почитает в интернете, посетит пару курсов и – открывает производство. Без профессионалов любое предприятие рано или поздно загнется. Девиз «иди и делай, научись в процессе» очень пагубно влияет на людей. Производство – это прежде всего технология. А у нас более 50% цехов работает вообще без технологов. Руководители, набирая штат, не способны

оценить профессиональную подготовку сотрудников. Принимают тех, кто откликнулся на рекламу. Платить механикам не хотят. При выборе оборудования для них самое важное цена, а не надежность и производительность. Все хотят «срубить бабло по-легкому». Однако не надо этому препятствовать. Люди любят учиться на собственных ошибках. При огромном количестве производств швейный рынок мало конкурентный – из-за таких вот руководителей. Неучи быстро разоряются, им на смену приходят другие, и их ждет та же судьба. Ну а сильные и грамотные руководители загружены работой на 120%. Те, кого интересуют качество и сроки, находят профессионалов и с ними работают.

Недавно ты участвовал в деловой программе «Российской недели текстильной и легкой промышленности», где сказал: «Швейное производство в стране, по сути, утеряно». Поясни, пожалуйста, в двух словах, почему это произошло и что нужно делать предприятиям, чтобы это самое швейное производство «вернуть».

Утеряно, потому что утрачен рабочий класс – швей. Профессия стала непрестижной. Лицеи с трудом набирают группы, да и выпускники работать швеями не идут. У нас очень слабая подготовка инженерного состава – технологов, механиков. В общем, профессиональные кадры отсутствуют. Почти в каждом цехе работают приезжие из ближнего и дальнего зарубежья. Мы учим тех, кто в итоге уедет из нашей страны, и будем вынуждены учить других. А лет через двадцать спецов вообще не останется. И тогда сколько денег ни вливай, все рухнет. Молодому специалисту с дипломом необходимо набираться опыта на действующем предприятии. Всем нужны наставники. Когда наставников не останется, молодые специалисты ничего не смогут делать. Здесь важен накопленный опыт. А передавать его некому.

У государства, по моему мнению, в этом направлении как раз есть возможность помочь легпрому – причем не деньгами, а образованием и пропагандой. Нужно стимулировать внутренний спрос на российскую продукцию и повышать престиж профессий легпрома. Технологи, конструкторы, портные – вот основа индустрии. Следует заставить учебные заведения готовить реальных специалистов, а не выпускников с дипломами. Вот основная задача государства. А деньги на развитие бизнес найдет сам. ■

ТУНИС TOGETHER

26

PROfashion / №6 май 2018

ТЕКСТ И ФОТО: ГАЛИНА КУЗНЕЦОВА

Центр продвижения экспорта тунисских производителей CEPЕХ запустил в нынешнем году пилотный проект по развитию экспорта одежды в Россию. Его участниками стали полтора десятка компаний, выпускающих женскую, мужскую и детскую одежду, нижнее белье и купальники, джинсы и верхнюю одежду. Партнерами проекта с российской стороны выступили Русская ассоциация фешен-индустрии (РАФИ) и медиахолдинг PROfashion.

Серия мероприятий CEPЕХ началась с визита экспертов медиахолдинга PROfashion на фабрики Туниса для знакомства с ассортиментом, условиями производства и менеджментом. В поездке приняли участие глава шоу-рума бельевой продукции «ЭльПунто» и бизнес-тренер для руководителей розницы Мария Пантелеева, директор консалтинговой компании «Академия розничных технологий» и специалист по закупкам коллекции модной одежды Юлия Вешнякова, редактор журнала PROfashion и эксперт по контент-маркетингу в медиа, ритейле и образовании Галина Кузнецова. Они посетили фабрики в городах текстильного кластера Монастир – Эль-Фейя, в том числе ZEN, ETC Group, Vasovet, New



Body Line, Enfavet, Jolie Maille, Sodrigo Tunisie, Ste SINDA inter.

ВЗГЛЯД ИЗ БУДУЩЕГО

Легкая промышленность Туниса – это супер-современное производство. Самая старая текстильная фабрика страны открылась в 1976 году. Все предприятия укомплектованы по последнему слову техники, фабрики представляют собой светлые просторные цеха с минимальным уровнем шума. Крой доступен для тканей шириной до 2 м, в 20 слоев и больше. В наличии все технологии обработки денима – от браширования до стирки с камнями. Текстиль поставляется из стран Западной Европы и Турции. В среднем ежегодный объем производства одной компании составляет около 1,5 млн единиц. Однако такие предприятия, как ZEN, например, выпускают более пяти миллионов готовых изделий в год (при этом бизнес ZEN, созданный в 2003-м, остается семейным). Более 65% продукции ZEN производится на собственных заводах, остальные – по субподряду в стране. Компания гарантирует, что все ее изделия соответствуют лейблу Made in Tunisia. ZEN обеспокоена экономическим и социальным развитием страны, поэтому разработала амбициозный инвестиционный план по созданию новых рабочих мест. В 2018 году компания открыла инкубатор цифровых проектов ZEN LAB, чтобы стать основным игроком в цифровой экосистеме, предоставляя молодым предпринимателям возможность начать работу и воплотить в жизнь их идею. ZEN LAB ориентирован

на электронную торговлю, бесконтактные платежи, финтех, биотех, криптовалюты и машинное обучение.

Все крупные тунисские компании представляют собой вертикально интегрированные холдинги, объединяющие фабрики по выпуску тканей, крашению и собственно швейному производству. Многие компании в стране считаются самыми престижными работодателями. При этом зарплата швей составляет в среднем 300–450 евро в месяц. В городах Монастир и Эль-Фейя создан текстильный кластер, объединяющий бизнес-инкубатор, подготовку кадров, производство и центр технологических ресурсов. Если на фабриках уже установлены станки для лазерной печати и софт для автоматической раскладки раскроя или программирования сложных жаккардовых рисунков, то в местном институте моды мы обсуждали введение специализации по 3D-принтингу и использованию дополненной реальности в моде. То есть это не просто современное производство, но и индустрия, которая смотрит на себя уже из будущего. На некоторых фабриках начат выпуск изделий, которые мы считаем инновационными. Например, Jolie Maille выпускает теплые «тактильные» перчатки, позволяющие кликать по смартфону, не снимая их. Здесь же производится водостойкая ткань, работающая по принципу мембран Gore-Tex, и ткани double-face. Всего в кластере Монастир – Эль-Фейя работает около 400 текстильных предприятий, количество швей на них варьируется от нескольких десятков до полутора тысяч человек.



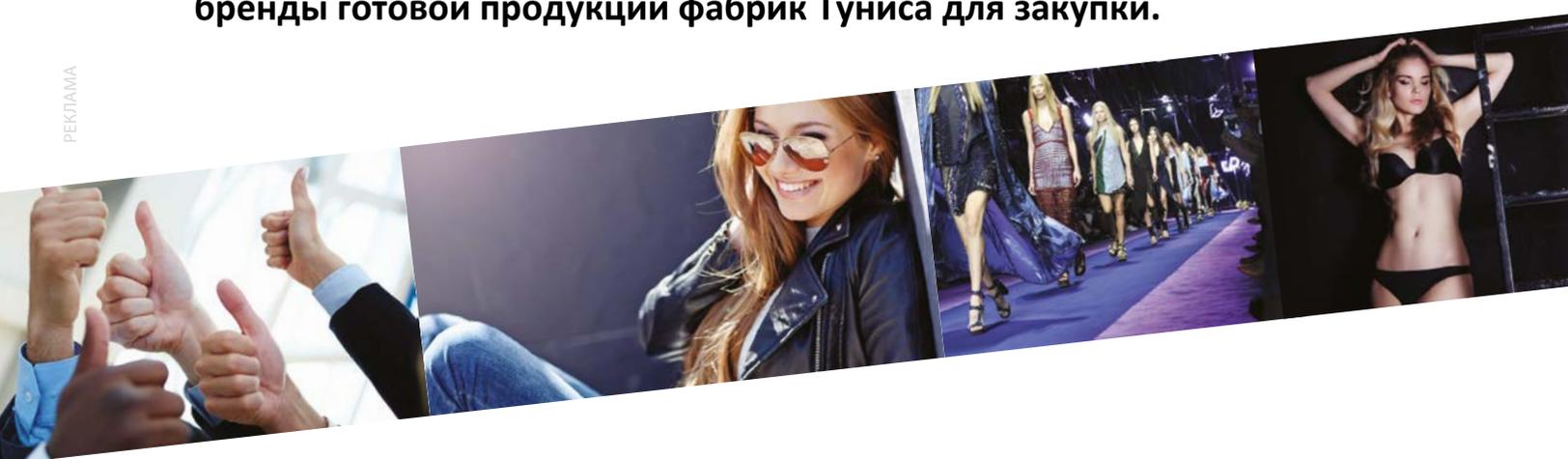
Тунис – Россия – Тунис



Крупнейшие предприятия Туниса приглашают российские предприятия к сотрудничеству по следующим направлениям производства на аутсорсинге: верхняя одежда, джинсовая одежда, спортивная одежда, мужская, женская детская одежда, аксессуары, нижнее белье, корсетное белье, домашнее белье, купальники, корпоративная и спецодежда.

Также российским байерам будут представлены популярные бренды готовой продукции фабрик Туниса для закупки.

РЕКЛАМА



Бизнес-встречи состоятся 24-28 июня в Тунисе!

Для специалистов – участие бесплатное

Контакты для записи: +7 (495) 626 3010, email: director@rafi.moscow

| СОБЫТИЕ |

Вакансии закрываются с помощью обучения на месте и колледжей. С учетом уровня безработицы в стране (в среднем 12%) вопрос обеспеченности кадрами не возникает.

В 2016 году общий объем экспорта текстиля и одежды из Туниса составил 2,3 млрд евро, а в 2017 году поднялся на 16,4%. Экономическая ситуация последних лет не позволяла открывать новые предприятия, поэтому рост обеспечен за счет увеличения производительности существующих фабрик.

Производственные фирмы начинают развивать и собственную розницу. Так, ZEN открыла 30 торговых точек в Африке и за ее пределами. В России компания готова обсуждать открытие магазинов по мастер-франшизе. Главное, чтобы франчайзи следовал ценностям создателей бренда – соблюдение правил игры, командный дух и вкус к трудолюбию.

Главное, что характерно для местного производства, – четкость менеджмента, прозрачность всех бизнес-процессов, контроль качества на всех этапах, сжатые сроки поставки и высокая квалификация швей. Системность прослеживается и в большом, и в малом – от концепции работы компании до последнего стежка на паре джинсов. Тема цели устойчивого развития, которая у нас в России только начинает звучать, в Тунисе уже воплощена: гендерное равенство, соблюдение прав женщин, экология производства.

В создании фабрик на стадии зарождения отрасли активно участвовали европейские компании, и до сих пор многие инициативы исходят от крупных заказчиков из Старого Света, например, энергосбережение, безводное окрашивание тканей, создание рабочих мест для людей с ограниченными возможностями, сертификация по ISO и получение экосертификатов. Заказы на местных фабриках размещают такие крупные игроки мировой индустрии моды как Decathlon, Etam, Guess, Ted Baker, Diesel, Caroll, Devernois, American Vintage. Одежда экспортируется во Францию, Германию, Великобританию, Португалию, Болгарию, в другие страны Африки, на Ближний Восток и в Японию.

Крупные заказчики из Европы уже проделали огромную работу по обучению местных предпринимателей, поэтому они работают по привычному для нас календарю, с такими же условиями, как европейцы, – в предоплате, отгрузке и доставке. Оплату прини-

мают и в долларах, и в евро, и в тунисских динарах. Если у заказчика есть свое полотно, то пошив партии занимает не больше двух недель – месяца, если текстиля нет, то на весь процесс уходит два месяца. В 2016 году CEPЕХ и Тунисская навигационная компания СТН подписали меморандум о продвижении экспорта продукции страны на регулярной морской линии Тунис – Россия; корабль раз в две недели выходит из Сфакса и приходит в Новороссийск. Максимальная грузоподъемность составляет 110 контейнеров.

ИЗОЩРЕННЫЙ КОНТРОЛЬ

Во главу угла на тунисских фабриках ставится качество – его контроль начинается буквально от двери фабрики и не заканчивается даже после поставки. Например, как только на предприятие ETC Group привозят ткань, вся бобина ставится в аппарат контроля, и специально обученный человек весь день занимается тем, что ищет непрочасы, утолщения нитей, уплотнения в ткани и другой брак. За восьмичасовой рабочий день он успевает просмотреть около тысячи метров. Каждый брак маркируется клейким стикером размером с конфетти. Если в бобине оказывается больше трех стикеров на 100 метров, ткань отправляется обратно к поставщику. Такими же стикерами маркируется брак на разных стадиях производства и во время контроля готовой продукции. При согласовании один утвержденный образец изделия остается в компании, второй отправляется клиенту – очень удобно в случае разногласий. Пара джинсов, которая служит образцом для сделанного раскроя, пломбируется, чтобы ее случайно не перепутали и не подменили. Двойной «ручной» досмотр проходит каждое изделие. В общей сложности вещь контролируется шесть раз в процессе изготовления. И даже когда готовая одежда отправлена клиенту, забота о качестве не заканчивается. Раз в несколько месяцев в ETC Group делается аудит поставок. Результаты представляют собой документ на несколько десятков страниц мелким текстом. Из них три страницы занимает чек-лист серьезного брака, которого вообще быть не должно. Если он есть, поставки отзываются. Пять страниц занимают мелкие недочеты. Все это делается для каждого клиента. Кроме того, отдел маркетинга еще до заказа готовит для крупных клиентов трендбук с учетом самых последних тенденций. На фабрике Gitex все результаты столь

изошренного контроля тут же фиксируются на доске в цехе, чтобы количество брака было очевидно. Рядом с этой доской каждый час отмечается объем произведенной продукции. В конце дня подводится общий итог. То же самое делается в конце недели. Очень наглядно и понятно. *«Российские предприниматели сравнивают наше производство с фабриками в Китае и Бангладеш, но это несопоставимые вещи, наш подход к исследованиям, аналитике, качеству, прозрачности гораздо глубже»,* – утверждает эксперт по клиентскому сервису Gitex **Сами Аяри**.

Глубину этого подхода оценила, например, компания Diesel, которая уже больше 15 лет размещает заказы на Gitex.

На тунисском производстве все продумано, предусмотрено, спланировано. Поэтому главное удивление, связанное с российским бизнесом, это незнание английского языка и неготовность к плановой работе. *«Русские хотят приехать и получить заказ через две недели, а лучше сразу. А для нас производство это плановый процесс, чтобы не было сюрпризов, чтобы вы гарантированно получили тот заказ, который оформили»,* – делится впечатлениями о встречах с российскими байерами генеральный директор ETC Group **Яссин Амер**. *«Коммуникация, логистика, культура – вот три самые проблемные зоны»,* – добавляет директор регионального офиса CEPЕХ в Суссе **Камел Мани**. И тут возникает необходимость понимания нашей культуры со стороны тунисских производителей – долгое время у нас бизнес жил сегодняшним днем, ни власть, ни общество не давали повода для долгосрочной промышленной политики. И все же альянс возможен – если фабрики из Туниса обогатят нас опытом регулярного менеджмента, а мы научим их умению находить неожиданные решения и дадим уверенность, что выход можно найти из любого тупика. ■





РАФИ

Русская
Ассоциация
участников
фешен-индустрии



Посещайте выставки с РАФИ по всему миру бесплатно!

Наши планы на осень 2018 года:

4–7 сентября, Collection Premier Moscow (Москва)

cpm-moscow.com – приглашаем байеров бельевого сегмента из регионов России и стран СНГ

16–18 сентября, Central Fashion Asia (Алматы)

www.fashionexpo.kz – приглашаем принять участие в объединенном стенде

26–27 сентября, Modtissimo (Порту)

www.modtissimo.com – приглашаем байеров на закупки тканей

4–7 октября, встречи с текстильными фабриками (Анталья) –

приглашаем байеров на закупки тканей

10–11 октября, Filo (Милан)

www.filo.it/en/ – приглашаем байеров на закупки нитей и волокон

10–13 октября, Индустрия Моды (Санкт-Петербург)

fi-expo.ru – приглашаем принять участие в объединенном стенде (по теме ткани, комплектующие, аутсорсинг)

6–8 ноября, Mare di Moda (Канны)

www.maredimoda.com – приглашаем байеров бельевого сегмента

14–15 ноября, BEE-TOGETHER.ru (Москва)

www.bee-together.ru – приглашаем участников и посетителей (по теме ткани, комплектующие, аутсорсинг)



РЕКЛАМА

Сила – в объединении!

ВСТУПИТЬ В РАФИ

www.rafi.moscow

КОЛЛЕКЦИЯ «ЧЕРНЫХ ЖЕМЧУЖИН»



Швейная машина для мережкового шва, Карл Фридрих Гегауф, 1892, Швейцария

Nähmaschinen-Museum – Музей швейных машин, созданный Рони Шмидом и Тино Яном, талантливыми реставраторами и неутомимыми исследователями, – в этом году отмечает пятилетие. Весной 2013-го старинное здание близ швейцарского городка Дюрнтен стало постоянным пристанищем уникальной коллекции «черных жемчужин».

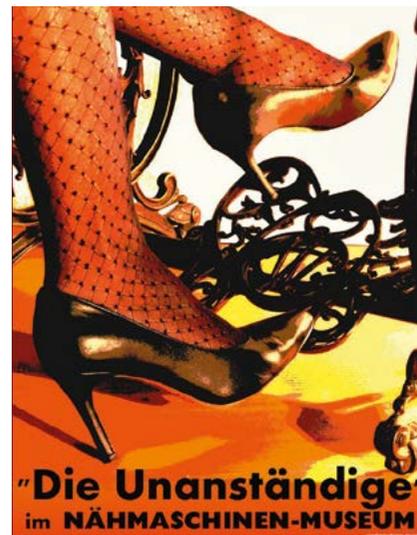
История коллекции берет свое начало в 1983 году, когда одиннадцатилетний Рони обнаружил в куче мусора старую швейную машину. С годами увлечение молодого собирателя антиквариата переросло в профессию реставратора. Шмид создал частное предприятие по восстановлению старинной мебели и предметов интерьера, сделанных из дерева. А поиск «черных жемчужин» всегда оставался в центре внимания. За три десятилетия коллекция Рони Шмида и его соратника, Тино Яна, стала огромной – сейчас она насчитывает более 200 экспонатов.

Адрес: Nähmaschinen-Museum, Walderstrasse 202, Dürnten, Schweiz
Web: <http://www.naehmaschinen-museum.ch>
Часы работы: в субботу с 9:30 до 16:00; по предварительной договоренности в другие дни недели проводятся экскурсии на английском, французском, немецком языках.



Nähmaschinen-Museum, здание середины XIX века

Рони Шмид и Тино Ян



Плакат, посвященный швейным машинам в Nähmaschinen-Museum, которые в свое время оказались под запретом для серийного производства ввиду их «неприличного» дизайна

Подходящее место для музея нашлось в хозяйственной постройке середины XIX века под Дюрntenом, в которой когда-то были конюшня, сеновал и жилье возчиков шелкопрядильной фабрики Pilgersteg. Шмид и Ян полностью восстановили здание, сохранив в нем атмосферу начала эпохи европейской индустриализации.

Главный фонд музея представляет собой потрясающую коллекцию первых в истории швейных машин разных стран. Большинство экспонатов имеет неповторимый механический характер, впечатляя удивительным дизайном и довольно сложными для доэлектрических времен техническими решениями. В собрание вошли настоящие произведения



Лuxury-модель Howe, декорированная перламутром, Элиас Хоуи, Мл., 1874, США

механического искусства: от самых простых, бытового назначения, до сложных специальных и уникальных моделей, символизирующих высокий социальный статус ее хозяина; от тяжелых промышленных швейных машин до миниатюрных, размером немногим больше ладони. Некоторые экспонаты имеют в своем семействе всего лишь несколько раритетных моделей по всему миру. Кроме того, в коллекции представлено множество интересных аксессуаров.

