

AUTUMN WINTER 2016-17

# + SUPER SIZE

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКЕ

EXHIBITION GUIDE

**PRO***fashion* &

БОЛЬШИЕ РАЗМЕРЫ

**CPM**



VIA APPIA  
— DUE —

16+

ПАВИЛЬОН ФОРУМ  
СТЕНА ФИРМЫ CEDER (FO-F08)

# LALIS

**48-56**  
размеры



РЕКЛАМА

**СРМ**

23-26 февраля 2016 г.

Павильон 7.4, стенд В27

**ЮГ** +7 (928) 270-69-14

**ЦЕНТР** +7 (926) 210-37-04

**УРАЛ** +7 (912) 688-19-89

**Вы хотите красивый бизнес?**

Откройте свой магазин.

Подробности – на [lalis.ru](http://lalis.ru).

**СИБИРЬ** +7 (983) 307-91-54

**ПОВОЛЖЬЕ** +7 (987) 205-62-71

**КАЗАХСТАН** +7 (777) 300-00-63



# ПРОИЗВОДИТЬ ИЛИ ЗАКАЗЫВАТЬ?

ТЕКСТ: ЕРЛАН ЖУРАБАЕВ

*Девальвация рубля оживила интерес российского fashion-рынка к отечественным производственным площадкам. Отшивать одежду на них теперь в некоторых случаях выгоднее, чем в странах Азии. Приведет ли расширение аутсорсинга внутри страны к заметному подъему производства? Что влияет на выбор компаний между заказом на стороне и организацией собственных мощностей и каковы возможности симбиоза этих вариантов?*



Пошив марки TrendsBrands на фабрике в Ногинске

Минувший год прошел под знаком громких заявлений о переносе производства одежды из азиатских стран на российские предприятия. Корпорация Sela, отшивающая коллекции в Китае, сообщила о намерении разместить заказы на отечественных фабриках. ГК «Буду мамой» пообещала увеличить долю изделий, производимых в России, с 60 до 80–85%. ГК ММД «Восток и Запад» (ГК Bosco di Ciliegi) решила построить в индустриальном парке «Камешково» (Владимирская обл.) фабрику по пошиву спортивной одежды. А заместитель министра промышленности и торговли РФ Вик-

тор Евтухов обратил внимание на то, что эффективная себестоимость российской продукции может быть ниже азиатской на 10–15%.

## ЗАМАНЧИВЫЙ АУТСОРСИНГ

«При цене доллара в 100 рублей в России будет выгодно производить все что угодно!» – заявил **Николай Хохряков**, директор ТМ Ротра, во время семинарной сессии,

организованной PROfashion в рамках осенней выставки Collection Premiere Moscow прошлого года. Снижение себестоимости продукта – одно из двух основных преимуществ российского аутсорсинга, по мнению самих участников рынка. Второй плюс – сокращение логистических расходов и сроков поставки. «Мы на собственном опыте убедились, что теперь производство в РФ намного выгоднее, чем сотрудничество с западными брендами



Николай Хохряков



Инна Тихонова



Алексей Евтушенко



Ильшат Сафиуллин



Сергей Рожнов



Сергей Безкороваиный



Сергей Прохоров



Софья Вдовичева



Елена Гусманова



Екатерина Кормич

или отшив вещей в Азии, – утверждает **Инна Тихонова**, гендиректор сети TrendsBrands, выпускающей коллекции молодежной одежды под одноименной маркой и брендом T&V Base. – Наши циклы становятся короче благодаря простой логистике, что особенно важно для компаний, работающих по системе fast fashion. Это удобно франчайзинговым и оптовым партнерам – срок предзаказа намного меньше, чем у европейских брендов.

В среднем мощности стандартной российской фабрики позволяют выпускать не более тысячи единиц одного наименования. Поэтому, как правило, заказы размещаются на нескольких площадках. Glance, например, отшивает 50 тысяч изделий на предприятиях России и Беларуси и тщательно контролирует производственный процесс. «Мы полностью интегрированы в схему производства, фабрики работают с нашим технологом, мы оснащаем их новым оборудованием, и предприятия постоянно загружены нашими давальческими заказами», – уточняет **Сергей Рожнов**, вице-президент Glance. Инна Тихонова добавляет: «Любая компания, создающая бренд и дорожащая репутацией, имеет в штате производителей, даже при отсутствии собственных мощностей».

**Ильшат Сафиуллин**, гендиректор ГК Madyart, рекомендует обзавестись тремя-четырьмя производственными партнерами. Это позволит и объем заказа надежно выдержать, и риски диверсифицировать, и приемлемой цены добиться. **Елена Гусманова**, владелица бренда Vittoria Vicci (ООО «Фэшн Ленд»), напротив, полагает, что при аутсорсинге лучше остано-

виться на одном-двух надежных производителях. Это сократит издержки на менеджеров, предотвратит риски неодинакового качества в разных партиях и срывы сроков. **А Екатерина Кормич**, владелица бренда Lilas (ООО «Фэшн Ленд»), считает: «Основные заказы лучше размещать у постоянных партнеров. И это не одно-два производства, а целый их ряд разной специализации. Кто-то работает с шелком, кто-то с трикотажем, кто-то с верхней одеждой. Тогда в случае внезапного увеличения партии заказа или расширения ассортимента будут проверенные варианты». «Невозможно работать с одним-двумя по-

ставщиками, если коллекция бренда включает широкий ассортимент, – соглашается Инна Тихонова. – Разные типы изделий требуют разного оборудования, чтобы действительно обеспечить качество. Большинство крупных фабрик придерживаются специализации по швейному ассортименту, а вязальное производство – вообще отдельная история».

Таким образом, число партнеров зависит от объемов серий и растет вместе с потребностями бренда. «Создавая коллекции T&V Base, мы сначала сотрудничали с одним производством, – поясняет Инна Тихонова. – Теперь, когда в коллекциях помимо платьев, рубашек,



Madyart, весна-лето 2016



Елдеа, весна-лето 2016



Фабрика Madyart, Уфа



юбок и брюк присутствуют пальто, пуховики и трикотаж, число партнерских фабрик возросло».

## СПАСЕНИЕ ДЛЯ СТАРТАПОВ

**Софья Вдовичева**, бренд-менеджер ГК Endea, уверена, что в нынешних условиях аутсорсинг – это спасение для российских fashion-компаний: «Сети привыкли работать по принципу прототипного проектирования, когда нет необходимости вкладывать в собственные разработки и производство, – говорит она. – А маленьким дизайнерским фирмам нецелесообразно держать свое производство из-за высоких издержек».

Поэтому небольшие бренды используют, как правило, аутсорсинговый формат. Экспериментальные образцы могут производиться в своей мастерской, но тираж по ним размещается на сторонних предприятиях. Однако крупные фабрики не возьмутся за пошив малых партий для стартапов – для таких более целесообразен аутсорсинг на небольших фирмах, готовых производить от 10 единиц одной модели. «Если предприниматель в начале своего пути, мечтает между количеством и качеством, то у него нет необходимых объемов для производственных мощностей. Его удел – размещать заказы в ремесленных мастерских, где работают десять-пятнадцать швей, – считает **Сергей Промохов**, создатель портала для профессионалов швейной отрасли ProCapitalist.ru. – В таких мастерских стартапер может реализовывать свои амбиции по полной: качество, количество, сроки, заказ без предоплаты, отсрочка платежа, поскольку хозяин мастерской сильно заинтересован в клиенте». «Сейчас появилось большое количество швейных цехов, которые берут заказы на небольшие тиражи, что особенно удобно для молодых дизайнерских брендов», – подтверждает Инна Тихонова.

## СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

На фоне общего падения продаж в fashion-ритейле компании, обладающие собственными производственными мощностями, чувствуют себя вполне уверенно. Например, в 2015 году товарооборот ГК Madyart сократился лишь на 3%, товарооборот ГК Elis увеличился на 37%. Такие показатели игроки рынка объясняют тем, что сумели сдержать



цены за счет своего производства. ГК Elis ведет строительство новой фабрики в Вольске (Саратовская обл.), поскольку производственные площадки группы в Ростове-на-Дону, Новочеркасске и Любани (Беларусь) уже загружены на 100%. Кроме того, Elis увеличивает численность персонала на трех работающих фабриках.

«Собственное производство дает предпринимателю возможность самостоятельно планировать свой успех, без каких-либо помех извне, – уверен **Сергей Промохов**. – Оптимизация расходов, программы экономии тканей и материалов, производительность труда – все рычаги бизнеса в его руках». Собственное производство гарантирует контроль за качеством и ценообразованием, своевременность поставок и возможность комплексно планировать производственно-торговый процесс. Например, в Madyart действует семиступенчатый контроль качества. «Мы можем добиваться нужных сроков выпуска изделий, оптимизировать соотношение «цена-качество», – говорит **Ильшат Сафиуллин**. – Собственное производство вкупе с дизайн-бюро дает гибкость в управлении ассортиментом, позволяет быстро принимать решения».

К тому же из-за роста курса доллара у российских производств увеличивается число заказчиков. Можно утверждать, что наступает благоприятный период для наращивания отечественных мощностей у тех, кто спо-

собен выпускать качественные изделия по адекватной цене. Так, фабрика Endea за пять лет существования вышла на такой уровень производства, что было решено расширить его под дополнительные сторонние заказы





на женскую одежду. Сейчас помимо собственного бренда, Eneida отшивает для сети «Снежная Королева» и дизайнерской марки Parole by Victoria Andreyanova.

«Уже при средних объемах и налаженном сбыте небольшое собственное производство может быть рентабельным», – считает Инна Тихонова. Яркий тому пример – ООО «Фэшн Ленд». Его бренды с 2007 года прошли путь от полного аутсорсинга к опоре на собственный цех в Москве. Компания, по словам Светланы Крыловой, владелицы бренда StellaDiMare, стремилась преодолеть прямую зависимость от мощностей и персонала сторонних компаний. К тому же при аутсорсинге приходилось сталкиваться с воровством тканей и нелегальным использованием лекал заказчика. «Огромным плюсом своего цеха в сравнении с зарубежными фабриками, выполняющими аутсорсинговые заказы, является рублевый зарплатный фонд, – говорит Светлана. – Таким образом, скачок валют в нашем случае отразился только на себестоимости тканей». Екатерина Кормич соглашается: «Конечно, на своем производстве удобно корректировать модели, менять ткани, осуществлять конструктивные и технологические изменения, частые примерки, оттачивая прототип модели».

## ПЕРЕЗАГРУЗКА

Разумеется, при упоре на собственное производство возникает и множество проблем.



Выступая на семинарной сессии PROfashion, генеральный директор ТМ Везко **Сергей Безкоровайный** подчеркнул, что отечественным производителям по-прежнему не хватает крупных инвестиций, квалифицированного персонала и налаженного рынка сбыта. «Главный минус собственного производства – дефицит кадров, способных работать по сложным стандартам качества, – говорит Ильшат Сафиуллин. – Во многих училищах

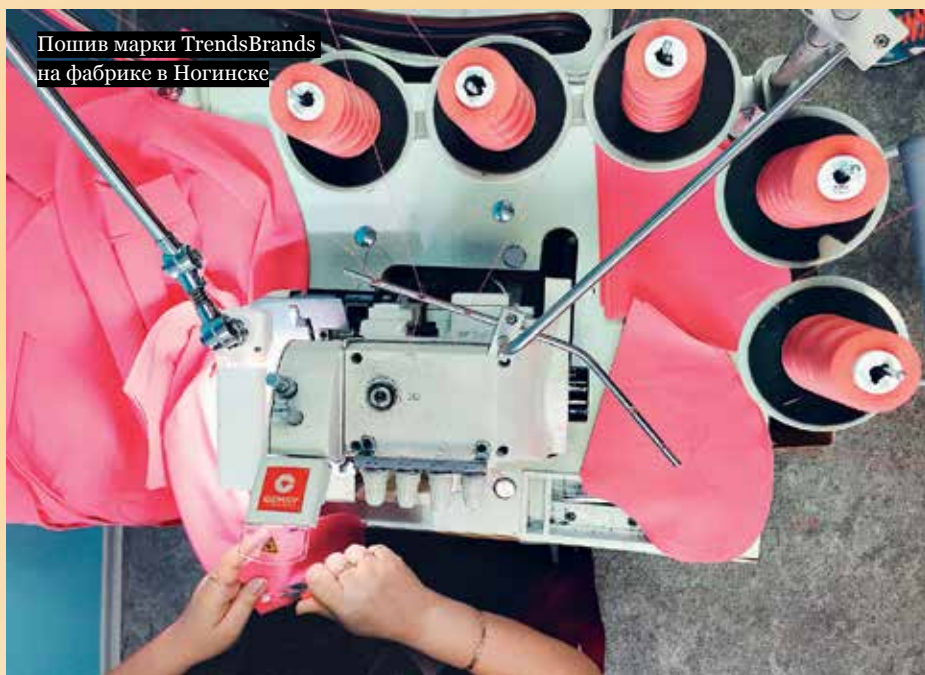
на факультетах швейных специальностей едва набирается одна-две группы, в основном из приезжих».

Головная боль отрасли – сильная импортозависимость от сырья, материалов и фурнитуры. В недавней публикации замминистра экономического развития РФ Алексея Ведева на Экономическом портале сообщается, что общая зависимость от импорта при производстве одежды из тканей составляет 55%, а применительно к изделиям из трикотажа – до 43%. В отличие от других стран БРИКС с развитой швейной индустрией – КНР, Индии, Бразилии – в РФ по существу развалено производство качественных тканей, в связи с чем текстильный импорт в нашу страну, по данным Центра Сулакшина, в 2005–2013 годах вырос почти в 2,5 раза.