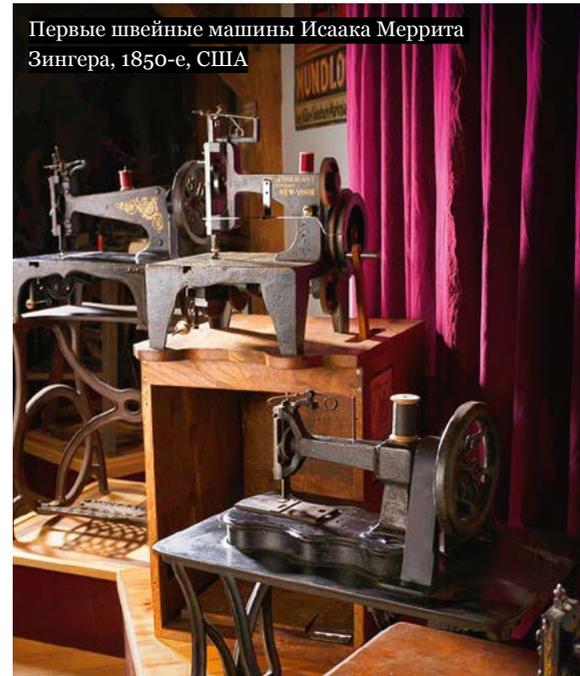
Кураторы музея охотно делятся самой подробной информацией о каждом экспонате и готовы продемонстрировать швейные машины в действии. Захватывающее интерактивное путешествие по зарождающейся механической швейной технологии конца XVIII – начала XX века продолжается до тех пор, пока не покинешь стены музея. Nähmaschinen-Museum не просто демонстрирует швейные машины как отдельные объекты индустриального мира, но последовательно раскрывает их многогранное значение – социокультурное и экономическое влияние этого гениального инструмента на историю человечества. Так, среди проведенных музеем в прошлом году мероприятий стала выставка



«От педали до гоночного автомобиля», где были представлены ретроавтомобили начала XX века, производство которых начиналось именно со швейных машин. В 2017 году Nähmaschinen-Museum принят в Ассоциацию швейцарских музеев (VMS). «Для нас, создавших музей с нуля, это серьезное одобрение проделанной работы и стимул для дальнейшей профессиональной деятельности, – поделился Тино Ян. – При поддержке VMS наша коллекция будет не только сохраняться, но и развиваться, становясь еще

более интересной. Принятие в ассоциацию символически означает, что наш музей швейных машин наконец-то «повзрослел» и стал полноценным членом музейного братства». Рони Шмид часто называет свое детище «вращающимся музеем», сравнивая его с колесом старой швейной машины, и добавляет: «Благодаря нашим усилиям это колесо продолжает вращаться...»

Первые швейные машины Исаака Меррита Зингера, 1850-е, США



В СТРАНЕ КАСПИЙСКОЙ МОДЫ

ТЕКСТ: МАРИЯ КОРОБОВА

12–15 апреля в Астрахани в седьмой раз состоялась Каспийская неделя моды. С каждым сезоном главное fashion-событие региона укрепляет позиции локальных дизайнеров, вписывая их имена в международный контекст.

Каспийская неделя моды – одно из тех редких региональных мероприятий, которое связывает дизайн с его потребителем. Практически все астраханские бренды, показавшие свои коллекции на подиуме в Музейно-выставочном комплексе «Цейхгауз», не только работают с частными клиентами, но и расширяют географию продаж, плотно взаимодействуя с ритейлом. Так, представленную на неделе весенне-летнюю коллекцию для офиса и вечера от Адели Курносовой можно приобрести офлайн в Астрахани и онлайн по всей России. Платья разнообразной длины с полупрозрачными вставками, бархатные костюмы с брюками и юбками-карандаш, элегантные кружево и вышивка вызвали большой интерес у зрителей.

Бренд ELBO показал яркую круизную коллекцию: обилие клетки и полосатых принтов, необычные сочетания объемных форм брюк и топов, комбинации насыщенного цвета с узкой полоской. Помимо родного города вещи бренда ELBO продаются в Москве (в том числе в Glance) и Санкт-Петербурге (в сети Fashion Laboratory). Сейчас марка разрабатывает специальную линию для Северной столицы, с учетом ее климатических особенностей.

Коллекции Марины Гурвич, представившей в этот раз элегантные сложно скроенные платья и костюмы в сдержанных тонах, наряды из переливающихся тканей, объемное весеннее пальто с жемчужным блеском, можно найти в московских ТЦ «Цветной» и «Авиапарк». Ожидается открытие монобрендового магазина в Батуми (Грузия).



Matreshka

Adelya Kurmosova



Irena Neiblat

Шарипова из Таджикистана. «Концепция бренда – этнические мотивы, интегрированные в европейский крой, – пояснила дизайнер. – Таким образом, каждую вещь можно надеть в любой стране. Золотым правилом марки с первого дня является эксклюзивность».

Национальный колорит в сочетании с современными деталями

ЭТНИЧЕСКИЙ ПОЧЕРК

Участниками модной недели в Астрахани традиционно стали не только дизайнеры Прикаспия – России, Казахстана, Азербайджана, Ирана, – но и Таджикистана, Беларуси, Украины, Монако, Австрии, Армении. Каспийская неделя демонстрирует свою открытость разным культурам и направлениям в моде.

За четыре вечера на подиуме было представлено более 50 коллекций. Одним из ярких векторов дефиле стало мультикультурное прочтение этники. Колорит традиций Ирана в европейской обработке был представлен коллекциями бренда PARDOV by Parnian Vatankhan и стильной одеждой ARMIN BHT. Международную интерпретацию азиатского стиля показала Мадина



ELBO

Sep27



Anna Mirzoyan

Inglyan

Armin BHT

Milica Trickovic

присутствовал и в коллекциях калмыцкого бренда Inglyan, а также чеченской марки MADLEN. Астраханский бренд M.Ziya представил коллекцию платьев в пол в стиле hijab-look, с выдержанным в религиозных канонах кроем.

АССОЦИАТИВНЫЙ РЯД

Яркие коллекции показали волгоградские марки: Matreshka предложила новое прочтение воздушных платьев, Ser27 – одежды стрит-стайла, Dinara.Murasova – военной темы. *«Своей коллекцией я хочу поговорить о женщине как о воине, – отметила Динара Мурасова. – Она борется за свое право быть той женщиной, которой она хочет быть. Она каждый день борется со стереотипами общества. Поэтому костюмы коллекции вдохновлены военной формой разных времен и стран. Модели в первую очередь удобны, практичны и могут показать революционную женскую натуру, не утратив при этом женственности и грации».*

Калининградский дизайнер Анастасия Коваль показала удобную повседневную одежду, украинские марки KD Room и Auttograph вывели на подиум смелые и выразительные фасоны. А сербский бренд Milica Trickovic предложил чувственные вещи полупрозрачных тканей с авторской вышивкой. Бренд Anna Mirzoyan (Армения) представил вдохновенную поздним ренессансом коллекцию «Паоло Веронезе», в которую вошли почти сказочные, фантазийные наряды холодных оттенков. Акцент сделан на цветах и формах, которые отображают и подчеркивают красоту той эпохи, – в синтезе с возможностями и технологиями XXI века.

БИЗНЕС-КОД

Женственные решения в современном офисном дресс-коде – этот лейтмотив прослеживался в коллекциях белорусского дизайнера Алены Горецкой и казахстанской марки Irena Neibart. *«Бывают такие дни, когда хочется все забросить, полностью изменить, и в какой-то момент начинаешь понимать, что человек уникален, у него есть внутри то, что свойственно только ему одному, это стиль, восприятие окружающей действительности. Коллекцию я назвала «Бесконечность Весна». Это тот момент, когда просыпается не только природа, но и ты сам», – рассказала Ирена Нейбарт.* Помимо модных шоу Каспийская неделя предлагает насыщенную образовательную программу. В этом сезоне в Астрахань приехали специальные гости из Милана – Джузеппе Ло Порто, представитель Генерального консульства Италии в Москве, Джеффри Вестгейт из Всемирной организации интеллектуальной собственности. Они прочитали лекции о ведении модного бизнеса, посоветовали молодым дизайнерам, с чего начать и на что обратить внимание при открытии



Marina Gurvich

своего магазина, рассказали об инновациях и актуальных трендах в сфере дизайна, а также патентном праве и интеллектуальной собственности созданных коллекций. Воронежский историк моды Елена Карпова, помимо вдохновляющих историй известных брендов, дала практические советы по открытию своего ателье. О развитии и продвижении модного блога в интернете рассказала московский блогер Мария Новикова (Fashionshower). А лекцию о менеджменте модной индустрии и онлайн-продажах прочитала Дарья Ядерная, бизнес-консультант и преподаватель МГИМО. Ярким событием Каспийской недели стал конкурс дизайнеров, организованный отделом образования Генерального консульства Италии в Москве. Его победитель, Анвар Сатторов (бренд VERNО, Астрахань), отправится на обучение в Милан за счет приглашающей стороны. Приз дизайнеру вручил лично начальник отдела образования консульства Джузеппе Ло Порто. Страна каспийской моды стремительно расширяет границы своих возможностей. ■



Verno

Alena Goretskaya

БИЗНЕС С УДОВОЛЬСТВИЕМ



“Делу время, потехи час” – эта широко известная русская пословица, утверждающая, что труд невозможен без отдыха, как нельзя актуальна для всех, кто ведет активную деловую деятельность. Турецкая группа отелей Rixos Hotels точно знает, как создать идеальные условия для того, чтобы заниматься бизнесом с удовольствием.

Rixos Hotels - стремительно растущая международная сеть премиальных отелей, набирающих все большую популярность во всем мире. Основанная в 2000 году группа с головным офисом в Анталии сегодня насчитывает 25 гостиничных заведений в Турции, Объединенных Арабских Эмиратах, России, Хорватии, Швейцарии, Египте и Казахстане. Отели Rixos удобно расположены в лучших местах для отдыха. Группа разработала инновационную методику гостеприимства, сочетающую в

себе традиции и современность, которую воплощают в жизнь 10 000 сотрудников компании. Виллы Rixos, спроектированные для идеального и роскошного отдыха, оснащенные самым современным оборудованием, обладают всем необходимым для того, чтобы обеспечить отдых мечты. Все отели Rixos имеют оздоровительные центры с турецкими банями и прекрасные SPA-центры, создающие уникальную расслабляющую атмосферу. Гостями отелей Rixos являются представители элиты со всего мира.

За гостеприимство, индивидуальный подход и отличную кухню отели Rixos неоднократно удостоивались престижных международных наград: American Five Star Diamond Awards (награда, присуждаемая пятизвездочным отелям Америки), премии ИД Conde Nast, Great Hotels of the World и других.

Отели Rixos и The Land of Legends – идеальное место для тех, кто хочет совместить премиальный отдых с яркими развлечениями. Фестивали, вечеринки, выступления популярных артистов и компания профессиональных спортистов сделают отдых максимально активным и поистине незабываемым.





Нынешним летом отели сети Rixos, расположенные на лучших морских курортах Турции, подготовили концертную программу, которая максимально учитывает музыкальные предпочтения отдыхающих из России.

«Мы гордимся тем, что около 30% всех иностранных гостей в отелях группы составляют россияне и готовы приятно удивлять их в новом курортном сезоне. В частности, мы стараемся максимально учитывать вкусы наших гостей при подготовке культурной программы. Какой бы из наших отелей вы не выбрали – будь то Rixos или The Land of Legends – обещаем, будет очень интересно и весело», – заверил г-н Мурат Алпман, координатор по продажам группы.

Уникальный концептуальный отель, шопинг-авеню и первый в Турции комплексный парк развлечений The Land of Legends Theme Park в Белеке приглашает отдыхающих в июне-сентябре на концерты таких эстрадных звезд как Григорий Лепс (7 июля, 11 августа); Тимати (21 июля, 28 сентября); Светлана Лобода (30 июня, 7 августа, 15 сентября); Елена Темникова (3 июля, 18 августа); Егор

Крид (10 июля, 1 сентября); «Виagra» (14 июля, 3 сентября); «Серебро» (26 июня, 24 июля, 14 августа); «Мот» (9 июня, 28 июля). Перед концертами у зрителей будет возможность насладиться фееричными музыкальными парадными на воде от всемирно извест-



ного режиссера-постановщика водных шоу Франко Драгоне.

Отель Rixos Sungate, расположенный в районе Белдиби/Анталья, на берегу Средиземного моря и у подножия Таврских гор, славится не только комфортным отдыхом на территории 250 тыс. квадратных метров, но и многочисленными развлечениями. Rixos Sungate удостоен многочисленных международных наград, последней из которых является награда World Travel Awards “Лучший развлекательный отель в Европе”.

На протяжении летнего сезона Rixos Sungate традиционно собирает целое созвездие артистов, в том числе из России и постсоветских стран: Ханна (28 июня); Doni (29 июня, 27 сентября); «Время и Стекло» (30 июля, 28 сентября); Егор Крид (3 сентября); Inna (15 июня, 22 августа, 17 сентября); «Мот» (11 июня); «Се-

ребро» (25 июня, 13 августа); Светлана Лобода (6 августа); Тимати (27 июля, 29 сентября).

Помимо концертов гости смогут развлечься на особых вечеринках у бассейна и принять участие в многочисленных спортивных мероприятиях.

Сочетание непринужденной атмосферы и гостеприимства с роскошью и безупречным сервисом уже давно стало визитной карточкой Rixos Hotels. Именно благодаря этому уникальному набору качеств отели группы пользуются большой популярностью у гостей со всего мира и, в частности, из России. 

Более подробную информацию можно получить на сайте: ru.rixos.com



ЗДЕСЬ РОЖДАЕТСЯ БУДУЩЕЕ

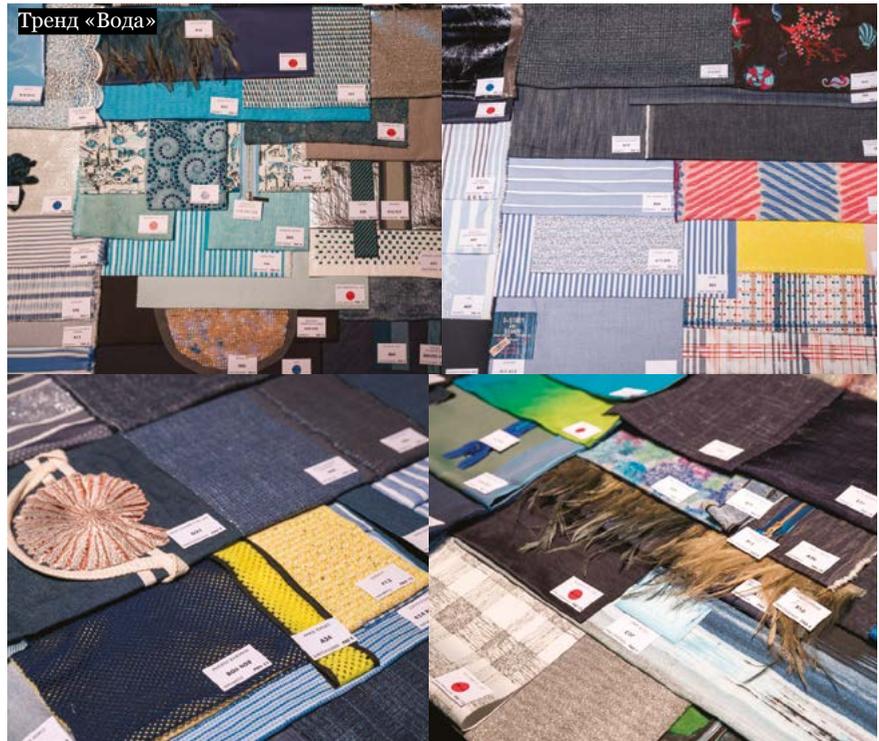
26-й выпуск Milano Unica, состоявшийся в феврале в итальянской столице моды, наглядно показал, что международная выставка производителей текстиля и аксессуаров уверенно преобразуется из канала продвижения Made in Italy в платформу инновационных решений для отрасли.

Февральский выпуск Milano Unica был посвящен сезону весна-лето 2019. Текстильные тренды объединены идеей экологии и включают три темы: «Вода», «Земля» и «Воздух». Для каждой из них выбран герой, наиболее полно выражающий ее характеристики. Тему «Вода» раскрыл исследователь подводного мира Жак-Ив Кусто, «Воздух» вдохновлен легкостью танцовщика Рудольфа Нуриева, ценности тренда «Земля» продемонстрированы на примере африканского племени масаев. *«Эти истории родились как три сказки, – пояснил куратор тренд-зоны выставки Стефано Фадда. – Они соответствуют основным темам сезона: неоклассицизму, кибергладуру и минимализму».*

Цветовая гамма тренда «Вода»

включает в себя все оттенки синего и зеленого с акцентами желтого, напоминающими о снаряжении для дайвинга. Главный принт – полосы, узкие, широкие, чередующиеся. Преобладают натуральные материалы с водоотталкивающим покрытием или тонкие, с богатой фактурой, рубашечные ткани. Кружева и люрекс. Жаккард с дамасскими узорами на тканях различного

Тренд «Вода»



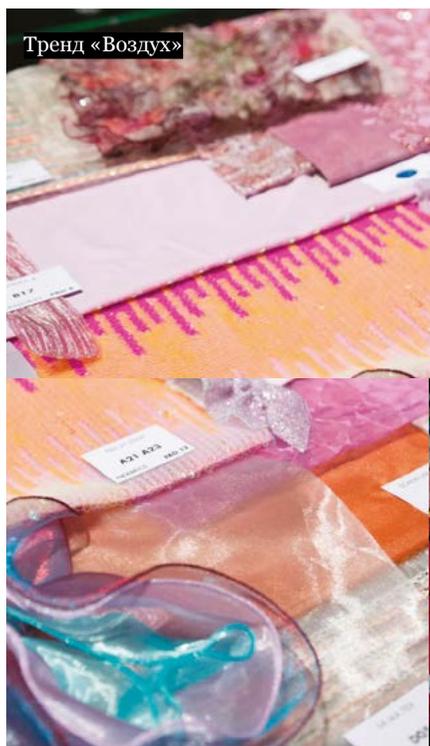
веса, все – чрезвычайно роскошные. Деним проявляется в классической темно-синей гамме и с оттенками зеленой воды. Блестящие ткани, сверхтонкие вязаные сетки.

Ленты и шнуры в качестве отделки. Пестрые и очень сложные аппликации: используются жемчуг и хрустальные кристаллы, чтобы создать эффект подводного мира.



Тема «Воздух»: тюль, шифон, многослойность, эффекты «деграде», микроапликации, яркие и светоотражающие детали. В основной гамме светло-синие и переливающиеся зеленые тона, которые дополняются оранжевым, фуксией и розовым. Сатин, муслин и поплин в блестящих и матовых версиях. Многоцветная графика и макроцветочные композиции в принтах. Покрытие из пайеток «all-over» – по всей поверхности ткани, как микро-, так и макроразмера; много аппликаций, люрекса и вышивки. Обилие плиссировки. Кружево обогащается перьями и люрексом. Один из новых трендов – покрытие натуральных материалов с принтом прозрачным пластиком и с вышивкой или объемной отделкой сверху. Застежки с зеркальными эффектами, напоминающими о кибернетическом мире.

В тренде «Земля» преобладают хлопок и шерсть, шелк и лен, экотема, органические материалы, клетка и геометрические принты в мягких песчаных оттенках. Жаккард обогащается вышивкой. Многоуровневое окрашивание напоминает о каменных наслоениях с мраморным эффектом. Даже перья предлагаются в многоцветных «мраморных» вариантах. Активно используются объемные волокна со свободным переплетением. Пряжа выглядит необработанной и мягкой. Аппликации включают стразы и матовые



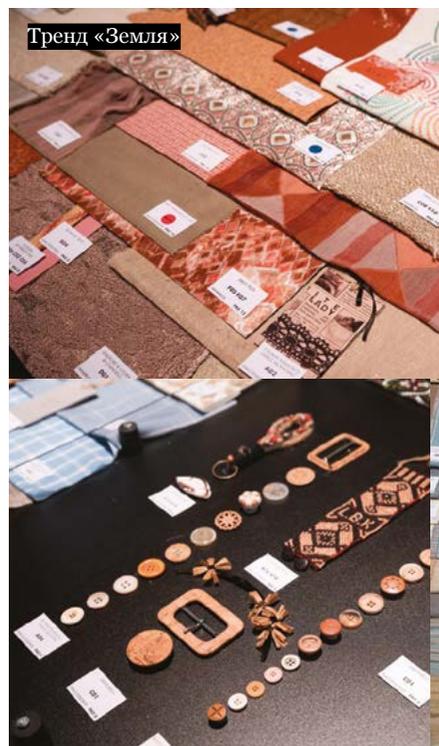
кристаллы, а также металлические техно-тауировки на основе тюля.

«Организаторы настолько вкусно и красиво оформили тренд-зону, что у дизайнеров сразу же появляется огромное количество идей, – отметила директор компании OGGI Style Любовь Анфимова. – С учетом размера выставки нам оказалось мало трех дней, чтобы изучить и сравнить все предложения.»

Кроме итальянских тканей, традиционно красивых, было много интересных коллекций у французов, португальцев и греков. С одной стороны, текстиль на выставке представлен не самый дешевый, с другой – в отличие от турецких и китайских компаний участники Milano Unica предлагают более щадящие условия по метражу заказа. И, конечно, в любом случае итальянцы остаются законодателями тенденций. Мода делается здесь.»