Кроме того, из-за отсутствия необходимого оборудования ряд технологических операций в России просто невозможно осуществить. «На нашем российском производстве выпускается более 900 артикулов в год, – рассказывает Николай Хохряков. – Кроме того, мы ежегодно делаем 300 артикулов в Македонии. Но разработанную нами мембрану, которая отражает 30% инфракрасного излучения, нельзя сделать ни в России, ни в Македонии. Ее для нас изготавливают в Италии».

Но, пожалуй, главная проблема производителей – как обеспечить круглогодичную и разумную загрузку мощностей. «Производство можно держать, только если вы его правильно планируете, – уверен директор ТМ Ромра. – Если у вас продукции больше, чем можете продать, вам хана. Поэтому производителю логичнее всего часть продукта выпускать самостоятельно, а часть размещать. Производство должно быть всегда загружено, любой простой ведет к краху».

В условиях падающего рынка тем более необходим план по объему выпуска продукции. «Чтобы собственное производство приносило прибыль, план выпуска должен быть известен за полгода. Все, что эти планы нарушает – несет убытки», – уверен Сергей Промохов. «Очень часто склад компании заполнен товаром в тысячу наименований, но ничего не продается, – делится впечатлениями **Алексей Евтушенко**, основатель бренда Rigaki. – Происходит это оттого, что фабрики не изучают тенденции рынка и даже





не пытаются спрогнозировать предпочтения целевой аудитории». Однако сколько-нибудь точный прогноз стал теперь объективно невозможен из неопределенности цен на сырье и действий государства, в значительной степени определяющих уровень доходов населения и, соответственно, целевого спроса. К тому же в силу ограниченности отечественных промышленных мощностей на них невозможно отшивать крупные партии. «При больших объемах проще использовать партнерские фабрики, – уверена Инна Тихонова, – или комбинировать свое производство с аутсорсингом». По этой причине, например, «Мэлон Фэшн Групп» (марки Zarina, befree, Love Republic), имея в Санкт-Петербурге собственную фабрику «Первомайская заря», около 90% наименований одежды отшивает в Китае, Индии, Пакистане, Бангладеш, Узбекистане и других азиатских странах. Стартап Pigaqi, производящий одежду на аутсорсинге в Ивановской области и Пензе, намеревается перенести заказы в Казахстан в связи с увеличением объема. «Производство там

обходится дешевле, чем в России», – уточняет Алексей Евтушенко. Не будем при этом забывать, что технический уровень местных предприятий мало чем отличается от российских реалий.

«В России цена пошива на аутсорсинге выше, чем, например, в Киргизии, – развивает тему Софья Вдовичева. – А большие партии имеет смысл отшивать только в Китае».

### ВЕКТОР ПЕРСПЕКТИВ

На вышеупомянутой семинарной сессии совладелец бренда «Русский сезон» Екатерина Дягилева рассказала о схемах работы с фабриками для производства отечественного бренда одежды. Она уверена, что в период кризиса размещение заказов в России наиболее выгодно для компаний, работающих в среднеценовом сегменте и производящих дизайнерскую одежду. С этим согласны и производители. Так, Сергей Рожнов говорит: «Для того чтобы производить в России, нужны собственное лицо, оригинальная технология и уровень качества, адекватный ориги-

нальному продукту. Интересные предложения будут востребованы рынком». «Сегодня в выигрыше оказывается тот, кто инвестировал в качество продукта, пусть даже в ущерб прибыли, – подчеркивает Николай Хохряков. – Ценность марок, которые предлагают уникальный продукт, несравненно выше, чем ценность массовых предложений».

«Сейчас в России не имеет смысла производить в сегменте масс-маркет, – считает Алексей Евтушенко. – Проще уж закупать в Китае ткани и там же отшивать одежду, привлекая дешевую рабочую силу. В то же время в России огромная «дыра» в товарах среднеценового сегмента. Эту нишу пора заполнить».

Для отечественного производителя именно в нише среднеценового уникального продукта кроются наибольшие возможности. Хорошо просчитанный баланс собственного производства, аутсорсинга в стране и за границей становится сильным конкурентным преимуществом отечественных игроков в условиях неустойчивой экономики. **RF**

**10-12 March 2016**

# Central Asia Fashion Spring-2016

Алматы/Казахстан  
Almaty/Kazakhstan

**17**-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МОДЫ  
-TH INTERNATIONAL FASHION EXHIBITION

- \* 4 500 кв. метров выставочного пространства
- \* B2B программа
- \* Бизнес программа
- \* Байерские & дизайнерские show-показы

**CENTRAL ASIA FASHION- БОЛЬШЕ ЧЕМ ВЫСТАВКА**

Организатор:  
Международная выставочная компания **catExpo** [www.fashionexpo.kz](http://www.fashionexpo.kz) +7 727 338 42 63  
[info@fashionexpo.kz](mailto:info@fashionexpo.kz) +7 727 338 42 69

REKLAMA

MODA ITALIA, ISIFRANCE, IGEDO COMPANY, SATIAD, elt, DEFI, ITKIB

# amazone

## AMAZONE

Наименование компании: **Королева XL**  
 Город: **Москва**  
 Адрес: **3-й пр-д Марьиной Рощи, 40, стр. 1**  
 Телефон: **+7 (495) 225-21-11**  
 Факс: **+7 (495) 225-21-11**  
 E-mail: **info@korolevaxl.ru**  
 Интернет: **www.korolevaxl.ru, www.amazone-fashion.ru**

1. Бренд: **AMAZONE**
2. Страна происхождения бренда: **Франция**
3. Приоритетное направление в продукции марки: **женская одежда больших размеров (туники, платья, блузоны, жакеты, юбки, брюки), нарядная и casual. Каждый сезон – около 300 моделей, разные направления под любого клиента.**
4. Размерный ряд продукции: **52–72 по российской шкале**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **коллекция рассчитана на женщин от 25 и старше, которые уделяют большое внимание модным вещам с небольшими изысканными деталями**
6. В каких странах представлена марка: **страны СНГ, Россия, Франция**

7. В каких российских регионах представлена марка: **все регионы России**
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **специализированные магазины формата plus size**
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **минимальный заказ – от 30 000 рублей**
10. Программа клиентской поддержки: **каталоги, постеры, баннеры, электронные материалы для собственной рекламы**



## ALPACANA

Наименование компании:  
**Alpacana**  
 By **Modemanufaktur Heilmann UG**  
 Контактное лицо: **Bernd Heilmann**  
 Адрес: **96049 Бамберг Германия, Титусстрассе, 26**  
 Телефон: **0049 163-215-2207**  
 E-mail: **alpacana@t-online.de**  
 Интернет: **www.alpacana.com**



1. Бренд: **Alpacana**
2. Страна происхождения: **Германия**
3. Объем выпускаемой продукции: **1200 изделий**
4. Приоритетное направление в продукции марки: **куртки и пальто из шерсти альпака и мохера**