Особое место в тренд-зоне было выделено для сертифицированных экоматериалов. Все образцы проклассифицированы в зависимости от того, какой степени ответственности перед окружающей средой достиг тот или иной участник по девяти параметрам: переработанные материалы, bio-based, созданные без жестокого обращения с животными, водостойкие, сделанные без использования PFC, сертифицированная система менеджмента в компании. В число самых ответственных производителей вошли Besani, Alberto Bardazzi, Canepa, Iluna, Reda, Familitec, Makita, Hataoka. Все компании имеют разный комплект европейских и международных сертификатов, подтверждающих их экологичность: Oeko-Tex, GRS, Blue Sign, EMAS, Detox, FSC, Gots, T&S.

«Тренд на экомоду российским женщинам присущ интуитивно, – сказала Любовь Анфимова. – Наши покупательницы любят натуральные материалы, и хотя многие»



синтетические волокна по эргономическим свойствам сейчас превосходят натуральные, покупатели все равно выбирают последние. Здесь важен вопрос попадания в цену, потому что в случае дороговизны женщины будут такие ткани любить, но не покупать».

Еще одним важным направлением выставки стали высокотехнологичные материалы. Японская компания Saiei Orimono предложила для коммерческих заказов шелк, напечатанный на 3D-принтере. Среди клиентов этой небольшой фирмы – Hermes, Chanel и Armani. Очень многие японцы работают над облегчением текстиля, на выставке были представлены смесовые материалы (полиэстер с нейлоном) весом около 50 г/м² (для сравнения – ткань из хлопка весит около 120–150 г/м²). На перекрестке экотемы и высоких технологий набирает популярность тренд использования переработанного полиэстера. И хотя президент Milano Unica предлагал в принципе запретить полиэстер как волокно для одежды, в мире уже достаточно много вещей, сделанных из этого материала, поэтому вопрос его переработки долго еще останется актуальным. Текстильный сектор Италии в прошлом году получил импульс для развития. Производство тканей увеличилось на 1,3%, достигнув оборота в 7,9 млрд евро. Рост обеспечен восстановлением продаж на международных рынках и внутри страны. Экспорт итальянских тканей незначительно поднялся (+0,8%), составив 4,3 млрд евро. Зарубежные компании все активнее интересуются трикотажем и смесовыми материалами, к примеру, шелком с синтетикой, снижается



В павильонах 26-й выставки Milano Unica

спрос на шерсть, шелк и лен, стабильными остаются заказы хлопчатобумажных тканей. На выставке обсуждались два фундаментальных направления, которые станут драйверами развития текстильного сектора и в Италии, и в других странах, – это экология плюс fashion-tech. Согласно представлениям итальянских экспертов, обеспечить развитие можно, соединив в офлайн IT, искусственный интеллект и networking. У традиционных предприятий остается только одна возможность – стать частью открытой платформы инноваций. В этом сезоне выставку Milano Unica посетили представители более 6000 компаний, при этом количество зарубежных клиентов увеличилось на 10,5%, в частности, из Гонконга (+70%), России (+54,5%), Германии (+50%), США (+19,7%), Китая (+19,6%), Франции (+15%), Турции (+12%). Число участников

выросло на 10%, до 470. Президент Milano Unica **Эрколе Ботто Пола** назвал выставку лучшей из всех прошедших с точки зрения экономических показателей и качественного наполнения стендов: *«Milano Unica не хочет быть просто коммерческим инструментом для продвижения тканей и аксессуаров, сделанных в Италии и Европе, она стремится стать площадкой для инноваций. Местом, где формируется будущее отрасли».* Поэтому, в том числе, на выставку были приглашены более 1000 студентов итальянских школ моды и университетов дизайна для участия в ток-шоу креативного директора компании Ermenogildo Zegna Алессандро Сартори. Они получили представление о его стилистической философии. По словам Сартори, для успеха в будущем нынешним студентам важны три составляющих: хорошее портфолио, наличие зарубежного опыта стажировок и привычка работать непрерывно. Для поддержки молодых дизайнеров на выставке было создано экспозиционное пространство Eyes on Me, где свои коллекции представили более 20 учеников разных fashion-школ – Академии моды Бреры, Cercal, Ars Sutoria, Koeffa, Galli и др. Среди участников была и дизайнер из Грузии Теа Гелашвили, победительница конкурса «Русский силуэт», выпускница школы дизайна Parsons и студентка Итальянского института дизайна IED. Возможно, кто-то из экспонентов Eyes on Me определит грядущее мировой моды. Что же касается ближайшего будущего Milano Unica, то оно проявится довольно скоро – 27-й выпуск выставки состоится 10–12 июля. ■



№ 5' 2018

PRO*fashion* **OUTSOURCING**

АУТСОРСИНГ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



PLUS

САЛОН ТКАНЕЙ
ОБОРУДОВАНИЕ
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ

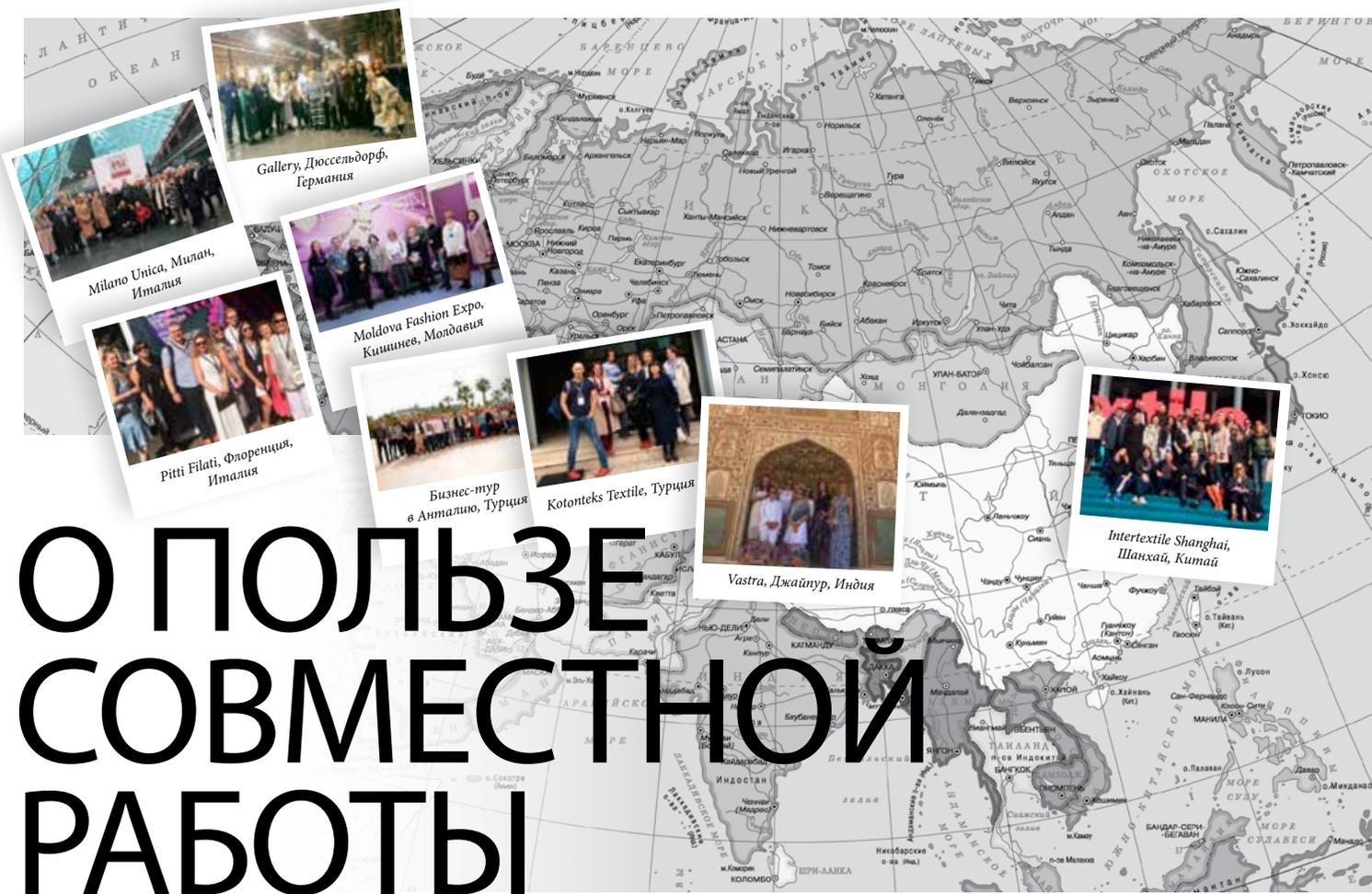
ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ



МЕЖДУНАРОДНАЯ
БИЗНЕС-ПЛАТФОРМА

BEE-TOGETHER.ru

АУТСОРСИНГ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



О ПОЛЬЗЕ СОВМЕСТНОЙ РАБОТЫ

ТЕКСТ: ГАЛИНА КУЗНЕЦОВА, МАКСИМ МЕДВЕДЕВ, НАТАЛИЯ ПОРОТИКОВА

Новые поставщики и рынки сбыта, снижение себестоимости продукта и расширение товарного ассортимента – таковы достижения компаний благодаря ряду проектов Русской ассоциации участников фешендустрии (РАФИ). Результаты работы ассоциации, озвученные 19 февраля на общем собрании, посвященном ее деятельности в 2017 году и планам на текущий год, наглядно показали: «Сила – в объединении» – не просто слоган РАФИ, но жизненная позиция.

В собрании участвовали представители около 50 компаний, предприятий ритейла и легкой промышленности. Открывая мероприятие, модератор, гендиректор медиа-

холдинга PROfashion, партнера РАФИ, **Олеся Орлова** пояснила, что стратегия развития ассоциации опирается исключительно на актуальные запросы ее участников: «Так, первоначально компании, входящие в РАФИ, были заинтересованы в посещении международных отраслевых выставок с целью знакомства со свежими коллекциями и идеями, налаживания бизнес-контактов с новыми зарубежными партнерами. Поэтому РАФИ связалась с руководством ведущих международных экспозиций и обратилась с предложением выделить квоты для российских предприятий, которым интересно работать с поставщиками различных стран».

Как сообщила **Виктория Криворучко**, директор РАФИ, благодаря активной деятельности ассоциации более 200 представителей различных компаний в 2017 году получили квоты на посещение зарубежных выставок на сумму более 15 млн рублей. Среди ключевых мероприятий: поездки делегаций

российских специалистов на крупнейшую европейскую выставку производителей текстиля Milano Unica (делегация РАФИ стала самой многочисленной из России за всю историю выставки – более 40 предприятий), ведущее азиатское трейд-шоу тканей Intertextile Shanghai, основную экспозицию для трикотажной промышленности Pitti Filati во Флоренции, выставку производителей нитей и волокон FILO в Милане, текстиля и готовой одежды Vastra – An International Textile and Apparel Fair в Джайпуре (Индия), товаров, оборудования и сырья для легкой промышленности Moldova Fashion Expo в Кишиневе, а также тур по текстильным фабрикам региона Бурса в Турции.

ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ

В 2018 году РАФИ планирует развивать и расширять выставочное направление. Делегации уже посетили ряд ключевых трейд-шоу. Так, 6–8 февраля РАФИ как постоянный

партнер выставки Milano Unica организовала бизнес-миссию, участниками которой стали представители 25 российских фабрик. В делегацию вошли производители женской, мужской и детской одежды, в том числе Faberlic, «Александрия», Valenti, «Сударь», «Оджи», Trimonti, Elisabetta.

Бизнес-миссии – значимый инструмент для развития двусторонних экономических связей между российскими и зарубежными компаниями. Многие участники делегации РАФИ вернулись с выставки не только с контактами, но и с контрактами. «Для нас Milano Unica – это постоянный рабочий инструмент, но в составе делегации РАФИ мы посетили выставку первый раз, – рассказал **Иван Степанов** из компании «Сударь». – Вместе, конечно, лучше – и спокойнее с точки зрения организационных моментов, и полезнее, потому что мы познакомимся с коллегами из других регионов и у нас появились идеи сотрудничества. Ткани, покупаемые на Milano Unica, мы используем для нашей премиальной линейки, спрос на которую постоянно растет... Порадовало, что даже в дорогие ткани производители теперь начали добавлять 1–2% эластана, нашим покупателям это нравится».

Тамара Каминская из SolStudio согласилась с тем, что ассортимент продукции экспонентов Milano Unica соответствует требованиям локального производства одежды: «Мы нашли плащовку и интересные жаккарды для летней одежды. Обратили внимание на набивки и расшитые материалы – это один из самых ярких трендов на выставке. Среди материалов, которые могли бы найти применение в российском производстве, – двусторонние простеганные ткани».

Elisabetta, постоянный участник делегаций РАФИ на Milano Unica, отмечает, что каждый визит на выставку способствует прогрессу в деятельности компании. «Благодаря приобретенным контактам и знакомствам на выставке работа нашей компании стала еще более продуктивной, – сообщил **Борис Чупринин**, гендиректор Elisabetta. – В этот раз сотрудники нашей компании посетили стенды всех действующих партнеров и пролонгировали контракты на поставку продукции. Экспоненты представили новые коллекции, карты цветов сезона, дали свою оценку трендов нового производственного года. Кроме того, мы посетили около 45 стендов новых производителей – обменялись контактами, изучили продукцию. Сегодня к нам уже

поступили образцы продукции от всех заинтересовавших нас производителей. Без посещения выставки мы не смогли бы получить такого количества проработок и образцов продукции. Это позволяет сэкономить массу времени и охватить невероятное количество производителей за одну сессию».

Светлана Беленко из швейной фабрики «Весна» подчеркнула, что визит на Milano Unica в составе делегации РАФИ делает работу на выставке более плодотворной, чем самостоятельное посещение: «Очень важный и полезный аспект – общение между участниками делегации. Это серьезная подпитка для работы. Все производители сталкиваются в целом с одними и теми же проблемами, и мы можем обсудить разные способы их решения. Поездка на Milano Unica вдохновила меня и наполнила идеями, дала средства и инструменты. Сейчас для увеличения оборота необходимы широкий ассортимент, новые направления. Мы нашли очень хорошие качественные ткани, которые можно закупить по коммерчески интересной цене. РАФИ для нас как производителей очень важна. Ассоциация дает импульс для развития, желание идти вперед и поднимать нашу легкую промышленность на более качественный уровень».

ТЕРРИТОРИЯ ОТКРЫТИЙ

21–22 февраля мини-делегация РАФИ, в которую вошли такие крупные предприятия российского легпрома, как «Чайковский текстиль», «ТДЛ Текстиль», «СТК-Текстиль», «ПромТекстиль», посетила выставку FIOLO в Милане. **Татьяна Парамонова**, замдиректора текстильного департамента «Чайковский текстиль», рассказала: «Нас в первую очередь интересует сырье, а именно пряжа различных смесовых составов для дальнейшего процесса переработки, то есть изготовления тканей. Мы планировали выяснить, на каком этапе производство этого сырья в Италии сегодня, какие новые разработки предлагаются для инновационного текстиля, каков уровень цен. Ознакомившись с продукцией экспонентов FIOLO, мы получили ответы на все интересующие вопросы. Наша сырьевая база находится в Азии, но мы разрабатываем очень много специальных тканей, а Италия сильна именно в создании специального сырья. Сейчас мы общаемся с несколькими компаниями, возможно, в дальнейшем это выльется в сотрудничество». В те же дни другая делегация РАФИ по при-

глашению Торгово-промышленной палаты Португалии нанесла дебютный визит на выставку производителей текстиля и швейных изделий Modtissimo в Порту. Российские компании репер, PRIZ, «Русская земля», Truvog открыли для себя новый вектор работы с поставщиками тканей. «Нас интересовал мужской сегмент, средний и средний плюс: smart casual, рубашечные ткани, трикотаж для футболок, поло – и аналогичный женский ассортимент, – рассказала гендиректор компании «Русская земля» Анна Виноградова. – Мы искали интересные ткани по доступным ценам. Цены итальянских фабрик для нас высоки, а работать со стоками не хочется. Чтобы быть в тренде, необходимо использовать регулярные коллекции тканей. И на Modtissimo мы нашли нужных поставщиков. На выставке есть возможность не только познакомиться с новыми коллекциями, но и сразу посетить фабрики, чтобы более глубоко изучить ассортимент и сделать заказ. Для меня стало открытием, что такая компактная экспозиция может быть намного эффективнее, чем крупная выставка».

24–28 февраля выставку Pitti Filati во Флоренции посетила мини-делегация, в которую вошли представители российских компаний Ваоп, «Трикоко», «Удачный выбор» и «Озерский трикотаж» (ПК «Мануфактуры Киры Пластининой»). Участники поездки остались довольны тем, что нашли поставщиков, с которыми смогут работать напрямую, без посредников. «Pitti Filati – единственная выставка мирового значения, позволяющая масштабно и эффективно работать на стендах итальянских фабрик и задающая модные тенденции в мире вязаного трикотажа, – прокомментировала **Олеся Крикунова**, менеджер по продукту компании Ваоп. – Во-первых, это уникальная возможность увидеть практически все фабрики Италии в рамках одной платформы, во-вторых, открыть для себя новые предприятия, в-третьих, более глубоко изучить предлагаемые пряжи, ведь данная выставка позволяет увидеть широчайший ассортимент для любого ценового сегмента. Очень важно живое общение с представителями фабрик, которое позволяет узнать производственные нюансы, ценовые позиции и обсудить варианты возможного сотрудничества. Приятно, что сейчас можно вести диалог о сотрудничестве напрямую, еще несколько лет назад очень многие компании

Италии предпочитали контактировать через представительства в России. Таким образом, именно благодаря выставке мы выяснили, что конечная финальная цена за килограмм пряжи в России существенно завышена. Было приятно узнать, что у некоторых итальянских фабрик вообще не существует минимума лота крашения, и цена при этом остается неизменной!» Как сообщила Олеся, благодаря поездке на Pitti Filati компания Ваоп смогла снизить затраты на пряжу, рассмотреть более дорогостоящие артикулы пряжи, расширить ассортимент линейки трикотажа из итальянской пряжи.

Татьяна Слесарева, директор по производству фабрики «Озерский трикотаж», тоже отметила благоприятную возможность сократить стоимость производства: «Мы впервые посетили данную выставку и были приятно удивлены многообразием стендов, их оформлению, а также представленными переплетениями, в которых то или иное сырье смотрится наиболее выигрышно. На Pitti Filati представлено огромное количество производителей пряжи и нитей, любых составов и эффектов. Знакомство с фабриками и сотрудничество с ними напрямую, безусловно, окажет положительное влияние на конкурентоспособность нашей продукции. Мы сможем повысить качество сырья при том же уровне стоимости продукта».

ПРЯМОЙ КОНТАКТ

В этом году РАФИ готовит поездки российских делегаций на Munich Fabric Start (4–6 сентября), Moldova Fashion Expo (4–7 октября), Mare Di Moda (6–8 ноября). Планируется также развивать бизнес-туры по производителям различных стран. Стартовавшее в прошлом году новое направление деятельности РАФИ открывает новые страны и форматы. Так, стремясь сделать работу визитеров более комфортной, более десяти турецких производителей текстиля собрались 4–7 марта в отеле Alva Donna в Анталии. В делегацию РАФИ, посетившую эту мини-экспозицию, вошли три десятка российских компаний.

«Целью моей поездки в Анталию был поиск новых поставщиков ткани. Я нашла трех производителей блузочного, плательного текстиля и двух поставщиков костюмной группы, с которыми в данный момент мы ведем переговоры, — сообщила **Татьяна Ор-**

ган из компании ORGAN. — Турецкие ткани отличаются оптимальным соотношением цены и качества, а их производители — надежностью и простотой поставок. Хочу высказать огромную благодарность РАФИ за организацию такого рода мероприятий, способствующих развитию легкой промышленности РФ и расширяющих возможности производителей».

Ирина Вениаминова, гендиректор компании «Мерлис», благодаря поездке, организованной РАФИ, тоже нашла новых партнеров: «Мы давно собирались посетить турецкие выставки тканей, но не было возможности. Наша компания занимается производством и продажей одежды для женщин в возрасте от 30 лет. Соответственно, нас интересовали плательные ткани, костюмно-блузочный ассортимент и трикотажные полотна. Данная продукция в Турции имеет более высокий ценовой уровень, чем в Китае, но ниже, чем в странах Европы. Кроме того, минимальный заказ на ткань одного артикула на порядок меньше, чем в Китае. А логистика при закупке более мобильная и дешевая. Качество турецких тканей выше китайских, и их проще обменять или сделать возврат по браку. Все это позволяет нашей компании расширить ассортимент и улучшить качество выпускаемой продукции. Турецкие партнеры очень быстро доставили нам образцы тканей. Мы уже заключили первый контракт».

«По качеству, эстетике и актуальности турецкие и китайские ткани, по моему мнению, сегодня на одном уровне, — продолжила **Татьяна Кислицына** из компании «Кислис». — Продукцию турецких производителей от европейского и китайского текстиля отличает прежде всего цена, которая ниже европейской, но выше китайской».