5. Размерный ряд продукции: **38–58**
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 30 лет**
7. В каких странах представлена марка: **Германия, Швейцария, Австрия, Россия, Чехия**
8. В каких российских регионах представлена марка: **Москва, Санкт-Петербург**
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **мультибрендовые магазины**
10. Программа клиентской поддержки: **листовки, каталоги**

# anathea BY PARAKIAN

## ANATHEA BY PARAKIAN

Наименование компании:  
**Didier Parakian,**  
 представитель **OZ-Fashion**  
 Контактное лицо: **Ольга Загун**  
 Город: **Düsseldorf, Москва**  
 Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf / 105120, Москва, Н. Сыромятническая ул., 10, стр. 2, 7-й этаж (ст. м. «Курская» или «Чкаловская»)**  
 Телефоны: **+49-211 40 58 243, +7 (499) 270 0791**  
 E-mail: **info@oz-fashion.ru**  
 Интернет: **www.oz-fashion.ru, www.anatheabyparakian.com**



1. Бренд: **ANATHEA BY PARAKIAN**
2. Страна происхождения: **Франция**
3. Приоритетное направление в продукции марки: **какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда (платья, юбки, блузы) из шелка, вискозы, льна**
4. Размерный ряд продукции: **38–54 (французская шкала)**

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 30 и старше**
6. В каких странах представлена марка: **Германия, Франция, Япония, Америка, Россия, Украина, Италия, Казахстан, страны Прибалтики**
7. В каких российских регионах представлена марка: **Центральный, Приволжский, Северо-Западный, Южный, Дальневосточный федеральные округа, Западная и Восточная Сибирь и Урал**
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **моно- и мультибрендовые магазины**
9. Программа клиентской поддержки: **пиар-поддержка, складская программа, мерчандайзинг и концепт фирменного магазина**



# Королева ХЪ

НОВОЕ ВРЕМЯ – СИЛЬНЫЙ  
И СТАБИЛЬНЫЙ ПАРТНЁР

52-72

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНО-  
ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ  
ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ  
БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ



Нарядная одежда  
Lia Mara



АМАЗОНЕ  
Французская мода



SHALLE

Европейская коллекция



Верхняя  
одежда



Liza Massoni  
для дома и  
отдыха



Эксклюзивный товар по эксклюзивным ценам

[www.shalle.ru](http://www.shalle.ru)

[www.korolevaxl.ru](http://www.korolevaxl.ru)

(495) 225-21-11

СОБСТВЕННЫЕ МАРКИ – САМИ ПРОИЗВОДИМ, САМИ ПРОДАЕМ!



# BASSINI

## BASSINI

Наименование компании: **Королева XL**  
 Город: **Москва**  
 Адрес: **3-й пр-д Марьиной Роши, 40, стр. 1**  
 Телефон: **+7 (495) 225-21-11**  
 Факс: **+7 (495) 225-21-11**  
 E-mail: **info@korolevaxl.ru**  
 Интернет: **www.korolevaxl.ru**

1. Бренд: BASSINI
2. Страна происхождения бренда: Англия
3. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда – блузоны и юбки
4. Размерный ряд продукции: 48–64 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: коллекция рассчитана на женщин от 35 и старше
6. В каких странах представлена марка: страны СНГ, Россия, Дания, Англия
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: специализированные магазины формата plus size

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – от 30 000 рублей

10. Программа клиентской поддержки: каталоги, постеры, баннеры, электронные материалы для собственной рекламы



# bestia donna

**CPM**  
 Пав. 75  
 Стенд  
 А48–В47

## BESTIA DONNA

Наименование компании:  
**ООО «Концепт Групп»**  
 Контактное лицо: **Оксана Журбина**  
 Адрес: **Санкт-Петербург, ул. Рентгена, 5/26**  
 Телефон: **+7 (812) 322-11-22**  
 E-mail: **info@bestia.cc**  
 Интернет: **www.donna.bestia.cc**

1. Бренд: BESTIA DONNA (линейка Plus Size марки Bestia)
2. Страна происхождения: Россия
3. Приоритетное направление в продукции марки: трикотаж, платья, жакеты, блузки, джинсы, брюки, верхняя одежда, аксессуары
4. Размерный ряд продукции: 50–58 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: 25–35 лет
6. В магазинах какого формата марка будет продаваться в России: мультибрендовые магазины
7. Программа клиентской поддержки: пакет рекламных материалов (каталог, плакаты, имиджевые фотографии), методические материалы по мерчандайзингу, консультации при подборе ассортимента



## CHALOU

Наименование компании: **CHALOU GmbH**  
 Адрес: **Москва, Н. Красносельская ул., 40/12**  
 Телефон: **+7 (495) 761-49-01,**  
**+7 (917) 583-76-26**  
 E-mail: **chalou.russia@gmail.com**  
 Интернет: **www.chalou.su**

# CHALOU

**CPM**  
 Форум  
 Стенд  
 С29

1. Бренд: CHALOU, Sempre Piu, Aprico
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции: женская одежда больших размеров (plus size), учитывающая все особенности нестандартной фигуры
4. Размерный ряд продукции: 48–74 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция: женщины от 25 лет, доход средний
6. В каких странах представлена марка: страны Европы, Россия и страны СНГ
7. В каких российских регионах представлена марка: Россия и страны ближнего зарубежья

8. В магазинах какого формата продается марка в России: бутики plus size, мультибрендовые магазины и шоу-румы

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – от 50 единиц продукции

10. Программа клиентской поддержки: координация заказов, организация поставок, каталоги и промоматериалы, материалы для собственной рекламы, сезонные скидки



# CHALOU

РЕКЛАМА

## СРМ

Павильон ФОРУМ, стенд С29

ШОУ-РУМ В МОСКВЕ  
Нижняя Красносельская ул., 40/12

Тел.: +7 (495) 761-49-01  
Моб.: +7 (917) 583-76-26  
E-mail: chalou.russia@gmail.com

ОДЕЖДА БОЛЬШИХ  
РАЗМЕРОВ ИЗ ГЕРМАНИИ

# 48-74

Российские размеры



## COLB

Наименование компании: **OZ FASHION**  
 Город: **Moscow / Duesseldorf**  
 Адрес: **ул. Н. Сыромятинская, 10, стр. 2, 7-й этаж (ст. м. «Курская» или «Чкаловская») / Fashion House 2, Danzigerstrasse 111, Room A003**  
 Телефон: **007 499 270 07 91, 0049 211 40 58 243**  
 E-mail: **info@oz-fashion.ru**  
 Интернет: **www.colb.it**  
**www.oz-fashion.ru**

1. Бренд: COLB
2. Страна происхождения: Италия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: используется шелк в сочетании с трикотажем или только трикотаж, в основном платья, а также кардиганы, свитера, топы, юбки
4. Размерный ряд продукции: 40–60 (итальянская шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 40 до 70 лет
6. В каких странах представлена марка: Россия, Италия, Япония, Гонконг, США, Германия, Франция, Канада, Нидерланды, Великобритания, Казахстан, Азербайджан, Чехия

7. В каких российских регионах представлена марка: Уральский, Центральный, Южный и Северо-Кавказский федеральные округа; города Санкт-Петербург и Москва
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €5000
10. Программа клиентской поддержки: координация заказов, организация поставок товара и его сертификация, предложение по складской программе, рекламная и PR-поддержка

**CPM**  
 Пав. 21  
 Стенд  
 С12

## DORISSTREICH.

### DORIS STREICH

Наименование компании: **Streich Bekleidungswerk GmbH & Co. KG, представитель в России – GUL Handels GmbH**  
 Контактное лицо:  
**Наталья Лапичева**  
 Телефон: **+49 89-693867-0**  
 E-mail: **info@gulhandel.de**  
 Интернет: **www.dorisstreich.de, www.gulhandel.de, www.angellik.ru**

1. Бренд: DORIS STREICH
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: примерно 400 000 единиц в год
4. Приоритетное направление в продукции марки: DorisStreich – один из ведущих специалистов в области больших размеров. Комбиколлекции отличаются прекрасными цветовыми комбинациями. Марка представляет одну коллекцию в сезон, состоящую из 250 моделей. Ассортимент – от особенно популярных платьев и туник до идеально подходящих к ним брюк различных посадок, а также легинсы, трикотаж, юбки и др.
5. Размерный ряд продукции: 36–56 (немецкая шкала)

6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 35 лет
7. В каких странах представлена марка: страны Европы, Россия, Канада, Ближний и Средний Восток
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины и магазины с системой shop-in-shop
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: минимальный заказ – от 50 единиц продукции
10. Программа клиентской поддержки: клиентам предлагается обширный набор рекламной продукции (проспекты, ручки, постеры, рекламные сувениры, каталоги)

**CPM**  
 Форум  
 Стенд  
 С37



## ETERNA

Наименование компании:  
**Агентство Bersaglio**  
 Контактное лицо: **Татьяна Леонова**  
 Город: **Москва**  
 Адрес: **Кировоградская ул., 23а, стр. 1**  
 Телефон: **+7 (495) 988-44-80**  
 E-mail: **info@bersaglio.ru**  
 Интернет: **www.bersaglio.ru**

1. Бренд: ETERNA
2. Страна производства: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: в 2014 было произведено около 4 млн единиц продукции
4. Годовой оборот компании: €97,3 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужские сорочки, блузы женские. Материал – хлопок
6. Размерный ряд продукции: мужская сорочка – 37–54 (по вороту), женская блуза – 34–50 (немецкая шкала)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: для всех возрастов

8. В каких странах представлена марка: страны ЕС, Россия, Казахстан, Беларусь, Украина, Молдова, Канада, Австралия
9. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: как в Европе, так и в России марка представлена во всех форматах магазинов
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €4000–8000
12. Программа клиентской поддержки: пакет рекламных материалов, руководство по продажам

**CPM**  
 Форум  
 Стенд  
 Н15



**FA**  
*Concept*<sup>®</sup>  
by Franck Anna

## FA CONCEPT

Наименование компании: **France Trade**  
Город: **Paris**  
Адрес: **22 rue de la Voie des Bans, 95100 Argenteuil**  
Телефон: **+33139340341**  
E-mail: **francetrade95@gmail.com**  
Интернет: **www.francetrade-fashion.com**

1. Бренд: FA CONCEPT
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров из натуральных и смешанных тканей
4. Размерный ряд продукции: 44–60 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: на любой возраст

6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Франция, Бельгия, Германия, Англия
7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, регионы
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: корнеры, мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: от €3000 до €8000
10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, предоставление каталогов и лубкуков

CPM  
Пав. 82  
Стенд  
C02

## FUEGOLITA & ANANKE

Наименование компании:  
**FUEGOLITA SAS**  
Контактное лицо: **Lea Migliorini**  
Адрес: **124 Traverse Le Mee – 13008 Marseille – France**  
Телефон: **0033 4 91 16 05 05**  
E-mail: **contact.fuegolita@orange.fr**  
Интернет: **www.fuegolita.com, www.ananke-woman.com**

1. Бренд: FUEGOLITA & ANANKE
2. Страна происхождения: Франция
3. Объем выпускаемой продукции: 130 000 единиц продукции в год
4. Годовой оборот компании: €9 000 000
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда – свитера, брюки, джинсы, куртки, футболки, топы, платья
6. Размерный ряд продукции: FUEGOLITA – 44–52, ANANKE – 38–52
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 до 65 лет

8. В каких странах представлена марка: Франция, Италия, Испания, Швеция, Норвегия, Финляндия, Дания, Россия, Украина, Ливан
9. В каких российских регионах представлена марка: Сочи, Москва, Ростов, Казань, Новосибирск, Владикавказ
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €4000

CPM  
Пав. 82  
Стенд  
B17

*Gigi*  
by steilmann

## GIGI BY STEILMANN

Наименование компании:  
**Steilmann Osteuropa GmbH&Co.KG**  
Город: **Berlin**  
Адрес: **Mariendorfer Damm 1-3**  
Телефон: **+49 30 76 28 91 100**  
E-mail: **stoe@steilmann.com**

1. Бренд: GIGI BY STEILMANN
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: 180 тыс. единиц
4. Годовой оборот компании: €5 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: business и casual, конфекция и верхняя одежда
6. Размерный ряд продукции: 38–56 (немецкая шкала)
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 45 до 50 лет

8. В каких странах представлена марка: Германия, Нидерланды, Франция, Бельгия, Польша, Чехия, СНГ
9. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: во всех возможных форматах
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €8000
12. Программа клиентской поддержки: существует

CPM  
Форум  
Стенд  
F21

# select

— by Hermann Lange —

CPM  
Форум  
Стенд  
D36

## select by HERMANN LANGE

Наименование компании: **Hermann Lange GmbH & Co. KG, представитель D&K Trading Ltd**  
Город: **Berlin, Germany**  
Адрес: **Dorfstrabe 14c. 16341 Panketal**  
Телефон: **+ 49 172 3923997**  
E-mail: **dk-trading@gmx.de**  
**info@modee.de**  
Интернет: **www.hermannlange.de**

1. Бренд: SELECT BY HERMANN LANGE
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда – блузоны и юбки, нарядные платья, брюки, блузы, комбиколлекция. Нарядная одежда для особых случаев
4. Размерный ряд продукции: 38–54 (немецкая шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 и старше

6. В каких странах представлена марка: Европа, Ближний Восток, Казахстан
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €4000

# JUMS

## JUMS

Наименование компании: **JUMS**  
Контактное лицо: **Юлия Юрина**  
Город: **Рига**  
Адрес: **Maskavas str. 433. Riga, Latvia**  
Телефон: **+3 716 718 9518**  
E-mail: **info@jumsLtd.com**  
Интернет: **www.jumsLtd.com**