Как продуктивную оценила встречу с турецкими поставщиками **Инна Сизова** из фабрики PRIZ: «Наша компания нашла новых поставщиков в группе костюмных тканей женской одежды. Кроме того, мы возобновили контакты с компаниями, где не было русскоязычных менеджеров. Летний ассортимент был представлен всего одной компанией, но отборку мы все равно сделали. Ткани турецкого производства отлично закрывают для нашей фабрики позиции базовых моделей. Хорошие цены на полизискозу и достойное качество — именно это отличает Турцию от Европы и Китая».

В коллекции PRIZ уже включены ткани, привезенные из Турции, и конечно же, работа на этом не закончится».

Кристина Капитанани из компании «Кристина» обратила внимание на то, что такие встречи на родине производителей позволяют наладить с ними прямые связи: «Все сегменты, которые меня интересовали (хлопок, штапель, вискоза, трикотаж), были представлены в Анталии. Моя цель была — установить контакты и работать с турецкими фабриками без посредников. И цель была достигнута: пятеро поставщиков, которые были мне интересны, прислали хангеры, еще с двумя мы точно будем сотрудничать — они планируют поездку в наш регион для работы с нашими фабриками».

10–13 апреля эксперты медиахолдинга PROfashion посетили 10 фабрик легпрома Туниса, чтобы ознакомиться с их продукцией, особенностями швейного производства страны и представить возможности, которые открываются для местных компаний на российском рынке. Визит состоялся в рамках экспортной программы, разработанной CEPЕХ, Центром продвижения экспорта тунисских производителей. В поездке приняли участие Мария Пантелеева, глава шоу-рума бельевой продукции «ЭльПунто», эксперт с многолетним опытом проведения бизнес-тренингов для руководителей розницы, Юлия Вешнякова, гендиректор консалтинговой компании «Академия Розничных Технологий», практикующий специалист по закупкам коллекции модной одежды, Галина Кузнецова, редактор журнала PROfashion, эксперт по контент-маркетингу в медиа, ритейле и образовании, разработке коммуникационных стратегий и digital-продвижению.

Представители PROfashion посетили предприятия, которые высказали заинтересованность в работе на российском рынке, и рассказали им о возможностях налаживания бизнес-отношений с компаниями нашей страны. Следующим этапом проекта стали встречи тунисских производителей с российскими закупщиками и производителями в Москве и Санкт-Петербурге, а также бизнес-тур делегации РАФИ по фабрикам Туниса.

ПРЕОДОЛЕНИЕ ГРАНИЦ

В ходе общения организаторов РАФИ с представителями локальных предприятий легпрома выяснилось, что некоторые из них заинтересованы в выходе на

европейский рынок. По этой причине РАФИ 27–29 января организовала объединенную экспозицию на Gallery в Дюссельдорфе, в которой впервые в истории выставки приняли участие восемь брендов из России и Казахстана.

Дебют компаний из России и СНГ на выставке в Дюссельдорфе был подготовлен с особой тщательностью. Чтобы наиболее полно представить срез предложения от локальных брендов, РАФИ подбирала участников таким образом, чтобы продемонстрировать спектр товарных категорий в разных ценовых сегментах: от дизайнерской и готовой женской одежды (Lesel, Lautus, MadaM T, Serginnetti), женского трикотажа (Serpeya) до мужской (Truvor) и верхней одежды (Pompa, Zibroo Design). Все эти компании уже давно и стабильно работают на внутреннем рынке, имеют свою обширную целевую аудиторию и желают развиваться за рубежом.

«Наша компания занимается производством женской одежды 15 лет, мы предлагаем широкий размерный ряд, поэтому в России уже завоевали своих клиентов и твердо стоим на ногах, — рассказал **Дмитрий Максимов** из Madam T. — Теперь хотели бы расширить рынки сбыта, поэтому мы здесь, в Дюссельдорфе, где можем показать свой продукт и европейским, и российским байерам, которые сюда приезжают. Нам важно понять, насколько интересен им наш товар».

Николай Хохряков, директор Pompa, тоже отметил, что международная выставка – это эффективная площадка для встречи с байерами и анализа востребованности своего предложения: «Мы производим верхнюю женскую одежду, а также блузы, платья, брюки. Сюда приехали, чтобы выходить на внешний рынок, искать экспортные возможности. До этого мы участвовали в нескольких зарубежных трейд-шоу, во Франции, США, Германии – как правило, удачно. К нам приходило много клиентов – в основном российских, которые о нас не знали, а также из Казахстана, Украины, Белоруссии. Если мы перестаем участвовать в выставках, заказы на коллекции падают – ведь товар недостаточно увидеть на картинке, его нужно потрогать».

Российские участники сошлись во мнении, что получили ценный опыт, который может пригодиться и тем, кто только задумывается о поездке на зарубежное трейд-шоу.

«Мы рассматриваем выставку Gallery как площадку для выхода не только на зарубежных байеров, но и закупщиков из России и стран СНГ, — поделилась гендиректор Lesel **Дарья Язвицкая**. — Lesel позиционируется в качестве эксперта в интеллектуальной моде и имеет репутацию стабильной, надежной компании. В результате участия в Gallery мы возобновили старые связи, установили контакты с новыми партнерами, продемонстрировали готовность для быстрого старта бизнеса на внешнем рынке. Мы участвовали в этой выставке впервые и не строили иллюзий о том, что получим отклик сразу. Но интерес со стороны европейских байеров считаем удовлетворительным. Успешность можно будет оценить через пару сезонов».

Экспоненты из России и Казахстана отметили, что прежде чем принимать решение об участии, необходимо проанализировать, насколько стилистика и ценовой сегмент продукта соотносится с запросами выставки. «Новый рынок на абсорбж не возьмешь, — сказала **Елена Горелова** из Serpeya. — Нужно понимание выставки. Gallery оказалась нерелевантна с нашими премиальным сегментом и стилистическими особенностями. Надо глубже изучать, кому адресована экспозиция. Это нормально, в модной индустрии важны специализация и разнообразие».

Во время выставки Gallery участники делегации РАФИ вели профессиональные разговоры не только с байерами, но и с коллегами-соотечественниками. И пришли к общему выводу: для успешного продвижения российских компаний на внешних рынках нужно объединение трейд-шоу и постоянно действующего шоу-рума.

«Наша основная задача – правильно определить цели, — считает Елена Горелова. — Мы хотим, чтобы нас тут покупали и продавали. Может быть, есть смысл организовать в Дюссельдорфе – как в Милане – шоу-рум, который продает российских дизайнеров. Не всем это под силу, даже самым пассивным бывает сложно объединиться. А если за дело возьмется профессиональная ассоциация, желающих встать в такой шоу-рум найдется много. В первый раз всегда непонятно и сложно. Зато в следующий раз будет легче, понятнее, более прицельно».

Елена Свечникова, гендиректор Zibroo Design, казахстанской компании, вошед-

шей в состав делегации РАФИ, поделилась с участниками собрания опытом подготовки к экспонированию в международной выставке. До Gallery компания уже участвовала в зарубежных трейд-шоу, в частности, в Milano White, где сразу же получила заказы на коллекцию. В основе этого успеха лежала серьезная подготовка. «Мы пригласили европейского бизнес-консультанта **Филиппе Порхашеми**, который сотрудничал со многими известными европейскими брендами, — рассказала Елена Свечникова. — Он отработал с нами все этапы создания, подачи, продвижения коллекции, от индивидуального подхода к стратегии, брендингу, позиционированию, уникального торгового предложения до сегментации и выбора географии экспорта».

Для того, чтобы бренд имел успех на внешнем рынке, необходимо участвовать в выставке как минимум четыре сезона подряд, подчеркнула Елена Свечникова, и всегда быть готовым предоставить потенциальным клиентам лукбук, сделанный в стиле, адекватном для этого рынка, и всю информацию в электронном формате (прайс-листы на английском и национальном языке экспозиции с указанием стоимости доставки). Кроме того, необходимо знать процент пошлины на ввозимую продукцию по предлагаемому компанией ассортиментному ряду и заключить контракт с региональным шоу-румом до того, как приехать на трейд-шоу.

«В чем интерес участия нашей компании в европейских выставках? Если мы сможем соответствовать европейскому уровню требований к презентации продукта, рекламной концепции, дизайну, качеству исполнения, то и на российском, казахстанском рынках у нас найдется свой покупатель», — отметила Елена Свечникова.

В 2018 году РАФИ планирует организовать объединенную экспозицию на трейд-шоу готовой одежды CAF в Алматы. Эксперты рынка отмечают, что Казахстан – перспективный регион для развития бизнеса. Выставку CAF стабильно посещают байеры соседних стран, Кыргызстана, Узбекистана, Туркменистана, которые ищут новые марки. К тому же инвестиции в экспорт продукции на этот рынок намного ниже, чем на европейский. Возможно, коллективная экспозиция участников РАФИ в Алматы станет еще одним шагом к тому, чтобы границ стало меньше. ■

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ ЩЕГОЛЕВ

Кожевенно-обувные предприятия Узбекистана принимают участие в платформе BEE-TOGETHER.ru с первых ее выпусков. Чем интересно российским маркам сотрудничество с узбекскими производителями, рассказывает председатель Ассоциации «Узчарманоат» Сардор Умурзаков (согласно законодательству, председатель Ассоциации «Узчарманоат» приравнивается по статусу к министру Республики Узбекистан).

В мае этого года Постановлением Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Ассоциация «Узбекчармпойабзали» преобразована в Ассоциацию «Узчарманоат». Расскажите, пожалуйста, чем вызвана необходимость этих перемен и как они могут повлиять на развитие легкой промышленности страны.

В развитии отдельных направлений любой сферы экономики прежде всего важен комплексный подход к решению тех или иных задач. В связи с этим мы глубоко изучили состояние конъюнктуры отраслевого рынка в Узбекистане и выявили необходимость в системной работе не только с предприятиями кожевенно-обувного сектора, но и с теми, кто занимается автоматизированным убоем скота, заготовкой и переработкой кожевенного, пушно-мехового и каракулевого сырья, шерсти и производством на их основе готовой продукции. Таким образом, мы получили возможность охватить всю отрасль в целом, начиная от образования шкур и заканчивая выпуском и реализацией широкого спектра кожаных, меховых и шерстяных изделий,



Сардор Умурзаков

отследить имеющиеся проблемы в налаживании внутри- и межотраслевой кооперации и оказывать необходимую поддержку предприятиям любого звена технологической цепочки.

Предприятия, входящие в состав Ассоциации, уже не в первый раз участвуют в BEE-TOGETHER.ru. Чем, на ваш взгляд, платформа помогает в деле налаживания бизнес-контактов и почему ее посетителям интересно сотрудничество с узбекскими компаниями?

Как вы правильно заметили, мы действительно не новички на платформе – вот уже несколько лет подряд наши производители активно работают с российским рынком на BEE-TOGETHER.ru и других выставочных площадках, определяют для себя предпочтения и требования россий-

ского заказчика и судя по тому, что год от года количество участников растет, я могу предположить, что они высоко оценивают потенциал торгово-промышленного сотрудничества с Россией.

В этот раз Ассоциация, помимо обувных компаний, представляет производителей изделий из меха. Как планируется развивать это направление?

Мы уверены, что мех и, в частности, каракуль – одно из перспективнейших направлений развития отрасли. Как вы знаете, в начале прошлого века основная часть мирового поголовья каракулевых овец выращивалась в Узбекистане, в Бухаре, а потом была распространена в Афганистан и Африку. Это говорит о том, что помимо значительных пастбищных территорий мы обладаем оптимальными климатическими условиями



продукта. Компании, однажды рискнувшие сотрудничать с нашими производителями, не жалеют об этом и намерены продолжать и расширять аутсорсинговое сотрудничество с Узбекистаном.

Каким вы видите дальнейшее развитие бизнес-отношений между компаниями России и Узбекистана?

Уровень торгово-производственного сотрудничества между Россией и Узбекистаном очень высок, и я рад констатировать, что в последнее время доля кожевенно-обувного сектора в общем объеме товарооборота между нашими странами растет. Я твердо уверен, что в свете тех возможностей, которые дает нам участие в мероприятиях, подобных платформе BEE-TOGETHER.ru, а

для выращивания каракуля, что само по себе является предпосылкой для развития этого сектора. Сейчас наша Ассоциация совместно с иностранными партнерами прорабатывает возможность кардинального увеличения поголовья каракулевых овец, что позволит нам сформировать устойчивую сырьевую базу, а впоследствии развить процессы его переработки и пошива готовых изделий.

Какие преимущества получают российские компании в производстве на аутсорсинге на узбекских фабриках?

Со своей стороны представители узбекской кожевенно-обувной промышленности в настоящее время могут предложить низкие производственные издержки, высокое качество используемого сырья и что важно – скрупулезность, и я бы даже сказал, перфекционизм при выпуске готового



также в связи с кардинальными реформами в отрасли, которые мы реализуем согласно новому постановлению президента Узбекистана, в ближайшей перспективе у наших с вами производителей будет много общих тем для диалога. Также хочу отметить, что согласно постановлению мы создали внешнеторговую компанию «Узчармимпэкс», миссией которой станет интенсификация отраслевого товаропотока в особенности на российском рынке, имея в виду налаживание прямых деловых связей, маркетинговые исследования и консалтинг, консолидирование поставок различного объема, логистическое и юридическое сопровождение и другие вопросы. ■



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

DOMI FABRIC

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Женская, мужская и детская одежда, одежда для активного отдыха, форма и спецодежда

О КОМПАНИИ

DOMI FABRIC специализируется на выпуске женских и мужских сезонных коллекций на аутсорсинге из трикотажа и текстиля. Производит на давальческом сырье – купальники, пляжную одежду и нижнее белье. Пошив форменной одежды для любого вида бизнеса – ресторанов и отелей, кафе и фастфуда, банков и магазинов, фитнес-клубов и федераций спорта, медицинских учреждений и салонов красоты, одежды для промоакций с нанесением фирменной символики.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Фабрика осуществляет полный цикл производства – от разработки модели до выпуска продукции, контроль качества на каж-

дом этапе. Дизайн и конструирование, подбор ткани и фурнитуры от производителей Италии, Франции, ОАЭ, Германии, Турции и Китая. Система автоматизированного проектирования лекал, градация, распечатка раскладок. Пошив предпроизводственных образцов в экспериментальной лаборатории. Графический дизайн. Собственное производство шелкографии и вышивки. Современное швейное и раскройное оборудование. Производственная мощность – 25 000 единиц в месяц. Склад готовой продукции. Доставка по России в короткие сроки. Среди ключевых клиентов – BAON by Liasan Utiasheva (производство сезонных мужских, женских и лимитированных коллекций осень-зима 2017/18, весна-лето 2018).

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на артикул – 300 ед.
Минимальный заказ на цвет – 300 ед.
Срок производства заказа – 14 дней.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (863) 283-04-84, +7 (863) 209-80-98,
+7 (961) 313-63-31

Email: domibeget@yandex.ru, domi.fabric@mail.ru

Web: www.domifabric.pro

Kristina Kapitanaki



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Kristina

СТРАНА

Россия, Ставропольский край, Георгиевск

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Женская, детская одежда

О КОМПАНИИ

Крупное швейное предприятие с собственным производственным цехом и пятью цехами на аутсорсинге, которые находятся в Подмоскowie. Общая численность рабочих – более 200 человек. Компания выпускает одежду под собственными марками Kristina (масс-маркет) и Kristina Kapitanaki (премиум), которые представлены на крупных интернет-площадках России (Lamoda.ru, Wildberries.ru, KupiVIP.ru, Mamsy.ru) и в сети офлайн-магазинов Fashion House. Предприятие принимает заказы на пошив женской и детской одежды, а также все виды корпоративной, промо-, спецодежды и военной формы. Производственная мощность – от 5000 до 10 000 единиц в месяц. Компания работает как на собственном, так и на давальческом сырье, изготавливает лекала по эскизам заказчика, отшивает образцы, делает градуирование по размерам с помощью программы 3D САПР (при условии заказа по пошиву коллекции в цехе компании). Все заказы, принимаемые от заказчиков, выполняются «под ключ», включая все виды нанесения печати и вышивки. Kristina является постоянным участником Недели моды в Москве.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на партию – 300 единиц.
Минимальный заказ цвет/единица – 3/300.
Время производства заказа – от 3 дней.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (87951) 650-52

Email: kristina-kapitanaki@yandex.ru

Web: www.kristina-fashion.com



LEMMAХ

АУТСОРСИНГ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ OUTSOURCING



48

PROfashion OUTSOURCING 2018



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Lemmax

СТРАНА

Россия

О КОМПАНИИ

Компания Lemmax с 2000 года специализируется на производстве мужской и женской верхней одежды – пальто, куртки (с утеплителем и без) и пуховики. Предприятие выпускает продукцию под собственным брендом Lemmax, а также сотрудничает с другими компаниями, среди которых «Снежная Королева», Bos Bison, Parole by Victoria Andreyanova, Ketroy, HELMIDGE (Англия), MarkGraf (Германия), Escapsule, OFERA, Sergennetti, Дизайн студия Соколова Богородская, CUDGI, Lessis More. Вся продукция – премиум-класса.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Собственное конструкторское бюро, оснащенное САПР, лаборатория, специализированное швейное оборудование – лазерное, вышивальное, пухонабивочное – позволяют производить одежду высокого качества. Среди преимуществ компании: при изготовлении пуховиков применяется посекционная набивка на оборудовании последнего поколения (с минимальной загрузкой пуха в секцию 0,5 г и погрешностью 0,2 г).

Технология усиления швов, разработанная и протестированная Lemmax, а также применение более тонкой и плотной пуходержащей ткани практически полностью исключают миграцию пуха даже после стирки.

В производстве используется гусиный пух. Он более воздушный, чем утиный, и не имеет запаха.

Размерный ряд: 34–74.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Компания предлагает два варианта сотрудничества: аутсорсинг и оптовую продажу.

Аутсорсинг

- Компания выполняет заказы на давальческом сырье, а также осуществляет полный аутсорсинг – от эскиза, фотографии, подбора тканей до готовой продукции.

- Минимальная партия заказа – 80 единиц.

Оптовая продажа

- Оптовые цены при заказе от 15 000 рублей + накопительные скидки постоянным клиентам.

- Возможность закупки неразмерными рядами.

- Доставка оптовых заказов до транспортной компании осуществляется бесплатно.

КОНТАКТЫ

Адрес: Ставропольский край, Георгиевск

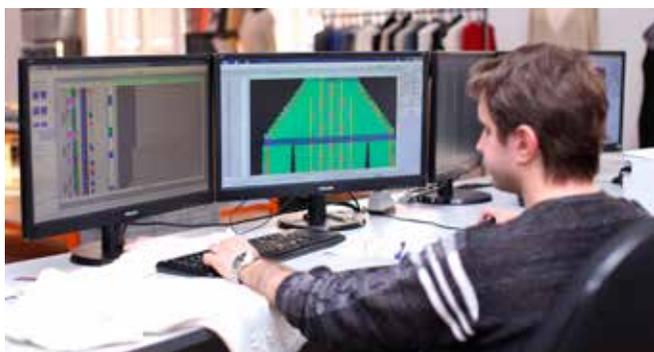
Тел.: +7 (928) 818-77-44, +7 (87951) 6-22-60

Email: info@lemmax.ru

Web: www.lemmax.ru



NELLEX



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Nellex

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Молодежные и классические трикотажные головные уборы, аксессуары и одежда для мужчин и женщин.

О КОМПАНИИ

Nellex основана в 2012 году. В портфель компании входят бренды Vilermo и Regarzo. Компания производит изделия как премиум-класса, так и ориентированные на масс-маркет. «Nellex» располагает своими производственными площадками, на которых размещают заказы известные спортивные марки и бренды Fashion-рынка.

Фабрика Nellex оснащена современным вязальным оборудованием марки Stoll, швейным парком, состоящим из автоматических швейных машин. Широко применяются шелкография (фольгирование), сублимационная печать.

На фабрике используются инновационные технологии: бесшовные свитеры, шапки, снуды, варежки и т. д.

Производственная мощность: более 1 млн единиц продукции в год.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Компания предлагает производство моделей по эскизам клиента.

Разработка образца: 5–10 рабочих дней.

Минимальный заказ на партию: 300 единиц.

Минимальный заказ цвет/единица: 100 единиц.

Действует гибкая система скидок.