1. Бренд: JUMS
2. Страна происхождения: Латвия
3. Объем выпускаемой продукции: 30 000 единиц товара
4. Годовой оборот компании: €4 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужская верхняя одежда, материал – функциональные и плащевые ткани, шерсть, кашемир, хлопок, натуральный мех. Также производим пуховые изделия.
6. Размерный ряд продукции: 46–64
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 20 до 70 лет

8. В каких странах представлена марка: Россия, Италия, Франция, Германия, Бельгия, Швейцария, Украина, Казахстан, Азербайджан
9. В каких российских регионах представлена марка: по всей России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €10 000
12. Программа клиентской поддержки: пакет рекламных материалов

CPM  
Форум  
Стенд  
E27

# JUPITER®



## JUPITER

Наименование компании: **шоу-рум Bersaglio**  
Контактное лицо: **Галина Зайцева**  
Город: **Москва**  
Адрес: **Кировоградская ул., 23а, стр. 1**  
Телефон: **+7 (495) 988-44-80**  
E-mail: **jupiter\_pionier@bersaglio.ru**  
Интернет: **www.bersaglio.ru**

1. Бренд: JUPITER
2. Страна производства: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: 300 000 единиц
4. Годовой оборот компании: €19 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: в коллекцию входит широкий ассортимент курток, жилетов, пальто, пуховиков. Мужчины с удовольствием покупают и носят куртки JUPITER из-за легкости в уходе материалов, широкого спектра различных форм и цветов, а также разнообразных функциональных элементов
6. Размерный ряд продукции: 46–72, 24–36, 51–85, 98–126

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: мужчины всех возрастов
8. В каких странах представлена марка: страны Европы, Россия, страны СНГ
9. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €2000–5000
12. Программа клиентской поддержки: рекламные и учебные материалы

CPM  
Форум  
Стенд  
G18





**K I T A R O**

M E N

## KITARO

Наименование компании: **RomB GmbH**  
 Город: **Берлин-Москва**  
 Адрес: **Москва, Кронштадтский бул., 7**  
 Телефоны: **+7 916 691 37 19 (Россия), + 49 30 915 94 038 (Германия)**  
 E-mail: **o.rom@t-online.de, t.b.bogdanova@gmail.com**  
 Интернет: **www.romb-fashion.ru www.kitaro-fashion.de**

1. Бренд: **KITARO**
2. Страна происхождения: **Германия**
3. Приоритетное направление в продукции марки – **какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: мужской трикотаж, летом преимущественно хлопок, зимой – хлопок и шерсть**
4. Размерный ряд продукции: **S-6XL (швейные изделия), S-8XL (трикотажные изделия), отдельная шкала на высокий рост LT-6-XLT**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **мужчины от 25 лет**
6. В каких странах представлена марка: **Германия, Австрия, Швейцария, страны Бенилюкса, Франция, Греция, Финляндия, Россия, Казахстан, Украина**

7. В каких российских регионах представлена марка: **Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Новосибирск, Екатеринбург, Тюмень, Омск, Томск, Кемерово, Хабаровск, Улан-Удэ, Сочи, Череповец и др.**

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **мультибрендовые магазины**

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **средняя цена единицы продукции на сезон осень-зима составляет €20–25, на сезон весна-лето – €10–15. Минимальный заказ – €3000**

10. Программа клиентской поддержки: **рекламная продукция, тренинг для персонала**

**CPM**  
Форум  
Стена  
В01

## KjBRAND®

STYLE YOUR LIFE – FEEL HAPPY!



## KJBRAND

Наименование компании: **KjBRAND, Brand Bekleidungs GmbH**  
 Контактное лицо: **Anna Melcher**  
 Адрес: **Rücker Str. 8, 63820 Elsenfeld/Germany**  
 Телефон: **0049 (0) 6022-5088-604**  
 E-mail: **a.melcher@brand-fashion.de**  
 Интернет: **www.kjbrand.de**

1. Бренд: **KjBRAND**
2. Страна происхождения: **Германия**
3. Объем выпускаемой продукции: **около 400 000 единиц**
4. Годовой оборот компании: **около €10 млн**
5. Приоритетное направление в продукции марки – **какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: джинсовая комбиколлекция из хлопка и льна**
6. Размерный ряд продукции: **38–58 по российской шкале**
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **от 30 до 60 лет**

8. В каких странах представлена марка: **страны Евросоюза, третьи страны**

9. В каких российских регионах представлена марка: **Москва, Санкт-Петербург, Самара, Ростов-на-Дону, Тюмень, Новгород, Екатеринбург, Воронеж**

10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **мультибрендовые магазины**

11. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: **минимальный заказ – 100 единиц**

12. Программа клиентской поддержки: **каталоги и имиджи (листки и плакаты)**

**CPM**  
Форум  
Стена  
С35

## Lia Mara

## LIA MARA

Наименование компании: **Королева XL**  
 Город: **Москва**  
 Адрес: **3-й пр-д Марьиной Рощи, 40, стр. 1**  
 Телефон: **+7 (495) 225-21-11**  
 Факс: **+7 (495) 225-21-11**  
 E-mail: **info@korolevaxl.ru**  
 Интернет: **www.korolevaxl.ru, www.krasivodorogo.ru**

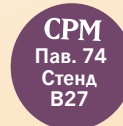
1. Бренд: **LIA MARA**
2. Страна происхождения бренда: **Италия**
3. Приоритетное направление в продукции марки: **Lia Mara – итальянский бренд, который вобрал в себя все самые шикарные, элегантные, неотразимые модели женских вечерних нарядов. На любом торжестве дамы в наших нарядах оставят неизгладимое впечатление самой привлекательной женщины**
4. Размерный ряд продукции: **54–66 по российской шкале**
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: **коллекция рассчитана на женщин от 20 и старше**
6. В каких странах представлена марка: **страны СНГ, Россия, Италия**
7. В каких российских регионах представлена марка: **все регионы России**

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: **специализированные магазины формата plus size, свадебные салоны и магазины вечерней моды**

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: **минимальный заказ – от 30 000 рублей**

10. Программа клиентской поддержки: **каталоги, постеры, баннеры, электронные материалы для собственной рекламы**





## LALIS

Наименование компании:  
**АО «Элис Фэшн Рус»**  
 Адрес: **Ростов-на-Дону, 20-я Линия ул., 4**  
 Телефон: **+7 (928) 229-81-14**  
 E-mail: **sales\_ruk@elis.ru**  
 Интернет: **www.lalis.ru**

1. Бренд: LALIS
2. Страна происхождения/страна производства: Россия
3. Объем выпускаемой продукции: более 1 млн ед. в год
4. Годовой оборот компании: 3 млрд руб.
5. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда средних размеров из высококачественных трикотажных и текстильных тканей европейских производителей
6. Размерный ряд продукции: 48–56 по российской шкале
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: мы не придерживаемся возрастных ориентиров. Для нас важны fashion-тренды, женственность,

- элегантность, стиль и антропометрические особенности фигуры
8. В каких странах представлена марка: Россия, страны СНГ
  9. В каких российских регионах представлена марка: во всех регионах страны
  10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: магазины всех форматов
  11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России, минимум по заказу равен 300 тыс. руб. на одну коллекцию
  12. Программа клиентской поддержки: бесплатное торговое оборудование, координация заказов, pr- и маркетинговое сопровождение



**LADY SHARM**  
 — Classic —

## LADY SHARM

Наименование компании: **LADY SHARM**  
 Город: **Санкт-Петербург**  
 Адрес: **Шевченко ул., 6**  
 Телефон: **+7 (812) 426-15-25**  
 E-mail: **mia@ledisharm.com**  
 Интернет: **www.ledisharm.com**

1. Бренд: LADY SHARM
2. Страна происхождения: Россия
3. Объем выпускаемой продукции: 200 000 единиц в год
4. Годовой оборот компании: 280 000 000 рублей
5. Приоритетное направление в продукции марки: полный ассортимент легкого женского платья (платья, юбки, брюки, костюмы, кардиганы, шорты, туники и т.д.), а также небольшие коллекции по верхней одежде. Для пошива изделий используются современные европейские ткани, предпочтение отдается натуральным и смесовым тканям
6. Размерный ряд продукции: 48–76

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 лет
8. В каких странах представлена марка: Россия, Республика Беларусь
9. В каких российских регионах представлена марка: многие регионы России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: монобрендовые магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальная партия – от 30 000 рублей
12. Программа клиентской поддержки: есть

## LIZA MACCONY

## LIZA MACCONY

Наименование компании: **Королева XL**  
 Город: **Москва**  
 Адрес: **3-й пр-д Марьиной Рощи, 40, стр. 1**  
 Телефон: **+7 (495) 225-21-11**  
 Факс: **+7 (495) 225-21-11**  
 E-mail: **info@korolevaxl.ru**  
 Интернет: **www.korolevaxl.ru**,  
**www.kupalnik-mechta.ru**

1. Бренд: LIZA MACCONY
2. Страна происхождения бренда: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки: купальники закрытые, открытые, юбочные, танкини больших размеров, домашняя одежда класса люкс (накидки, пончо, палантины) из высококачественных купальных тканей, шелка, шерсти
4. Размерный ряд продукции: 42–72 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: коллекция рассчитана на женщин от 18 и старше
6. В каких странах представлена марка: страны СНГ, Россия, Франция
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: специализированные магазины формата plus size, купальной моды и белья
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – от 30 000 рублей



10. Программа клиентской поддержки: каталоги, постеры, баннеры, электронные материалы для собственной рекламы





LADY SHARM

— Classic —

женская одежда  
производство  
г. Санкт-Петербург

**от 48  
размера**

Оптовые продажи  
Санкт-Петербург,  
ул. Шевченко, 6  
тел. (812) 426-15-25  
e-mail: info@ledisharm.com  
www.ledisharm.com

Представительство  
в Москве  
ул. Братиславская, 6,  
тел. 8 (903) 57-57-601  
(метро «Братиславская»)







# Lina

Московская фабрика  
женской одежды

## LINA

Наименование компании: **ООО «Лина ОПТ»**  
 Контактное лицо: **Евгения Ермакова**  
 (старший менеджер по продажам),  
**Наталья Богачева** (директор по продажам)  
 Адрес: **Москва, Рошинская 2-я ул., 4,  
 пом. 1, комн. 2**  
 Телефон: **+7 (495) 724-88-07**  
 E-mail: **oolina@inbox.ru**  
 Интернет: **www.lina-market.ru**

1. Бренд: Lina
2. Страна происхождения: Россия
3. Объем выпускаемой продукции:  
68 000 000 руб.
4. Годовой оборот компании:  
68 000 000 руб.
5. Приоритетное направление в продукции  
марки: женская одежда больших размеров.  
Продукция выполнена из трикотажных  
полотен с высоким содержанием вискозы
6. Размерный ряд продукции:  
от 50 до 64
7. На какую возрастную группу  
потребителей рассчитана продукция  
марки: от 18 лет и старше

8. В каких странах представлена марка:  
Россия, Беларусь, Казахстан, Украина
9. В каких российских регионах  
представлена марка: все регионы РФ
10. В магазинах какого формата продается  
марка в Европе и в России: shop-in-  
shop, корнер, моно- и мультибрендовые  
магазины
11. Каков средний бюджет одного заказа  
продукции вашей марки в Европе и  
в России: 70 000 руб.
12. Программа клиентской поддержки:  
скидки, предоставление печатной  
продукции (каталогов, плакатов),  
электронных материалов



## LQ FASHION

Наименование компании: **LQ FASHION**  
 Контактное лицо: **Michail Iordanidis**  
 Адрес: **Antigonidon 19**  
 Телефон: **+30 231-055-3585**  
 E-mail: **info@lqfashion.gr**  
 Интернет: **www.lqfashion.gr**

1. Бренд: LQ FASHION
2. Страна происхождения: Греция
3. Приоритетное направление в продукции  
марки: деловая и повседневная одежда из  
лучших тканей, производимых в Греции
4. Размерный ряд продукции: 48–64,  
больше – по запросу
5. На какую возрастную группу  
потребителей рассчитана продукция  
марки: от 25 лет

6. В каких странах представлена марка:  
Европа
7. В каких российских регионах  
представлена марка: вся Россия
8. В магазинах какого формата продается  
марка в Европе и в России: моно-  
и мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа  
продукции марки в Европе и в России:  
от €15 000 до €60 000, в зависимости  
от товарной категории
10. Программа клиентской поддержки:  
каталоги и баннеры

Пав. 81  
Стенд  
B25

# mat.

## MAT. FASHION

Наименование компании:  
**MAT. FASHION/G. MONEDAS & CO**  
 Город: **Афины**  
 Адрес: **Аттики Одос и Посейдонос,  
 район Метаморфоси**  
 Телефон: **+30 2102836400**  
 E-mail: **info@matfashion.com**  
 Интернет: **www.matfashion.com**

1. Бренд: MAT. FASHION
2. Страна происхождения: Греция
3. Объем выпускаемой продукции:  
485 000 единиц в год
4. Приоритетное направление  
в продукции марки – какая одежда,  
белье, трикотаж и из каких материалов  
превалируют в продукции компании:  
женская одежда больших размеров,  
необычный крой изделий, яркие принты,  
сочетание гипюра и денима, объемных  
шерстяных тканей и тонкой вискозы
5. Размерный ряд продукции: 42–54  
(европейская шкала)
6. На какую возрастную группу  
потребителей рассчитана продукция  
марки: на современных женщин любого  
возраста
7. В каких странах представлена марка:  
марка представлена в более чем 650

- точках продаж по всей Европе,  
в России, Канаде, Греции,  
Казахстане, Саудовской  
Аравии, ОАЭ и на Кипре
8. В каких российских регионах  
представлена марка: во всех регионах
9. В магазинах какого формата продается  
марка в Европе и в России: в shop-in-  
shops в универмагах, мультибрендовых  
торговых точках и специализированных  
магазинах больших размеров
10. Каков средний бюджет одного заказа  
продукции вашей марки в Европе  
и в России: минимальный размер заказа  
составляет 100 единиц
11. Программа клиентской поддержки:  
каталоги, баннеры, промоакции

CPM  
Пав. 82  
Стенд  
A02-A04





Современные  
модели в большом  
ассортименте

Отработанные лекала

Натуральные  
европейские ткани

Низкие цены

Гибкая система  
сотрудничества

С Линой - высокие  
продажи во все  
времена!