КОНТАКТЫ

Адрес: Черкесск, ул. Ленина, 332А

Тел.: 8 (800) 222-25-20, +7 (8782) 27-00-77

Email: info@nellex.ru

Web: www.nellex.com



Prima Woman

50

PROfashion OUTSOURCING 2018



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Prima Woman

СТРАНА

Россия – Китай

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Верхняя женская одежда, женская одежда, изделия из меха и кожи

О КОМПАНИИ

Prima Woman (ООО «ГАРМОНИЯ») – молодая российская марка женской одежды, созданная в 2015 г. Секрет успеха Prima Woman заключается не только в демократичной стоимости и оригинальности моделей, но и в их качестве: уникальные лекала выверены до мельчайших нюансов итальянскими дизайнерами, сырье высочайшего уровня. Модели, контроль качества которых проводится на всех этапах производства, отшиваются на лучшей китайской фабрике с безупречной репутацией, имеющей высокотехнологичное современное оборудование. Благодаря запоминающимся образам

и оригинальным идеям Prima Woman быстро набирает обороты и обретает национальное признание. Компания в ближайшее время планирует расширять ассортимент – платья, костюмы, аксессуары и т. д. Целью Prima Woman является усовершенствование повседневного, но при этом многообразного стиля современных женщин.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Офис: Московская обл., Ленинский р-н, СП Булатниковское, с. Булатниково. Производственные мощности находятся в Китае (Пекин) и Пакистане (Карачи). Компания выпускает текстильные и кожаные куртки, пальто, парки, шубы, меховые жилеты. Все модели созданы на основе российских лекал. Документы на продукцию (чипы, сертификаты). Полная таможенная очистка. Расчеты в рублях с фиксацией цен в момент предзаказа. Собственный шоу-рум со всем ассортиментом (более 1000 ед.). Склад с минимальным остатком в 20 000 ед. 100%-ная гарантия качества.

КОНТАКТЫ:

Тел.: +7 (963) 773-38-51

Email: opt@primawoman.me

Web: primawoman.me

AKOS

СТИЛЬ НАЧИНАЕТСЯ С МЕЛОЧЕЙ



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«АКОС ТЭКС»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ТОВАРА

Чулочно-носочная продукция

О КОМПАНИИ

Основанная в 2003 году фабрика «АКОС ТЭКС» реализует чулочно-носочную продукцию для мужчин, женщин и детей под марками AKOS и Nuvole, выпуская до 20 000 000 пар в год. В ассортименте – колготки, гольфы, носки и подследники. Среди основных клиентов – Auchan, Decathlon, METRO Cash and Carry, Магнит, Карусель, Sela, InCity, Ozon, WildBerries.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

В 2014 году предприятие прошло сертификацию EAC, работает по ГОСТу. Среднемесячная мощность – до 1 500 000 пар.

Компания оснащена парком вязальных машин итальянской компании Lonati, итальянским оборудованием для формовки и автоматической упаковочной линией Autotex. Осуществляется как массовое производство, так и изготовление под СТМ заказчика.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на партию: регулярная продукция – 30 000 рублей; СТМ – 150 000 рублей (200 пар на цвет/размер). Время разработки образца – от 7 до 21 рабочего дня. Вся продукция имеет глубокое штрих-кодирование (артикул/цвет/размер). Собственный склад позволяет резервировать и хранить продукцию отдельно для каждого заказчика. Предоставляются индивидуальные схемы скидок и условий сотрудничества.

КОНТАКТЫ

Адрес: Московская область, г. Старая Купавна, ул. Дорожная, 12к, корп. 1

Тел.: +7 (495) 604-11-50

Email: akosteks@akosteks.ru

Web: www.akosteks.ru



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Анатель»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ:

Нижнее белье, трикотажные изделия

О КОМПАНИИ

«Анатель» (ИП Сафронова Полина Леонидовна) занимается производством изделий из трикотажных полотен машинной вязки. Компания выпускает: женские трусы, майки, сорочки, леггинсы, бюстгалтеры, мужские трусы, майки, домашнюю одежду. Минимальный заказ – 30 единиц одного цвета/размера/артикула. Производственная мощность в месяц – от 10 тыс. до 30 тыс. единиц.

КОНТАКТЫ:

Тел.: +7 (905) 402-03-13

Email: klen454@mail.ru





Intri



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Интри Стиль»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Нижнее белье

О КОМПАНИИ

Компания «Интри Стиль» – производитель качественного нижнего белья. Фабрика расположена в Тверской области, г. Калязин. Это единственное действующее предприятие России, которое выпускает хлопковое белье по-настоящему высокого класса. Фабрика производит нижнее белье с 2004 года, за это время накоплен колоссальный опыт, который основан на постоянном изучении спроса потребителей. «Интри» гарантирует качество своей продукции, потому что имеет современное технологическое оборудование.

Нижнее белье компании продается во всех городах России: широкая оптовая дистрибьюторская сеть, «Интри» работает с торговыми сетями федерального и регионального значения. Каждому клиенту может предложить индивидуальные условия, поэтому цены только по запросу. Бесплатная доставка по Москве и до любой транспортной компании. Широкий выбор кружевных и хлопковых моделей от 42-го до 62-го размера. В ассортименте: «классика», «невидимки», корректирующее белье, мужская классика.

Выставочный зал образцов и продажа готовых изделий:
Москва, ул. Орджоникидзе, 11.

Минимальный заказ на пошив изделий – 10 000 ед.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (495) 234-41-80

Email: info@intri.ru

Web: www.intri.ru



Nais



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Nais

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Детские и взрослые головные уборы, вязанные трикотажные изделия

О КОМПАНИИ

Фабрика Nais (ООО «Найс») – отечественный производитель детских, молодежных, женских головных уборов и вязанных трикотажных изделий. Компания зарекомендовала себя как торговая марка, которая предлагает всегда актуальные изделия с традиционно высоким качеством и доступными ценами.

Сегодня фабрика Nais – это:

- **безопасность** – в производстве товаров применяются экологически чистые и безопасные для здоровья детей материалы и пряжа (производства Италии, Германии, Турции);
- **технологии** – современное немецкое, итальянское, японское оборудование (Stoll, Shima Seiki, Juki, Comel);
- **квалифицированный персонал** – более 80 сотрудников, ежегодно проходящих повышение квалификации, в том числе за рубежом;
- **стиль** – разнообразие форм, оригинальность вышивок и цвето-

вых гамм; компания экспонируется и посещает ежегодные выставки (Pitti Filati, CPM, CJF);

- **качество** – внедрение двухэтапной системы контроля качества позволило свести к минимуму риск поступления на рынок бракованных изделий под брендом Nais;
- **доступность** – конкурентоспособные цены при высоком качестве товаров;
- **производительность** – 50 тыс. изделий в месяц;
- **новинки** – выпускается до 400 новых моделей в год;
- **преимущества** – сертификация и штрихкодирование по международной системе штрихового кодирования продукции в общеевропейском формате EAN 13;
- **гарантия бесперебойных поставок** – компания работает более 12 лет и предлагает налаженную систему сотрудничества.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на партию – 500 ед.

Минимальный заказ цвет/единица – 100 ед.

Время производства заказа – от 7 рабочих дней.

Фабрика Nais самостоятельно занимается разработкой конструкции и технологии обработки выпускаемой продукции.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (928) 350-00-03 (приемная),

+7 (495) 128 04-77, +7 (918) 711-77-11 (отдел продаж)

Email: nais-fashion@yandex.ru

Web: www.nais-fashion.ru

OPTIMIST.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Оптимист»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Мужская, женская одежда обычных и больших размеров 2-й и 3-й группы, трикотажные изделия, платья, блузки, брюки, верхняя одежда, школьная форма, спортивная форма, корпоративная одежда (с вышивкой логотипов нитками или нанесением принтов).

О КОМПАНИИ

ООО «Оптимист» – это швейное производство в Екатеринбурге, оснащенное современным швейным японским оборудованием. Специализируется на пошиве мужской и женской одежды 2-й и 3-й группы, от 44-го до 74-го размера. Выпускает как трикотажные изделия, так и продукцию швейно-тканевой группы, платьечно-блузочной группы, спортивную и корпоративную одежду, изделия разной сложности.

Производит широкую линейку одежды больших размеров собственных зарегистрированных торговых марок Anne Simolise для женщин и HEIMAT для мужчин.

Каталоги можно посмотреть и скачать на главной странице на сайте компании www.optimist-factory.com

Производственная мощность в месяц: 1–5 тысяч единиц в зависимости от ассортимента.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Гарантия и залог качества работы компании – это дружный и слаженный коллектив профессиональных швей. 20 человек. Произ-

водство с полным завершённым циклом: приемка ткани и фурнитуры на склад, лекал в электронном виде, раскройный цех, отдел контроля качества, ВТО, упаковка готовой продукции. Предприятие оснащено прямострочными машинами JUKI, спецмашинами, в том числе оверлоками трех-, четырех-, пятиниточными, машиной «цепной стежок» для обработки «шов в замок», петельными (прямая петля, глазковая петля), пуговичными, плоскошовной и подшивочной, машиной PUNTO для имитации ручного стежка, вышивальной машиной HAPPY, прессами для установки металлофурнитуры. Конструктор работает в САПР АССОЛЬ (самая полная последняя версия, имеется широкоформатный плоттер DOT 180 (ширина рулона – 180 см).

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

ООО «Оптимист» принимает заказы на пошив разных марок одежды на давальческом сырье. Минимальный заказ на партию – 200 единиц на артикул. Минимальный заказ цвет/единица – 40–50 единиц. Возможность разработки моделей «под ключ», с предоставлением тканей/фурнитуры (Турция). При согласовании стоимости и сроков пошива выполняется образец изделия. Срок производства заказа – от 5 дней. Доставка готовых изделий осуществляется ТК «СДЭК» и «Деловые Линии» 2–5 дней по России.

КОНТАКТЫ

Алексей Плавинский, директор ГК «ОПТИМИСТ»

Адрес: Россия, Екатеринбург, ул. Белинского, 84

Тел.: +7 (343) 287-70-10, **Gsm** +7 (903) 086-43-66

Email: hello@optimist-factory.com

Web: www.optimist-factory.com

Интернет-магазин: www.optimist-factory.com/shop

Facebook: [OptimistPlusSize/](https://www.facebook.com/OptimistPlusSize/)

Instagram: [optimistplussize_ekb/](https://www.instagram.com/optimistplussize_ekb/)

Подиум-Р

швейное производство



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Подиум-Р»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Женская одежда, детская одежда

О КОМПАНИИ

Швейное производство «Подиум-Р» (Рязань) специализируется преимущественно на женской и детской одежде. Штат предприятия состоит из хорошо подготовленных, ответственных специалистов, что позволяет быстро и качественно выполнить полный цикл производства.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Предприятие «Подиум-Р» – это конструкторский отдел, раскройный и пошивочный цеха, отлаженная система логистики материалов и готовой продукции. Фабрика располагает двумя современными раскройными комплексами Gerber, а также профессиональным швейным оборудованием, которое позволяет добиваться высокого уровня качества изделия. Производственные мощности фабрики – более 40 000 единиц продукции в месяц.

Минимальный заказ на партию – 100 единиц.

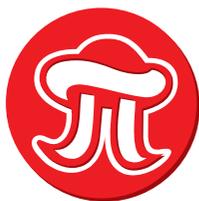
КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (495) 777-98-05, 8 (800) 777-98-05

Email: info@podiumsrf.ru

Web: www.podiumsf.ru





ООО "ПРОГРЕСС"

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ВЕРХНЕЙ
ОДЕЖДЫ ИЗ КОЖИ И МЕХА С 1987 ГОДА

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ООО «Прогресс»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Верхняя одежда из кожи и меха

О КОМПАНИИ

«Прогресс» – уникальное предприятие полного цикла. Вот уже 30 лет коллектив предприятия неустанно совершенствуется в производстве модной и качественной верхней одежды из меха и кожи. Верхняя одежда из натуральной кожи, дубленки, меха высокого качества производятся с использованием скорняжного и швейного оборудования, соответствующего мировым стандартам производства меховых и кожаных изделий. Основные клиенты компании – сетевые магазины. Выставочный зал образцов насчитывает более 100 моделей собственной разработки. Принимаем заказы на серийный пошив от дизайнеров, работаем на давальческом сырье.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность – 1500 единиц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на партию – 30 единиц.
Минимальный заказ на цвет – 4 единицы.

КОНТАКТЫ

Адрес: Ставропольский край, г. Лермонтов

Тел.: +7 (879) 353-13-51,

+7 (905) 446-95-29

Email: progress-mex@mail.ru

Web: progress-fur.ru, progress-rus.com





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Росттекстиль»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Спецодежда, форменная одежда, классическая мужская, женская, детская одежда, школьная форма

О КОМПАНИИ

«Росттекстиль» – современное производственное объединение, более 20 лет представленное на рынке швейной промышленности России. Компания специализируется на производстве высококачественной специальной одежды и обуви для специалистов различных отраслей промышленности, форменной одежды для ведомственных структур, классической мужской, женской и детской одежды, школьной формы. Компания зарекомендовала себя как современное производственное объединение с мощной кадровой и технической базой. «Росттекстиль» сегодня – это:

- собственное современное производство;
- полный технологический цикл изготовления одежды, от разработки фирменного стиля до пошива готовых изделий;
- качество продукции, соответствующее современным требованиям;
- надежность в соблюдении сроков выполнения заказов.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственные мощности компании – это две полностью автоматизированные фабрики на территории России. Площадь производства: 16 000 м²

Количество цехов: 1 экспериментальный цех, 2 раскройных, 3 швейных, 1 цех ВТО.

Производственные мощности: до 60 000 единиц в месяц; до 3000 единиц в смену.

Оборудование: современное оборудование ведущих американских и европейских производителей (Gerber, Kannegiesser, Indupress, Durkopp Adler).

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Компания работает с юридическими лицами и ИП на территории России и ближнего зарубежья. Прием заказов осуществляется как на контрактной основе, так и по давальческой схеме. Условия работы обсуждаются индивидуально.

КОНТАКТЫ

Адрес: Москва, Ленинградское ш., 69, корп. 1, офис 46 (головной офис)
Ульяновск, Нижний Новгород (производство)

Тел.: +7 (495) 933-72-32

Email: info@rosttextil.ru

Web: rosttextil.ru





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Фабрика нетканых материалов «Весь Мир»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Нетканые материалы

О КОМПАНИИ

Фабрика нетканых материалов «Весь Мир» (г. Подольск, Московская область), основанная в 2000 году, является сегодня одним из лидеров российской текстильной промышленности по производству высокотехнологичных утепляющих материалов. Следуя курсом на импортозамещение, компания занимается разработкой, производством и продажей нетканых полотен для различных отраслей промышленности, являясь производителем не только утепляющих материалов для швейной промышленности, но и фильтровальных полотен, сорбентов для нефтяной промышленности, наполнителей для мебели и матрасов и шумоизолирующих материалов для автопрома. Используемые инновационные технологии сделали возможным создание единственного в России утеплителя из ультратонких волокон торговой марки Shelter® (Шелтер®) для высококачественной спортивной, детской, модельной одежды, спальников, форменной военной одежды, а также специальной рабочей одежды для защиты от холода. Утеплитель Shelter® поставляется в рулонах. Минимальная партия – рулон.



КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (495) 924-55-66

Email: sh@wesmir.com

Web: www.sh.wesmir.com, www.wesmir.com





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Экотекс»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Детская одежда

О КОМПАНИИ

«Экотекс» – основанный в 1993 году производитель швейных изделий в странах СНГ, России и Турции. В состав компании входит четыре предприятия: Бишкекская швейная фабрика «Наристе» (Кыргызстан), Наманганская швейная фабрика «Дилрабо-СДА» (Узбекистан), Стамбульская швейная фабрика «ЭФЭ» (Турция), Московская швейная фабрика «Экотекс» (Россия).

Производится весь детский ассортимент для возраста 0–14 лет: нижнее детское белье, пижамы, сорочки, платья, сарафаны, лосины, брюки, шорты, толстовки, свитшоты, водолазки, костюмы. Также компания выпускает ясельную группу изделий: распашонки, ползунки, комбинезоны, боди, конверты, шапки.

Среди клиентов «Экотекс» – крупные федеральные и региональные сети, интернет-магазины.

О ПРОИЗВОДСТВЕ В РФ

Мощности московской швейной фабрики – 30–50 тысяч единиц готовой продукции в месяц. Вся продукция имеет сертификаты соответствия РФ.

Парк оборудования: 60 швейных машин марки JUKI, а также специальные – вышивальная электрическая машина TMAR-K1506C (450*360)S, лазерный плоттер для текстильных материалов, электрическая машина для вышивки пайетками Sequin Device III L3/7 мм.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Московская фабрика компании предлагает услуги по пошиву и разработке моделей детской одежды при минимальном заказе от 500 штук на размер.

Время разработки образца 1–3 дня.

Время производства одного заказа – от одной недели до месяца. Минимальный заказ на партию – 2000 единиц.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (926) 356-77-94, +7 (963) 606-70-65

Email: ecotextile2016@mail.ru

Web: www.wonderlandiya.ru, www.kidslania.com, vk.com/kidslania

СМАРТ-Т



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Смарт-Т»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Оборудование для цифровой струйной печати

О КОМПАНИИ

Компания «Смарт-Т», лидер с 15-летним стажем на рынке текстильных технологий, представит обширную экспозицию оборудования для печати на натуральных и синтетических тканях. Участники и гости мероприятия смогут наглядно ознакомиться с современными технологиями цифровой текстильной печати, опробовать собственные материалы и дизайны, получить консультацию наших специалистов.

Флагманом экспозиции станет текстильный плоттер Mimaki Tх300P-1800 для печати на натуральных тканях. Сфера применения данного оборудования невероятно широка: производство одежды, домашнего текстиля, мебельных тканей и многого другого. Плоттер Tх300P-1800 будет работать на текстильных пигментных чернилах TP400 в расширенной семицветной конфигурации «MRBICYLkKK». Данная цветовая схема обеспечивает непревзойденные результаты прямой печати на натуральной ткани, которые по своей яркости, насыщенности и глубине оттенков не уступают отпечаткам, сделанным активными чернилами. Идеальным решением для печати на синтетических тканях является самый доступный на рынке сублимационный комплекс стоимостью менее 15 тыс. евро. Компактный текстильный плоттер Mimaki TS30-1300, установленный в линию с каландровым термопрессом TitanJet GTM-44, позволяет выйти на современный рынок высококачественной сублимационной печати даже малым

предприятиям с самым скромным бюджетом – швейным ателье, салонам моды, дизайн-студиям и рекламным агентствам. Также для посетителей будут наглядно продемонстрированы все преимущества футбольного принтера Polyprint TexJet echo. Превосходные яркие и насыщенные отпечатки с белым цветом на цветных футболках наверняка привлекут внимание большинства гостей, удивляя всех простотой и скоростью работы принтера.

КОНТАКТЫ

Адрес: Москва, ул. Шарикоподшипниковская, 13, стр. 46

Тел.: +7 (495) 663-91-11

Email: info@smart-t.ru

Web: www.smart-t.ru



Проект «ЮНИДО» одежда, Армения

КОНТАКТЫ

Email: araksya@yandex.ru

Web: www.5900bc.com

www.facebook.com/unidoarmeniaclothing

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

LIDA FIRMA

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Пиджаки, сорочки, костюмы, униформа

О КОМПАНИИ

Компания основана в 1988 году.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность: 50 000 пиджаков, 45 000 брюк, 50 000 сорочек в год.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа (в сезон) – 2500 единиц; минимальное количество при заказе – 500 единиц.

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

T-INDUSTRY

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Школьная форма, спецодежда, рубашки, брюки, юбки, куртки, пиджаки

О КОМПАНИИ

ЗАО T-Industry основано в 2007 году.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственные мощности фабрики: 2000 единиц в неделю, 20 000–40 000 в месяц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа – 1000 единиц. Срок выполнения заказа – неделя.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

NANMAN

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Джинсовая одежда: брюки, куртки; дутые куртки; спецодежда

О КОМПАНИИ

ООО «Нанман», созданное в 2003 году, специализируется на производстве джинсов, джинсовых курток, спецодежды, дутых курток.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Мощность производства – 45 тыс. единиц в год по каждому направлению.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа (в сезон) – 5000–80 000 единиц; минимальное количество при заказе – 300–2000 единиц. Срок выполнения заказа – 2–3 месяца.



Проект «ЮНИДО» одежда, Армения



КОНТАКТЫ

Email: araksya@yandex.ru

Web: www.5900bc.com

www.facebook.com/unidoarmeniaclothing

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ALEX TEXTILE

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Чулочно-носочные изделия; трикотажные изделия; сорочки

О КОМПАНИИ

Основанная в 2015 году Alex Textile – одна из крупнейших текстильных компаний в Армении. Производство компании состоит из двух направлений: производство носков и швейная промышленность. Alex Textile предлагает широкий выбор продукции: чулочно-носочные изделия, рубашки, нижнее белье для мужчин и женщин различных цветов и размеров. Также специализируется на создании качественной одежды для детей на разные стили и вкусы. Благодаря третьему поколению произ-

водственной линии итальянской компании Lonati процесс шитья носков осуществляется без швов с самого начала до конца. Alex Textile использует только высококачественное сырье для того, чтобы обеспечить лучшую продукцию, соответствующую европейским стандартам. Фабрики компании полностью оснащены современным высокотехнологичным оборудованием таких мировых брендов, как японский Pegasus, Juki, Kansai, немецкий Bullmer и другие.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Среднемесячный объем производства: трикотаж – 500 тыс. единиц, сорочки – 26 тыс. единиц, вязанные изделия – 90 тыс. единиц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа для трикотажных изделий – 1000 единиц. Срок выполнения заказа – 3 недели.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

LENTEX

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Чулочно-носочные изделия; трикотажные изделия; верхняя одежда

О КОМПАНИИ

ООО «Лентекс» основано в 2002 году. Компания является одним из крупнейших производителей носков и колготок в Армении, выпускает также трикотажные изделия и верхнюю одежду.

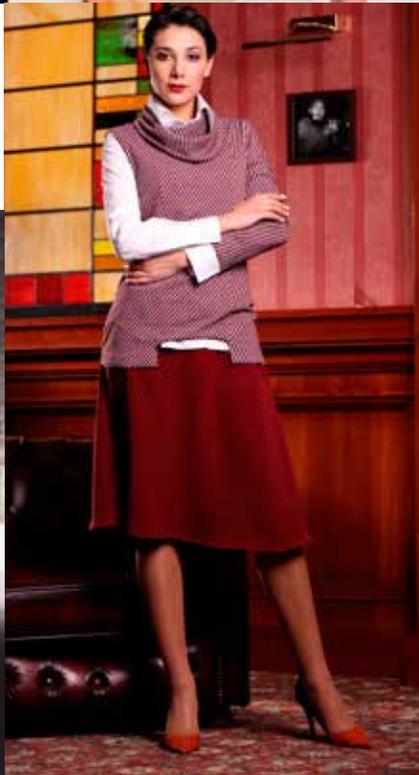
О ПРОИЗВОДСТВЕ

Среднегодовая производственная мощность предприятия: 9 млн чулочных изделий, 5 млн – носочных, 700 тыс. – трикотажных.



УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа для трикотажных изделий – 1000 единиц. Срок выполнения заказа – неделя.



Проект «ЮНИДО» одежда, Армения



КОНТАКТЫ

Email: araksya@yandex.ru

Web: www.5900bc.com

www.facebook.com/unidoarmeniaclothing

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

VOSKE KAR

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Трикотажные изделия

О КОМПАНИИ

Основанное в 2010 году ООО «ВОСКЕ КАР» выпускает корпоративную и промоодежду, спецодежду и униформу, белье и одежду для детей и женщин, белье специального назначения.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственные мощности фабрики: 80 000–150 000 ед.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа (в сезон) - 500-1000 ед.; срок выполнения заказа - 1-3 месяца.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

KAMMSI

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Мужские и женские рубашки

О КОМПАНИИ

Компания основана в 2012 году.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность - 300 ед. в месяц.



УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа - 100 ед.
Срок выполнения заказа - 20 дней,
10 ед. в день.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ASTELLE

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Женская, мужская и детская одежда

О КОМПАНИИ

Компания основана в 2007 году.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность - 3000–5000 ед. в месяц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа - 20 ед.
Срок выполнения заказа - 1–2 недели.



МЕЖДУНАРОДНАЯ
БИЗНЕС-ПЛАТФОРМА

BEE-TOGETHER.ru

АУТСОРСИНГ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Место проведения:
Москва,
отель «Рэдиссон Славянская»
площадь Европы, 2

**14-15 ноября
2018 г.**

Встречи между
фабриками и российскими
и зарубежными брендами

5-я МЕЖДУНАРОДНАЯ БИЗНЕС-ПЛАТФОРМА
ПО АУТСОРСИНГУ ДЛЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Салоны бизнес-платформы



К участию приглашаются фабрики, заинтересованные в привлечении
клиентов для размещения заказов!

www.bee-together.ru

Организатор: Русская ассоциация
участников фешен-индустрии (РАФИ/РАФИ)



Генеральный информационный
партнер – b2b-журнал PROfashion



Партнер



РЕКЛАМА

Проект «ЮНИДО» одежда, Армения



КОНТАКТЫ

Email: araksya@yandex.ru

Web: www.5900bc.com

www.facebook.com/unidoarmeniaclothing

66

PROfashion OUTSOURCING 2018

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

BAZUM FIRM

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Верхняя одежда (пуховики, куртки); спортивная одежда; униформа

О КОМПАНИИ

Компания Bazum Firm была основана в 1928 году, является производителем женской, мужской и детской верхней одежды, спортивной одежды и униформы для различных европейских брендов. Среди ключевых клиентов – Moncler, Roberto Cavalli и т. д.



О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность предприятия – 30 000–35 000 единиц в месяц (пуховики).

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа – 1000 единиц. Срок выполнения заказа – неделя.

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ARMTEX GROUP

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Трикотажные изделия (полотенца, халаты; женское, мужское, детское нижнее белье и домашняя одежда; рабочая одежда)

О КОМПАНИИ

Компания основана в 2000 году. 90% продукции экспортируется в Канаду, США и Россию, 10% реализуется на местном рынке. Компания сотрудничает со всемирно известными брендами, такими, например, как Walmart, Target, Happy Kids, Yves Martin и Cherokee.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Среднегодовая производственная мощность фабрики: детский трикотаж – 200 тыс. ед., женское белье – 500 тыс. ед., мужское белье – 2 млн ед., халаты – 30 тыс. ед., полотенца – 1 млн ед.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальное количество при заказе – 1000 ед. Срок выполнения минимального заказа – 1 месяц.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

HELLO

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Колготки, носки; трикотажные изделия: женская домашняя одежда, мужское, женское и детское нижнее белье

О КОМПАНИИ

ООО «Хелло» основано в 2008 году. Предприятие выпускает чулочно-носочные изделия, белье и одежду для мужчин, женщин и детей.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственные мощности фабрики: 35 000–50 000 трикотажных изделий в месяц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа – 1000 единиц. Срок выполнения заказа – неделя.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

LOOM WEAVING

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Вязаный трикотаж: женские кардиганы, свитеры, жакеты, платья, юбки, топы, шарфы, шапки, брюки, жилеты и другие аксессуары

О КОМПАНИИ

ООО LOOM Weaving работает на рынке с 2014 года и специализируется на производстве вязаных трикотажных изделий. Марка создает вязаные изделия, перемешивая армянскую традиционную рукодельную вышивку с современной техникой, в результате получая удобную и красивую, яркую и практичную, интересную и ультрамодную одежду.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность: 1000–1500 изделий в месяц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа – 100 единиц.



Проект «ЮНИДО» одежда, Армения

КОНТАКТЫ

Email: araksya@yandex.ru

Web: www.5900bc.com

www.facebook.com/unidoarmeniaclothing

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

**KANAKERI GARMENT
FACTORY**

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Униформа, спецодежда; костюмы, брюки, сорочки, куртки, плащи

О КОМПАНИИ

Предприятие, созданное в 1960 году, специализируется на производстве униформы и спецодежды, а также осуществляет пошив на заказ костюмов, брюк, сорочек, зимних и демисезонных курток, плащей.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность фабрики позволяет ежегодно выпускать 72 тыс. брюк, 85 тыс. сорочек, 51 тыс. курток, 34 тыс. плащей. Также предприятие оснащено оборудованием для нанесения принтов CE 6000-UM-8M2.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа в сезон – 40 тыс. единиц. Срок выполнения заказа – 3 месяца.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ARS-FINE

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Униформа и корпоративная одежда (одежда для работников сферы медицины, общественного питания, гостиничного бизнеса и пр.), школьная форма; женская и мужская одежда: костюмы, пиджаки, сорочки, брюки, юбки

О КОМПАНИИ

ООО «Арс-Файн» было основано в 2002 году.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Ежегодная производственная мощность:
15 000–20 000 пиджаков,
80 000–100 000 брюк,
100 000–150 000 сорочек.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа (в сезон) – 20 000–25 000 единиц; минимальная партия заказа – 1000 единиц.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

SATENKAR

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Трикотажные изделия

О КОМПАНИИ

ООО «САТЕНКАР» работает с 2002 года и специализируется на выпуске трикотажных изделий. Компания выпускает продукцию под брендом «Меланте».

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Мощности предприятия позволяют выпускать 2500 единиц в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Объем минимального заказа (в сезон) – 200 000 единиц. Минимальное количество при заказе – 1000 единиц.



Проект «ЮНИДО» обувь, Армения

КОНТАКТЫ

Email: araksya@yandex.ru

Web: www.5900bc.com

www.facebook.com/unidoarmeniaclothing

Проект ЮНИДО «Повышение конкурентоспособности экспортно ориентированных отраслей промышленности Армении за счет модернизации и расширения доступа к рынкам» в сотрудничестве с правительством Армении поддерживает осуществление стратегии экспортно ориентированной политики в сферах обувной и текстильной промышленности, в рамках которой стимулируются конкурентоспособность и увеличение объемов экспорта промышленной продукции.

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

SALI

О КОМПАНИИ

Производство кожаной обуви, ремней, сумок и аксессуаров ручной работы. Мощность – 100 пар ручной работы в день. Компания располагает сетью из пяти фирменных магазинов.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 600 пар одной модели.
Срок выполнения заказа – 2 недели.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

LUXE

О КОМПАНИИ

Производство детской готовой обуви – 150 пар в день, заготовок к обуви – 5000 в месяц на экспорт.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 600 пар одной модели.
Срок выполнения заказа – 10 дней.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

YEGHVARD SPORTS SHOES FACTORY

О КОМПАНИИ

Производство спортивной обуви методом прямой инъекции подошвы. Объем экспорта – 4000 пар в месяц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 600 пар одной модели.
Срок выполнения заказа – 3 дня.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ELMA SHOES

О КОМПАНИИ

Производство мужской и женской обуви – 150 пар в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 80 пар одной модели.
Срок выполнения заказа – 7 дней.



Проект «ЮНИДО» обувь, Армения

КОНТАКТЫ

Email: araksya@yandex.ru

Web: www.5900bc.com

www.facebook.com/unidoarmeniaclothing

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

SIMONA

О КОМПАНИИ

Производство – 100 пар в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 300 пар одной модели.

Срок выполнения заказа – 7 дней.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ARMOS

О КОМПАНИИ

Производство – 30 пар модельной обуви в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 100 пар.

Срок выполнения заказа – 10 дней.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ВЕВЕТТА

О КОМПАНИИ

Производство – 50 пар в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 300 пар.

Срок выполнения заказа – 10 дней.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

LUNA

О КОМПАНИИ

Производство – 100 пар в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 300 пар одной модели. Срок выполнения заказа – 7 дней.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

МАХОЛЕ

О КОМПАНИИ

Производство – 30 пар модельной обуви в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 100 пар. Срок выполнения заказа – 10 дней.



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

AVA SHOES

О КОМПАНИИ

Производство мужской и женской обуви – 50 пар в день.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ – 300 пар одной модели. Срок выполнения заказа – 10 дней.





ELIZ

SINCE 1928



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ELIZ

СТРАНА

Беларусь

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Мужские и детские сорочки, блузки, аксессуары

О КОМПАНИИ

Основная специализация предприятия, ведущего отсчет истории с 1928 года, – пошив мужских и детских сорочек, женских блузок, изделий из льна. ELIZ – единственный в Беларуси производитель стильных аксессуаров: мужских и детских галстуков, бабочек, шейных платков, кашне. Мы принимаем заказы на пошив корпоративной и форменной одежды. Среди клиентов – известные торговые сети, рестораны, гостиничные комплексы, силовые структуры, железная дорога, авиакомпании, финансовые учреждения. Продукция ELIZ выпускается под торговыми марками Tino Aretty, Leonardo, Eliz Grand, Person, Silver Grey. Она широко известна как на отечественном рынке, так и за рубежом.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Компания ELIZ самостоятельно занимается полной разработкой конструкции и технологии обработки выпускаемой продукции. Начиная с образца или эскиза изделия, специалисты экспериментального цеха создают индивидуальные шаблоны для пошива мужских и детских рубашек, женских и девичьих блузок, одежды из льна, аксессуаров. Весь комплекс работ выполняется при помощи системы автоматизированного проектирования Gerber. Предприятие ELIZ оснащено современным оборудованием лучших мировых производителей: Juki, Pfaff, Kannegiesser, ETON, Lectra, Oshima, Rotondi, Veit.

Среднегодовой объем производства – более 800 тыс. ед.
Производственная мощность в месяц – 40 тыс. ед.

КОНТАКТЫ

Адрес: Республика Беларусь, г. Дзержинск, ул. Фурманова, 2

Тел.: + 3751716 5-55-66 (приемная),

+ 3751716 5-63-12 (отдел сбыта)/5-59-40/5-57-93

Email: customer@eliz.by

Web: www.eliz.by

OVAL фабрика вязаного трикотажа



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

OVAL

СТРАНА

Беларусь

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Вязаный трикотаж, швейные изделия из трикотажного полотна

О КОМПАНИИ

Компания OVAL (создана в 1995 году) производит вязаный мужской, женский и детский трикотаж, а также изготавливает пиджаки и рубашки-поло из трикотажного полотна. Предприятие выполняет заказы других компаний, включая разработку коллекций.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Фабрика располагает следующим оборудованием: компактные вязальные машины STOLL 5-го, 7-го, 12-го и 14-го класса, вязальные машины STOLL с бесшовной технологией, классы 6.2, 7.2 и 9.2; промышленное стиральное и сушильное оборудование; специализированные итальянские паровые прессы; японское вышивальное оборудование BARUDAN; 29 котельных машин с 5-го по 18-й класс. Предприятие самостоятельно заказывает пряжу у ведущих итальянских производителей. В настоящий момент наиболее используемые: 50% шерсть, 50% акрил (самая экономичная по цене); 100% extra fine merino wool; Lambswool (100% шерсть или 80% шерсть 20% ПА); 100% mako cotton или 100% pima cotton; объемная пряжа с содержанием альпака; 100% кашемир. Из данных типов пряжи компания может быстро изготовить необходимые образцы. Производственная мощность – около 9000 единиц в месяц.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (977) 717-77-71

Email: info@oval.by

Web: www.oval.by





Производство модной детской одежды

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Жлобинская швейная фабрика

СТРАНА

Беларусь

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Детская, женская, мужская одежда, спецодежда, форменная

О КОМПАНИИ

Жлобинская швейная фабрика (с 1993 года входит в состав концерна «Беллегпром») выпускает одежду для детей всех возрастных групп (товарный знак «ФРАНТИШКА»): одежду делового стиля для мальчиков и девочек; курточный ассортимент (комбинезоны, куртки, брюки, полукомбинезоны, ветровки, пальто, плащи); летние платья и сарафаны для девочек, шорты и бриджи для мальчиков. Производственная мощность – 140 тыс. единиц в год.

Фабрика оказывает услуги по пошиву швейных изделий на условиях переработки давальческого сырья (одежда детская, женская, мужская, спецодежда, форменная). Основные клиенты – «Арктилайн», ППО «Орбита», МПШО «Смена», «Динамика», «Синерджи Ритейл». Минимальный заказ на партию – 500 единиц.

Возможно изготовление вышивок на изделиях, имеется опыт изготовления изделий с пуховыми пакетами.

КОНТАКТЫ

Адрес: Гомельская область,
г. Жлобин, ул. Петровского, 17

Тел.: +7 (02334) 316-55 (директор);

+7 (02334) 318-29 (гл. инженер);

+7 (02334) 317-97 (секретарь)

Email: dir@fabric.by,

sekretar@fabric.by, wes@fabric.by

Web: fabric.by



comintern



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ОАО «Коминтерн»

СТРАНА

Беларусь

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Мужская, детская одежда

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Предприятие ОАО «Коминтерн» – лидер в производстве мужских костюмов в Беларуси – основано в 1919 году. Специализируется на выпуске мужского и детского ассортимента (для мальчиков): костюмов, пиджаков, жилетов и брюк. На предприятии осуществляется полный цикл производства – от разработки модели до выпуска продукции; контроль качества на каждом этапе согласно ГОСТам. В 2016 году был проведен социальный аудит на соответствие требованиям Кодекса деловой этики BSCI (www.bsclplatform.org).

Предприятие оснащено современным высокопроизводительным швейным и раскройным оборудованием, выпущенным в Германии, США, Италии, Японии, Англии. Передовые технологии позволяют выпускать конкурентоспособную продукцию на внутренний рынок, а также выполнять заказы стран ближнего зарубежья на основе давальческого сырья (Россия, Польша, Голландия, Великобритания).

Производственная мощность предприятия – 30–35 тыс. единиц в месяц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ: 10 единиц на размер, 300 единиц на модель. Осуществляется полный аутсорсинг – от разработки модели до выпуска продукции – при минимальном заказе 800 единиц.

Срок исполнения заказа: 3–8 недель.

Оплата в российских рублях, долларах США, евро.

КОНТАКТЫ

Адрес: Республика Беларусь, Гомель, Интернациональная ул., 5

Тел.: +375 (232) 75-65-65, +375 (232) 73-10-83

Web: comintern.by



СВІТАНАК



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ОАО «Світанак»

СТРАНА

Беларусь

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Трикотажные изделия, трикотажное полотно

О КОМПАНИИ

ОАО «Світанак» – крупнейшее в Республике Беларусь предприятие полного производственного цикла по выпуску трикотажного белья и верхнего трикотажа для детей и взрослых. Год основания – 1975. Продукция под ТМ «Світанак» охватывает: одежду для детей ясельного возраста; одежду для детей дошкольного и школьного возраста; женскую и мужскую одежду.

Основными клиентами компании являются Sela, Barkito (ООО «Кораблик»), Esprit.

Имеющиеся сертификаты – система менеджмента качества СТБ ISO 9001-2009, система управления охраной труда СТБ 18001-2009, система управления окружающей средой СТБ ИСО 14001-2005, аудит социальной ответственности SMETA 2-pillar SEDEX Members Ethical Trade Audi.

Есть свой выставочный зал образцов.

Фабрика работает на давальческом сырье.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФАБРИКИ

Вязание и отделка поперечно-полосатых полотен неограниченно-го раппорта. Ворсование футерованных полотен.

Нанесение штучной печати на детали кроя.

Вышивка на деталях кроя.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность – 1 500 000 шт. в месяц.

Время для производства одного заказа – до одного месяца (в зависимости от сложности).

Фабрика имеет возможность моделировать и конструировать модели, а также разрабатывает колориты цветов и рисунков. Разработка моделей «под ключ», с предоставлением тканей/фурнитуры – 5 недель.

Разработка ткани – 2 недели.

Разработка образца – 2 недели.

Вязание трикотажного полотна – 320 тонн в месяц.

Крашение полотна – 320 тонн в месяц.

Печатание полотна на печатной машине ротационного типа – 127 тонн в месяц.

Все производственные мощности позволяют принимать заказы на: вязание трикотажных полотен (от 130 до 400 г/м²); отпарку, белиние, крашение трикотажных полотен; отделку; печать рисунка; настиление и раскрой полотна; вышивку; пошив.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на партию – не менее 1000 ед.

Минимальный заказ цвет/единица – 500 ед.

Предоплата от 30%, частичная отсрочка.

КОНТАКТЫ

Адрес: Республика Беларусь, г. Жодино

Тел.: +375 177-570-168

Email: market-rus@svitanak.by

Web: svitanak.by

ПРОИЗВОДСТВО ТКАНЕЙ

ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ • ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО • ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Компания KarFlorens известна на российском рынке производителей одежды. Является одним из крупнейших производителей костюмных тканей. Есть собственные фабрики на территории двух стран: Турции и Индии.



ТКАНИ ДЛЯ ПОШИВА:

- мужской/женский костюм;
- мужские/женские брюки;
- жилет;
- жакет;
- юбка;
- платье;
- блузок/сорочка;
- школьная форма;
- униформа

Все ткани аккредитованы и сертифицированы компанией Lycra Dupont.

ЗНАЧИМЫЕ КЛИЕНТЫ: Truvog (Славянка), фабрика «Сударь» (Ковров, ТМ Venzano), фабрика «Элегант» (Ульяновск), «БТК-групп» (Санкт-Петербург), «Сударь» (сеть розничных магазинов), Sky Lake

(школьная форма), OVAS (детская одежда), Claude (Москва, мужская одежда), TS-collection (Санкт-Петербург), Sinar (Новосибирск, женская одежда), фабрика Rostislav, Antiga (женская одежда), Charuel (женская одежда), Nobby constellation, Falinda (Чебоксары, женская одежда), Fileo (Чебоксары, женская одежда), ICEMODA (Чебоксары, женская одежда), Finn Flare, Palla, «Тамбовчанка».

50 000 м²

общая
производственная
площадь фабрики

36 млн.

погонных метров
в год – мощность
выпуска

438

ткацких станков
(Picanol,
Tsudakoma Airjet,
Rifa Rapier loom)

12 000

человек –
общее число
сотрудников
фабрики

На фабрике есть собственный красильный и отделочный комплекс, состоящий из 8 процессных стентеров. Прядильное оборудование прошло испытание и получило аккредитацию в ISO, AATCC, ASTM, Levis Strauss & Co. и тестовый протокол M & S. Лаборатория успешно прошла аккредитацию в Levis Strauss & Co., Marks & Spenser и также аккредитована ISO 17025 NABL.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА: Работает с любыми юр. лицами. Минимальная партия заказа – 500 м. Если ткань находится на складе, то можно выкупать от 1 рулона. Есть склад в Москве. Имеется складская программа с регулярными тканями. Изготовление минимальной партии от 8-10 недель с даты размещения заказа, до момента получения ткани в Москве. По Москве и до любой транспортной компании доставка осуществляется **БЕСПЛАТНО**.

УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКАХ

Ежегодно участвуем в выставке-ярмарке «Текстильлегпром» на ВДНХ, дважды в год, на протяжении последних 10 лет. Также участвуем в выставке «Интерткань», которая проходит в Московском выставочном центре.

EASTMAN EXPORTS



76

PROfashion OUTSOURCING 2018

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Eastman Exports Global Clothing

СТРАНА

Индия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Трикотаж

О КОМПАНИИ

Основанная в 1983 году, Eastman Exports Global Clothing Pvt Ltd является одним из ведущих производителей и экспортеров трикотажной одежды из Индии. Компания осуществляет полный цикл производства, от работы с пряжей до отгрузки изделий. Оборот за последний финансовый год составил \$245 млн. Eastman Exports Global Clothing обладает потенциалом производить дополнительно 9–10 млн футболок и около 4 млн единиц нижнего белья в месяц. Среди основных клиентов – GAP, Tommy Hillfiger, Decathlon, Quicksilver.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Eastman Exports Global Clothing выпускает верхнюю трикотажную одежду, нижнее белье для мужчин, женщин, мальчиков, девочек и младенцев. Продукция имеет сертификаты Wrap, Cedex, Smeta, BSCI, Sa – 8000, ISO – 9002, ISO – 14001, Okeo-tex.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный объем заказа в одной партии – 5000 изделий одного стиля.
Минимальный заказ изделий одного цвета – 1500.
Разработка пробного экземпляра – 2–3 недели.

КОНТАКТЫ

Тел.: 0421 430-12-34

Email: eman@vsnl.com

Web: www.eastmanexports.com





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

SUBBAROW APPARELS

СТРАНА

Индия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Мужская, женская и детская одежда

О КОМПАНИИ

Основанная в 1995 году компания выпускает мужскую, женскую и детскую одежду. Ключевые клиенты: C & A, Sumitomo, Scully. Минимальная партия заказа – 1000 ед. Срок изготовления заказа – 20–70 дней.

КОНТАКТЫ

Тел.: 984 007-76-60

Email: raja@subbarow.com

Web: www.subbarow.com





Snowimage[®]
JUNIOR

VLASTA[®]

MISUN
MINIMALIST BUT SOPHISTICATED



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ



DOOSHION

СТРАНА

Китай

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Пуховики, верхняя одежда

О КОМПАНИИ

Марка Snowimage (компания Dooshion Garment Co., LTD) уже 16 лет успешно существует на рынке верхней одежды России, стран СНГ, Испании, Америки, Франции и Германии. За эти годы был накоплен уникальный опыт в области дизайна и производства качественной и модной женской, мужской и детской верхней одежды. Продукция бренда стала узнаваемой и конкурентоспособной, Snowimage зарекомендовала себя как «народная марка». Изделия Snowimage успешно реализуются в более чем 1500 торговых точках на территории вышеперечисленных стран; открыто более 95 фирменных магазинов в крупнейших городах России, Украины и Америки.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Производственная мощность – 100 тыс. единиц в месяц.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на партию – 1200 (пуховики, куртки на синтепоне), 1000 (ветровки). Минимальный заказ цвет/единица – 600 (пуховики, куртки на синтепоне), 500 (ветровки). Время для производства одного заказа – 75–90 дней.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (61326) 186-36-55

Email: misssun02@mail.ru

Web: www.snowimage.com





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Qingdao Kunic Garments Co., Ltd.

СТРАНА

Китай

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Мужская, женская, детская,
спортивная одежда

О КОМПАНИИ

Qingdao Kunic Garments – производитель и экспортер одежды. Компания была основана в 2006 году, находится в городе Циндао. Предприятие специализируется на пошиве всех видов текстильной одежды для взрослых, детей и младенцев, включая брюки, блузки, юбки, платья, пуховики, лыжную экипировку. Среди ключевых российских клиентов – Modis, Incity, Кораблик. Компания гарантирует клиентам хороший сервис, в том числе конкурентные цены, высокое качество и своевременную доставку. Есть шоу-рум, в котором представлены все образцы продукции. Команда мерчандайзеров и отдел контроля качества обеспечивают высокую эффективность сотрудничества с Qingdao Kunic Garments

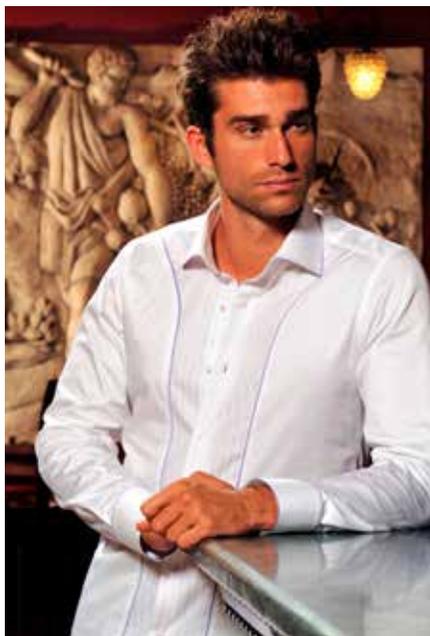
Среднемесячная мощность производства – 150 тыс. ед.
Минимальный заказ – 1500 ед.

КОНТАКТЫ

Тел.: 86-532 8676-03-66/8676-06-58,
86-1385323-21-28

Email: sabrina@chinakunic.com





RICARDO RICCO

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

FIDANER TEKSTIL ITH.IHR.DIS.TIC.SAN.LTD.STI.

СТРАНА

Турция

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Мужская, женская одежда

О КОМПАНИИ

История швейной фабрики FIDANER TEKSTIL берет свое начало в 1971 году. Компания выпускает мужские сорочки и женские блузы под собственным брендом Ricardo Ricco (создан в Италии и приобретен компанией сразу после его основания; производство осуществляется в Стамбуле). Опыт, который FIDANER TEKSTIL наработала к настоящему времени, дает компании возможность обеспечивать клиентов качественной продукцией в короткие сроки и осуществлять экспортные поставки во многие страны, такие как Россия, Украина, Италия, США, Испания, Англия, страны Балтики и Африки. Компания осуществляет производство в формате аутсорсинга.

Среднемесячная мощность производства – 40 тыс. ед.
Минимальный заказ 500–1000 ед.

КОНТАКТЫ

Фабрика:

FIDANER TEKSTIL ITH.IHR.DIS.TIC.SAN.LTD.STI.
Ismetpasa District, Ordo Aveune No: 328/B flor2/6
Seyit Trade Center Sultanciftiligi-Istanbul-Turkey
Tel: +90 530 435-49-10

Шоу-рум:

RICARDO RICCO
Samanyolu Str. No:33
34363 Osmanbey / Istanbul / Turkey
Тел.: +90 212 233-13-06, +90 212 233-12-82,
+90 530 435-49-10
Факс: +90 212 233-32-79
Facebook and Instagram: @ricardoriccoshirt
Email: info@ricardoricco.com
Web: www.ricardoricco.com



SETRE



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Setre Giyim Tekstil San ve Tic Ltd Şti

СТРАНА

Турция

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Женская одежда

О КОМПАНИИ

Основанная в 1970 году компания Setre выпускает широкий ассортимент женской одежды: платья, жакеты, куртки, блузки, сорочки, юбки, брюки, футболки, пижамы, туники. Ключевые экспортные рынки: Россия, Украина, Казахстан, Великобритания, Дубай, Кувейт, Тунис, Марокко, Иран, Ливан, Израиль, Саудовская Аравия, Франция.

Среднемесячная мощность производства – 80 тыс. ед.

Срок изготовления образцов – 1–3 недели.

Минимальный заказ – 100 единиц на артикул.

КОНТАКТЫ

Адрес: Huzur Mah. İmam Çeşme Yolu Cad. No:1

Seyrantepe İstanbul Turkey

Тел.: +90 850 441-17-87

Факс: 0090 212 233-38-48

Email: info@setre.com

Web: www.setre.com





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

**TUGI ÇOCUK GIYIM TEKSTİL SANAYI
ve TİCARET LTD.sti.**

СТРАНА

Турция

КАТЕГОРИЯ ПРОДУКЦИИ

Детская одежда (для мальчиков, подростков)

О КОМПАНИИ

Компания TUGI Kids начала свою деятельность в 1998 году. Ассортимент включает в себя молодежные классические и нарядные костюмы. Компания специализируется на изготовлении стильной детской и молодежной одежды для мальчиков и подростков в возрасте от одного до 18 лет, в том числе костюмы, рубашки, брюки, трикотаж, куртки, футболки, пальто, полупальто, утепленную верхнюю одежду и все необходимые для них аксессуары.

Компания в кратчайшие сроки достигла больших результатов и заслуженно заняла почетное место среди мировых магазинов и престижных торговых сетей. Годовая производственная мощность – 280 тыс. единиц. Ключевые экспортные рынки – Россия, Украина, Казахстан, Азербайджан и другие страны СНГ. Кроме того, компания экспортирует продукцию в Израиль, Ливан, Палестину, Египет, Ливию и другие государства Ближнего Востока, а также Европейского союза, Германию, Францию, Италию, Австрию, Бельгию, Грецию.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на модель – 150 единиц.
Срок изготовления образца – 20 дней.

КОНТАКТЫ

Адрес: Şair Nigar Sokak no:23 Osmanbey/Istanbul

Тел.: +90 212 231-55-10

Факс: +90 212 291-00-40

Email: tugi@tugikids.com.tr

Web: www.tugikids.com.tr





textile
SALON

Экспозиция тканей и аксессуаров
для производства одежды

5 - 7 сентября 2018
26-28 февраля 2019
Novotel Moscow City

РЕКЛАМА



организатор

expo fashion

www.textile-salon.ru

партнер

PRO*fashion*
Журнал о моде для профессионалов



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Uztex Group

СТРАНА

Узбекистан

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Чулочно-носочные изделия

О КОМПАНИИ

Uztex Group является ведущим, вертикально интегрированным производителем текстильной продукции в странах СНГ. Осуществляет полный производственный цикл, от хлопковолокна до готовых трикотажных изделий. Входящая в группу фабрика Uztex Katq'ala, основанная в 2015 году, является крупнейшим производителем чулочно-носочных изделий. Оборудована 1040 машинами с автоматическим закрытием мыска кительным швом итальянского производителя Lonati. Среднегодовая производственная мощность – 70 млн пар. Производственная мощность в месяц – 6 млн пар.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Uztex Katq'ala зарекомендовала себя на внутреннем и внешних рынках как качественный производитель носочной продукции с современным европейским оборудованием. Фабрика предлагает широкий ассортимент мужских, женских и детских носков самых разных моделей и цветовых гамм. Модельный ряд включает более 500 наименований изделий классов «премиум», «бизнес» и «эконом».

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальный заказ на партию – 100 000 пар.
Минимальный заказ цвет/единица – 50 000 пар.
Время для производства одного заказа – 60 дней.
Разработка образца – 10 рабочих дней.

КОНТАКТЫ

Адрес: Республика Узбекистан, Ташкентская область, г. Чирчик, п. Юмалак, ул. Вахид Кадырова, 207

Тел.: +7 (99871) 202-90-22, +7 (99870) 717-00-00/717-00-77

Email: marketing@uztex.uz, info@uztex.uz

Web: www.uztex.uz





UzCharmExpo

9-ая Международная выставка кожи,
обуви и кожаных изделий

MaxsusExpo

3-ая Выставка спецобуви и средств
индивидуальной защиты

📍 УЗЭКСПОЦЕНТР, ПАВИЛЬОН №3 (адрес: г.Ташкент, ул. Амира Темура, 107)



Организатор выставки:
Ассоциация «Узчармсаноат»

100192, Узбекистан г.Ташкент
Мирзо-Улугбек р-н, пр.Мустакиллик 109
Канцелярия: +99871 268-40-66
Факс: +99871 268-40-66
Приёмная: +99871 267-58-47
Телефон доверия: +99871 267-53-64
Telegram: +99893 399-00-44
e-mail: info@uzcharm.uz



@uzcharmsanoat

www.uzcharm.uz

о к т я б р ь

9-11

2 0 1 8




НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Анкио Студио»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Трикотажные изделия

О КОМПАНИИ

ООО «Анкио Студио» - производитель вязаной трикотажной одежды. Выпускает свою линию женской одежды из высококачественного итальянского сырья. Продукция производится на плосковязальном оборудовании Steiger 7-го, 12-го классов. Одежда «Анкио Студио» отличается высоким качеством и стилем. Широкий спектр услуг: заказ и оперативная поставка сырья, консультация и помощь дизайнера, производство промышленных образцов, широкий выбор сырья от поставщиков. Минимальный заказ на партию - 100 единиц. Минимальный заказ цвет/единица - 50 единиц. Срок производства заказа - 10 дней.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (812) 350-88-71

Email: ancio@yandex.ru

Web: ancio.umi.ru




НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

JACKLIN
АО «МТП «ЖАКЛИН»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Женский, мужской, детский верхний трикотаж

О КОМПАНИИ

Основанное в 1997 г. АО «Малое трикотажное предприятие «ЖАКЛИН» выпускает верхний женский трикотаж под СТМ JACKLIN, а также по заказу - мужской, женский, детский верхний трикотаж (класс изделия 5 - 12). Производственная мощность - до 80 тыс. ед. в год. В ассортименте: джемперы, жакеты, жилеты, платья, юбки, брюки, палантины, пледы, шарфы, шапки. Компания работает с дешевой и дорогой пряжей российских, итальянских и немецких фабрик (шерсть, полушерсть, хлопок, лен, акрил, смесовой состав). Разрабатывает и выпускает изделия knit&wear (цельновязанные) либо вывязанные по контуру. Сборка швов выполняется на оверлоке, кеттеле и другом промышленном оборудовании. Есть вязальный цех (оборудование немецкой марки Stoll), цех влажно-тепловой обработки, в т. ч. стирки, швейный цех, осуществляется маркировка, упаковка, работают отдел контроля качества, художественно-технологический отдел. Минимальная партия заказа - от 1 ед. (эталон-образец) до 6-7 тыс. изделий к началу каждого сезона (осень-зима, весна-лето).

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (495) 365-50-66 (коммерческий отдел),
+7 (495) 365-50-44 (произв. отдел), +7 (926) 886-25-68

Email: info@jacklin.ru, dzhermakyan@jacklin.ru

Web: www.jacklin.ru





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Veste

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Женская одежда

О КОМПАНИИ

Основанный в 2012 году Швейный дом Veste (Пенза) осуществляет производство женской одежды из хлопковых и льняных тканей. Среднегодовая мощность предприятия – 5 тыс. ед. Производственная мощность в месяц – 200–500 единиц. Минимальный заказ на партию – 50 ед. Минимальный заказ цвет/единица – 50. Есть возможность разработки моделей «под ключ», с предоставлением тканей/фурнитуры.

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (906) 397-02-00

Email: czrinaolga@mail.ru



ТРИКОТАЖКЛУБ

одежда • подарки • ярбомбинг

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

«Трикотажклуб»

СТРАНА

Россия

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Трикотажные изделия

О КОМПАНИИ

Фабрика «Трикотажклуб» производит весь спектр вязаной продукции на немецких плоско-вальных станках STOLL

5-12 классов. Предприятие вяжет преимущественно по контуру (без подкрой): верхний трикотаж, головные уборы и аксессуары, пледы, подвязы и купоны, полотна для оформления интерьеров и вязаного граффити. Собирает на котельях 7-го – 14-го классов, осуществляем ВТО, стирку, сушку. Осуществляется строгий контроль качества и сохранности данных по ассортименту заказчиков. Весь производственный персонал имеет большой опыт работы на трикотажном производстве.

«Трикотажклуб» выпускает собственную коллекцию, которая реализуется в розницу и оптом, также принимает заказы на вязание любой сложности и любого объема.

Производственная мощность - 2500 - 3000 ед. в месяц.

Минимальный заказ: из ассортимента – 20 ед., модели клиента – 100 ед. на артикул.

Есть возможность разработки моделей «под ключ».

КОНТАКТЫ

Тел.: +7 (495) 229-44-19, +7 (916) 125-05-12

Email: opt@sviterok.ru

Web: www.sviterok.ru



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

FABREEX TEXTILE PRODUCTION

FABREEX
TEXTILE PRODUCTION



СТРАНА

Россия



ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Полиэфирный
и полиамидный трикотаж

О КОМПАНИИ

FABREEX работает на российском рынке уже более 10 лет и хорошо знает потребности отечественных производителей одежды. Компания выпускает полиэфирный кругловязанный трикотаж только высокого 28-го класса (а по желанию заказчика класс может быть от 24 до 30-го) – эксклюзивный коммерческий продукт, который в России практически не представлен, в частности и в хлопке, в котором сейчас особенно нуждаются производители повседневной и спортивной одежды, fashion-индустрия и швейные цеха. Производство компании расположено на территории России, что значительно ускоряет получение трикотажных полотен заказчиком. В настоящее время компания FABREEX под собственной маркой «Престиж» производит полиэфирный трикотаж, в том числе смесовый: полиэфир с вискозой, с эластаном, с хлопком. Кроме этого, также началось производство трикотажа из полиамида для термобелья и компрессионной одежды. Уже сейчас объем выпуска продукции составляет более 40 т трикотажного полотна в месяц, но это только начало, планируется его увеличение до 80 т в месяц, а в течение следующих двух-трех лет – до 300 т в месяц. Клиенты могут заказать весь ассортимент трикотажа: интерлок, ложная сетка, эволюшн, джерси, футер диагональ, кулирная гладь РА, пике и многое др. С компанией FABREEX работают, потому что: не нужно заказывать и ждать импортный трикотаж, можно быстро получить его в России; можно разработать трикотажное полотно под потребности своего бизнеса; предоставляются бесплатные образцы; в наличии большой выбор трикотажа, тканей и расходных материалов для широкоформатной печати; есть возможность нанесения принтов через компанию-партнера. Производителям одежды выгодно иметь фабрику «у себя под рукой». Поэтому спрос на трикотаж «Престиж» достаточно большой, в том числе у сетевых магазинов.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Работа с физическими и юридическими лицами по всей России. Срочная доставка день в день и бесплатно (в дни акций). Самовывоз со склада в Москве. Продажа от 1 погонного метра ткани. Личный менеджер, который ничего не забывает.

КОНТАКТЫ

Адрес: Москва, ул. Лестева, 18 (офис)

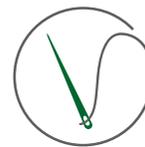
Тел.: +7 (495) 105-90-15

Email: ru@fabreex.ru

Web: fabreex.pro, fabreex.ru

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

VULKANA TEXSTYLE



СТРАНА

Индия – Россия

VULKANA
TEXSTYLE

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Ткани для сорочек и блузок, плательные, для униформы, для головных уборов, для школьной формы, костюмные, деним, подкладочные

О КОМПАНИИ:

Компания VULKANA TEXSTYLE работает на российском рынке с 1998 г. Ассортимент компании представлен исключительно натуральными тканями, от легких блузочно-сорочечных до плотных костюмных тканей и денима. Основным конкурентным преимуществом компании является наличие собственного производства тканей в Индии. VULKANA TEXSTYLE – представитель многих индийских фабрик по производству и отделке тканей. За счет этого компания может выполнять самые сложные задачи в кратчайшие сроки и минимальные цены. Изделия из тканей, поставляемых VULKANA TEXSTYLE, можно встретить в таких компаниях, как РЖД, «Перекресток», Сбербанк. Среди ключевых клиентов – O`STIN, Finn Flare, Westland, Wildberries.

В московском шоу-руме VULKANA TEXSTYLE всегда можно ознакомиться с текущим ассортиментом или сделать заказ на будущие сезоны.

Ассортимент компании включает в себя:

- ткани для сорочек и блузок;
- плательные ткани;
- ткани для униформы;
- ткани для головных уборов;
- ткани для школьной формы;
- костюмные ткани;
- ткани из денима;
- подкладочные ткани.

Все ткани проходят сертификацию согласно российскому законодательству и имеют все необходимые документы из таможенных органов.



УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

VULKANA TEXSTYLE сотрудничает с организациями и индивидуальными предпринимателями по всей территории РФ и стран бывшего СНГ.

Компания продает ткани от одного рулона и не ограничивает партнеров минимальной партией поставки. Офис в Москве и отлаженная логистика позволяют организовать поставку до транспортной компании в течение двух рабочих дней с момента оплаты.

КОНТАКТЫ

Адрес: Москва, ул. Вавилова, 85, офис 3

Тел.: +7 (495) 234-30-92

Факс: +7 (495) 234-98-64

Email: sales@vulkana.ru

Web: vulkana.ru



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Texuna

СТРАНА



Россия

О КОМПАНИИ

ТЕХУНА – динамично развивающаяся текстильная компания. Специализация – костюмные ткани. Является эксклюзивным поставщиком фабрики OLLY Tekstil (Турция). ТЕХУНА предлагает широкий ассортимент костюмных тканей для производства мужской и женской модной одежды, а также для пошива школьной формы и корпоративной одежды. Страны – производители ткани – Турция, Китай, Тайвань.

Основные клиенты – «Сударь», Псковская швейная фабрика «Славянка», «Александрия», «Коминтерн», «Калинка», Palla, laBiali, Yarmina, «Техновиа». Склад в Москве.

ТЕХУНА предлагает широкий ассортимент костюмных тканей с различными составами и переплетениями для производства мужской и женской одежды. Производители ткани – Турция, Китай, Тайвань.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Возможность поставок по России. Прямые поставки в Республику Беларусь. Поставки под заказ и из наличия.

Минимальная партия для заказа – 1000 метров. При покупке из наличия от 1 рулона.

Сроки поставки под заказ: Турция – от 30 до 90 дней, Китай и Тайвань – от 90 до 120 дней.

Возможность подработки конструкции, дизайна или цвета заказчика.

КОНТАКТЫ

Адрес: Москва, Электрозаводская ул., 24, офис В301

Тел.: +7 (495) 641-56-56

Email: fabric@texuna.ru

Web: www.texuna.ru



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Ярославская трикотажная фабрика

СТРАНА

Россия

О КОМПАНИИ

Основанная в 2005 году

Ярославская трикотажная фабрика – ведущий российский производитель трикотажных полотен и функционального термобелья. Значимые клиенты – ООО «Спортмастер», ФСО России, бренды Guahoo, Laplandic, Ultramax, Clever, Oldos и многие другие. Компания выпускает также продукцию под СТМ ThermoTour.



О ПРОИЗВОДСТВЕ

Площадь производственных площадок – свыше 5500 кв. м. Производственные мощности – 25–30 тонн трикотажного полотна в месяц (300–360 тонн в год) и 75 000–80 000 трикотажных изделий в месяц (900 000–960 000 единиц в год).

Виды выпускаемых тканей: ластичное, интерлочное, кулирное, плюшевое полотно, одно-, двух-, трехслойные функциональные полотна из шерстяной, синтетической и смесовой пряжи в любых комбинациях, огнестойкие полотна.

Вязальный цех оснащен кругловязальным оборудованием различных классов производителей: Orizio, Pilotelli, Mayer & Cie и др.

Красильно-отделочное производство оснащено оборудованием для отделки разной сложности: Bruckner, Santex, Ferraro, Gematex, Thies и др.

Раскройный цех оборудован высокопроизводительным комплексом FK Group.

Швейный цех оснащен современным швейным оборудованием ведущих производителей: Brother, Siruba, Juki, Kansai и др.

Предприятие на постоянной основе осуществляет модернизацию производства: в настоящее время устанавливается высокопроизводительная СШМ нового поколения, увеличивается парк кругловязальных машин и швейного оборудования.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Мин. партия: от 100–300 кг в зависимости от вида пряжи, мин. сумма заказа – от 50 000 руб. Сроки изготовления минимальной партии – от 5–15 рабочих дней в зависимости от вида пряжи. Компания также разрабатывает функциональные трикотажные полотна любой сложности и составов по желанию заказчика.

КОНТАКТЫ

Адрес: Ярославль, ул. Полушкина Роща, 5

Тел.: +7 (4852) 58-16-45, 58-16-54

Email: info@yartf.ru

Web: www.yartf.ru



GÜLDEMİR



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

GÜLDEMİR TEKSTİL

СТРАНА

Турция

О КОМПАНИИ

Компания Güldemir Tekstil, со стажем работы более 35 лет, осуществляет производство и импорт различных хлопковых и комбинированных тканей: хлопок с эластаном, хлопок с полиэстером, поливискозу, лен, специальные ткани с добавлением шерсти. Поставляет ткани различным фирмам, занимающимся как экспортом, так и продажами на внутреннем рынке.

Благодаря квалифицированным специалистам производственного и маркетингового отделов фирмы компания продолжает оставаться одной из лидирующих и постоянных компаний сектора.

Среднемесячная мощность производства – 250 тыс. п. м.

Срок изготовления образца – 3 дня.

Минимальный заказ – 750 м.

КОНТАКТЫ

Адрес: Текстильный центр Мертер, Пр. Фатих, ул. Йылдырым, 20/1 Мертер-Стамбул

Тел.: +90 212 557-43-47, +90 532 746-01-76

Факс: +90 212 554-87-24

Email: info@guldemirtekstil.com

Web: www.guldemirtekstil.com



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Özel Tekstil Insaat Sanayi Ticaret Ltd.Sti

СТРАНА

Турция

О КОМПАНИИ

Основанная Мехметом Озелем в 1940 году, Özel Tekstil стала полностью интегрированной фабрикой по производству текстиля. Производство, которое продолжается уже третьим поколением семьи, признано на международном и внутреннем рынках. Сегодня благодаря постоянно растущей и развивающейся структуре Özel Tekstil – это «быстрый» бренд, который уверенно продвигается вперед, опираясь на 60-летний текстильный опыт, оригинальный дизайн, четкое и качественное понимание услуг и удовлетворение современных потребностей в мире моды.



О ПРОИЗВОДСТВЕ

Размещение производства – Турция, г. Бурса, Инеголь.

Производственные площадки занимают 11 000 м².

Производственная мощность – 1,25 млн метров ткани в месяц.

Виды выпускаемых тканей: рубашечно-блузочный ассортимент, хлопчатобумажные, плательные, жаккарды, жаккарды блузочные, вышивки, принты, полоски.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Фабрика сотрудничает с ИП и юридическими лицами на территории России. А также напрямую по желанию и предпочтению клиентов.

Минимальная партия заказа – от 500 п. м на один цвет.

Минимальная партия заказа на дизайны – от 1000 п. м.

Срок изготовления минимальной партии – от 2,5 до 3,5 недель, в зависимости от выбранного качества по дизайну.

Доставка осуществляется в Москву, по желанию клиента и удобной транспортной компанией, либо оговариваются иные условия транспортировки.

КОНТАКТЫ

Адрес офиса: Стамбул, Cumhuriyet mah. Nakiye Elgün Sok.

NO:31/B, OSMANBEY, ŞİŞLİ

Тел.: +90 212 520-79-35 доб. 333

Email: saadet.isyapar@ozeltekstil.com, info@ozeltekstil.com

Web: www.ozeltekstil.com

Производство: Бурса, Organize Sanayi Bölgesi 2. Cad. No:24 İnegöl

Тел.: +90 224 714-81-29

Факс: +90 224 714-81-88



KARINCA



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Karınca Tekstil Sanayi Ve Ticaret LTD. ŞTİ.

СТРАНА

Турция

О КОМПАНИИ

Основанная в 1974 году Karınca Textile выпускает ткани с содержанием поливискозы, эластана для мужской и женской одежды. Ключевые рынки сбыта: Россия, Иран, Болгария, Украина. Производственная мощность – 250 тыс. м в месяц. Минимальный заказ – 600 м на артикул. Срок изготовления образцов – 5-6 недель.

КОНТАКТЫ

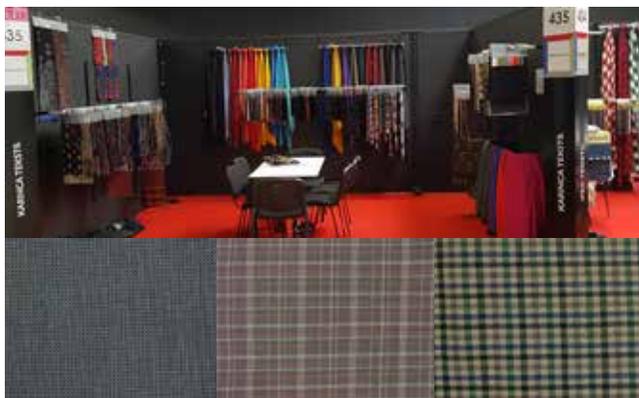
Адрес: Rumeli Caddesi Nakiye Elgün Sokak No:41/A Osmanbey / İstanbul / TÜRKİYE

Тел.: +90 212 233 20 03

Факс: +90 212 231 84 52

Email: ferruh@karincatekstil.com

Web: karincatekstil.com



menderes fabrics



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Menderes Tekstil



СТРАНА

Турция

О КОМПАНИИ

Основанная в 1984 году Menderes Tekstil предлагает широкий ассортимент текстиля: домашний, для постельного белья, лен, трикотаж, полиэфирные и хлопчатобумажные ткани, драпировки, прокладки для воротника, подклад, специальный текстиль (в том числе водонепроницаемый, грязеотталкивающий, антибактериальный) и др.

Ключевые экспортные рынки: Германия, США, Великобритания, Франция, Голландия, Бельгия, Италия, Польша. Основные клиенты – IKEA, Wal-Mart, Asda, Casamoda, Grausam и др.

Минимальный заказ – 250 п. м.

Срок изготовления образцов – 7-10 дней.

КОНТАКТЫ

Адрес: Cumhuriyet Mah.Gazi Mustafa Kemal Pasa Blv. No: 242

Sarayköy / Denizli 20300 – TÜRKİYE

Тел.: +90 (212) 656-07-45

Факс: +90 (212) 656-07-68

Email: bekirkondu@menderes.com

Web: menderes.com, www.snt.com.tr





TURKEY

Discover
the potential



**FLY HIGH
WITH TURKEY!**



ADEN DARDOKUMA
Tekstil Aksesuar Dünyası



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

**ADEN DAR DOKUMA
TEKS DIŞ TİC SAN LTD ŞTİ**

СТРАНА

Турция

О КОМПАНИИ

Основанная в 2005 году компания ADEN DAR DOKUMA выпускает различные виды отделочных материалов для шитья: эластичные и неэластичные ленты, тесьму, жаккардовые ленты, разнообразные шнуры, завязки, шнурки для обуви, и т.п. Ширина изделия может быть от 2 мм до 15 см. Среднемесячная производственная мощность – 3,5 млн п. м. Минимальный заказ – 3000 п. м для лент, 1500 ед. для завязок. Срок выполнения образцов – 2 недели.

КОНТАКТЫ

Адрес: TURGUT REİS MAH. GİYİMKENT 16,
SOK NO:30 ESENLER/ İSTANBUL

Тел.: +90 212 438-18-80

Факс: +90 212 438-18-83

Email: info@adendardokuma.com.tr

Web: www.adendardokuma.com.tr





www.ar-teks.com

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

AR-TEKS TEKSTİL SAN TİC.LTD.ŞTİ

СТРАНА

Турция

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Аксессуары для производства одежды и нижнего белья

О КОМПАНИИ

Основанная в 1992 году компания AR-TEKS TEKSTİL SAN TİC. LTD.ŞTİ выпускает аксессуары для производства одежды и нижнего белья: резинки, бретели, застежки; разнообразные виды резинок, тесьмы и отделочных материалов (швейные, трикотажные, эластичные, кружевные, жаккардовые и др.) Основные рынки экспорта – Франция, Польша, Болгария, Россия, Украина, Беларусь, Тунис. Производственная мощность – 10 млн м в месяц. Срок разработки образцов – 1 неделя. Минимальный заказ – 3 тыс. м.

КОНТАКТЫ

Адрес: Hadımköy yolu üzeri Akçaburgaz mah.3076.sok no8 Esenyurt / Istanbul

Тел.: +90 212 886-62-51/52

Факс: +90 212 886-51-73

Email: info@ar-teks.com

Web: www.ar-teks.com



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

EMR FERMUAR SAN VE TİC.A.Ş.

СТРАНА

Турция

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Комплектующие для текстильной промышленности

О КОМПАНИИ

Основанная в 1986 году компания EMR производит различные виды молний, застежек, их составляющих; в ассортименте также представлены заклепки, кнопки, крючки, петли, металлические пуговицы. Начала свою деятельность в 1986 году. В 1996 году была запущена фабрика площадью 10 000 м², а в 2005 году построена еще одна фабрика на 15 000 м². Сейчас компания насчитывает около 250 профессиональных сотрудников. Рынки для реализации – Европа.

Основными клиентами компании являются крупные бренды одежды. Есть разработанная собственная коллекция.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

Компания EMR, имея свой собственный цех по окрашиванию материалов, готова предложить готовую палитру из 750 цветов, а также любой цвет под запрос при производстве молний. При производстве бегунков используются новейшие технологии, в том числе 3D-моделирование и CNC пантограф.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Срок разработки образцов – 7 рабочих дней. Минимальный заказ/кол-во – 100 шт./1 цвет.

КОНТАКТЫ

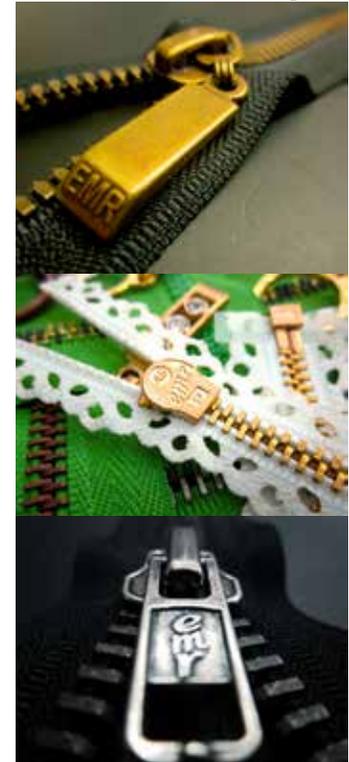
Адрес: Akçaburgaz Mah. 3078.Sokak, No:1-3 Esenyurt- Istanbul

Тел.: +90 212 886-69-70, +90 212 886-69-73

Факс: +90 212 886-69-75

Email: murat@emrfermuar.com

Web: www.emrfermuar.com





НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

KARYA TEKSTİL SAN. VE DIŞ TİC.A.Ş.

СТРАНА

Турция

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Продукция горячей фиксации для текстиля и др.

О КОМПАНИИ

Основанная в 1990 году компания KARYA TEKSTİL SAN. VE DIŞ TİC.A.Ş. выпускает под маркой HITIT TRANSFER все виды продукции горячей фиксации для текстиля, аппликации из страз, пайетки, термотрансферные этикетки, пленку для термопечати, осуществляет шелкографию, печать на ткани, флокирование и др. Основные экспортные рынки – страны Европы, Северной Африки, Россия. Среди ключевых клиентов – Zara, Gerry Weber, Diesel, Only.

Производственная мощность – 2 млн ед. в месяц.

Срок разработки образцов – 3 дня.

Минимальный заказ – 100 единиц.

КОНТАКТЫ

Адрес: Fatih cad., Savur sok., No:22 Merter / İstanbul

Тел.: +90 212 637-03-34

Факс: +90 212 637-03-38

Email: info@hitittransfer.com

Web: www.hitittransfer.com



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

SEFA FERMUAR SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

СТРАНА

Турция

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Молнии, пуговицы, кнопки, заклепки, пластиковые аксессуары, липучки

О КОМПАНИИ

Основанная в 1989 году компания SEFA FERMUAR выпускает молнии, пуговицы, кнопки, заклепки, пластиковые аксессуары, липучки. Ключевые рынки экспорта – Германия, Украина, Россия, Нидерланды.

Минимальный заказ – 100 единиц.

Срок изготовления заказа – 2 недели.

КОНТАКТЫ

Адрес: Mehmet Nesihî Özmen Mahallesi Ardic Sokak No-4 Merter/Güngören, İstanbul P.K.34173

Тел.: +90 212 637-65-66 (4-НАТ)

Факс: +90 212 637-00-86

Email: ismail@sefafermuar.com.tr, alina@sefafermuar.info

Web: www.sefafermuar.com.tr





ŞİMŞEK EGE



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ŞİMŞEK-EGE ETİKET VE MATBAA LTD. ŞTİ.

СТРАНА

Турция

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Этикетки, ярлыки и др.

О КОМПАНИИ

Основанная в 1997 году компания ŞİMŞEK-EGE ETİKET VE MATBAA LTD. ŞTİ. выпускает различные виды этикеток и ярлыков: бумажные, текстильные, пластиковые, кожаные, водонепроницаемые; стикеры и этикетки с штрих-кодом, принтами и др. Основные клиенты – Inditex, Debenhams, George, H&M, LC Waikiki.

Срок разработки образцов – 1 неделя.

Минимальный заказ – 5000–10 000 единиц.

КОНТАКТЫ

Адрес: Zafer Mah. 148 Sokak No:5 34513 Esenyurt / Istanbul

Тел.: +90 212 444-73-43

Факс: +90 212 428-28-26

Email: osmanege@simsekege.com.tr

Web: www.simsekege.com.tr



НОВЫЙ TREND BOOK SPRING/SUMMER 2019



- книга на 200 полноцветных иллюстрированных страниц
- 4 макро-направления современной моды и 12 активных тенденций, прогрессирующих в коммерческих и fashion-коллекциях женской одежды
- страницы с вдохновляющими образами и источники инспираций ключевых трендов
- страницы с подиумными образами рекомендации по силуэтам, материалам и цветовой палитре
- рекомендации по текстильным принтам, разработанные совместно с компанией «Соль», лидером на международном рынке текстильного дизайна
- детальные фотографии рекомендуемых моделей

NEW! специально для байеров: обзоры новых марок женской одежды

NEW! специально для мерчендайзеров: тенденции в области витринистики и оформления внутренних пространств

ТЕПЕРЬ И В ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ

Узнать стоимость, способы и сроки доставки – можно по электронной почте или по телефону: +7 (495) 626 30 20



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

ARTA-F

СТРАНА

Латвия

О КОМПАНИИ

Акционерное общество ARTA-F (торговая марка Arta) – ведущее предприятие Прибалтики по производству профессиональной фурнитуры для одежды, женского белья, обуви и снаряжения. Обеспечивает комплектную поставку любых видов фурнитуры, а также дает профессиональные консультации по ее выбору, использованию и установке.

Компания занимается разработкой и изготовлением широкого спектра фурнитуры более 160 лет. Сейчас на производствах ARTA-F занято более 200 человек. Вся продукция изготавливается с использованием западноевропейских технологий, сертифицированных материалов на современном оборудовании. В России фурнитуру ARTA-F широко используют во многих сферах, от рукоделия до снаряжения космонавтов.

КОНТАКТЫ

Адрес: Латвия, Рига, Маскавас, 17/19

Тел.: +3712 607-79-55

Email: vitality@arta.lv

Web: www.arta.lv



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Coats

СТРАНА

Великобритания

ГРУППА ПРОДУКЦИИ

Швейные нитки, застежки-молнии, светоотражающие продукты, липучка

О КОМПАНИИ

Coats – это международная компания, имеющая богатый опыт, который насчитывает 250 лет успешной работы. Coats – мировой лидер по производству швейных ниток. Компания представлена в более чем 100 странах и имеет более 70 производственных предприятий на шести континентах. Выпускает более 1000 наименований швейных нитей. На российском рынке компания представлена с 1995 года. Компания насчитывает более 22 000 сотрудников во всем мире.

Собственные торговые марки: Coats – промышленные швейные нитки для различных областей применения, Opti – застежки-молнии (спираль, пластик, металл), Coats Signal – светоотражающие продукты (ленты, кант, нитки), Coats Connect – липучка.

О ПРОИЗВОДСТВЕ

На российский рынок поставляется продукция с производственных предприятий группы компаний в Румынии, Венгрии, Турции. Застежки-молнии Opti выпускаются в Эстонии и Турции. Компания предлагает все виды швейных нитей – армированные, штапельные, текстурированные, комплексные, бондированные, вышивальные.

Широкие цветовые карты, а также возможность окраски в цвет ткани клиента.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальная сумма заказа – 3000 руб. Доставка в регионы транспортной компанией. Средний срок поставки – 3–4 недели.

КОНТАКТЫ

Адрес: Моск. обл., Люберецкий р-н, Октябрьский, ул. Ленина, 53

Тел.: +7 (495) 510-51-84

Email: Russia.contactus@coats.com

Web: www.coatsindustrial.com/ru

4 JULY 2018 - KRAFTWERK BERLIN
WWW.FASHIONTECH.BERLIN

FASHION.
TECH.
DIGITALISATION.
INNOVATION.
BUSINESS.



FASHIONTECHBERLIN
CONFERENCE & EXHIBITION



PANORAMA
BERLIN



**CONNECTING
COMMUNITIES**

PANORAMA-BERLIN.COM

3—5 JULY 2018