[www.Lina-market.ru](http://www.Lina-market.ru)





## MAXFORT

Наименование компании:

**Succ.ri Bernagozzi srl**

Контактное лицо: **Andrea Seracchioli**

Адрес: **Via Scudai block 38/bis Centergross 40050 Funo di Argelato Bo**

Телефон: **00 390 51864520**

E-mail: **info@maxfort.it**

Интернет: **www.maxfort.it**

1. Бренд: MAXFORT
2. Страна происхождения: Италия
3. Объем выпускаемой продукции: свыше 300 000 единиц товара
4. Годовой оборот компании: €15 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: casual total look, большие размеры
6. Размерный ряд продукции: 52–88, XL–10XL

7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 20 до 60 лет
8. В каких странах представлена марка: европейские страны, Россия, Австралия, Новая Зеландия, страны Ближнего Востока
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €10 000



## MAXIMA

Наименование компании:

**Maxima,**

представитель **OZ-Fashion**

Контактное лицо: **Ольга Загун**

Город: **Düsseldorf**

Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf 105120, Москва, ул. Н. Сыромятническая, 10, стр. 2, 7-й этаж (ст. м. «Курская» или «Чкаловская»)**

Телефон: **+49-211 40 58 243, +7 (499) 270 0791**

E-mail: **info@oz-fashion.ru**

Интернет: **www.oz-fashion.ru, www.maximafashion.com**



1. Бренд: MAXIMA
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: приоритетным направлением являются платья, туники, брюки, юбки, футболки, однако здесь можно найти и верхнюю одежду, и элегантные вечерние наряды
4. Размерный ряд продукции: 44–66 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: у марки нет возрастных ограничений
6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Казахстан, Бельгия, Нидерланды, Австрия, Германия, Чехия, Испания

7. В каких российских регионах представлена марка: Алтайский край, Центрально-Черноземный район, Сибирь, Краснодарский край, Западное Забайкалье, Приволжский регион, Башкирия, Республика Марий Эл
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в моно- и мультибрендовых магазинах
9. Программа клиентской поддержки: бренд постоянно снабжает своих клиентов всей необходимой рекламной продукцией



# M O D E E



## MODEE

Наименование компании:

**MODEE GMBH,**

представитель **D&K Trading Ltd.**

Город: **Berlin, Germany**

Адрес: **Dorfstrabe 14c. 16341 Panketal**

Телефон: **+ 49 172 3923997**

E-mail: **dk-trading@gmx.de**

info@modee.de

Интернет: **www.modee.de**

1. Бренд: MODEE
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки: пиджаки, платья, юбки, брюки, трикотаж. Это комбиколлекция
4. Размерный ряд продукции: 36–48 (немецкая шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 и старше

6. В каких странах представлена марка: Европа, Ближний Восток, Казахстан
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €4000



**MAXFORT**  
OVERSIZE



РЕКЛАМА

**Итальянские бренды мужской и женской одежды больших размеров**

Официальный представитель  
в России и странах СНГ  
шоу-рум Freevola  
123104, Москва,  
Б. Палашевский пер., 1, стр. 2  
Тел.: +7 (495) 697-19-62,  
+7 (985) 784-95-01  
jandersson.co@gmail.com  
tatiana.meln@gmail.com  
Шоу-рум в Болонье:  
Succ.ri Bernagozzi srl  
Via Degli Scudai  
Blocco 38/ bis centergross  
40050 Funo di Argelato (BO)  
Site: www.maxfort.it



**SOPHIA**  
CURVY

CPM  
Стенд В14  
AREA 21



## MONA LISA®

**CPM**  
Пав. Форум  
Стенд  
D30

### MONA LISA

Наименование компании:

**Interchic DOB GmbH**

Адрес: **Москва, Н. Красносельская ул., 40/12**

Телефон: **+7 (495) 761-49-01,**

**+7 (917) 583-76-26**

E-mail: **monalisarussia@gmail.com**

Интернет: **www.monalisafashion.ru**

1. Бренд: Mona Lisa by Interchic DOB GmbH
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки: женская одежда больших размеров (plus size), учитывающая все особенности нестандартной фигуры
4. Размерный ряд продукции: 50–70 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины от 25 со средним и выше доходом
6. В каких странах представлена марка: Европа, Россия, страны СНГ, Прибалтика

7. В каких российских регионах представлена марка: территория России и страны ближнего зарубежья

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: бутики plus size, мультибрендовые магазины и шоу-румы

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – от €1000

10. Программа клиентской поддержки: координация заказов, организация поставок, каталоги и промоматериалы, материалы для собственной рекламы, сезонные скидки

### MODE MONTE CARLO

Наименование компании:

**Mode Monte Carlo von Ehr GmbH**

Контактное лицо: **Peter Schönbach**

Адрес: **Mumpferfaehrstr. 13, 79713**

**Bad Saeckingen**

Телефон: **+49 (0)7761 5607-0**

E-mail: **schoenbach@modemontecarlo.com**

Интернет: **www.modemontecarlo.com**

1. Бренд: MONTE CARLO CASUALWEAR
2. Страна происхождения: Германия
3. Годовой оборот компании: €10 млн
4. Приоритетное направление в продукции марки: одежда для мужчин: рубашки-поло, футболки, свитера, куртки
5. Размерный ряд продукции: S–7XL
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: 30 лет
7. В каких странах представлена марка: Германия, Люксембург, Бельгия,

Нидерланды, Франция, Польша, Швейцария, Австрия, Чехия, Россия, Дания, Швеция

8. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России

9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины

10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: от €5000

11. Программа клиентской поддержки: плакаты, стенды, дисплеи и т. д.

**CPM**  
Форум  
Стенд  
B20

### PAUSE CAFÉ

Наименование компании: **France Trade**

Город: **Paris**

Адрес: **22 rue de la Voie des Bans, 95100 Argenteuil**

Телефон: **+3313934-03-41**

E-mail: **francetrade95@gmail.com**

Интернет: **www.francetrade-fashion.com**

1. Бренд: PAUSE CAFÉ
2. Страна происхождения: Франция
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женская одежда больших размеров из натуральных и смешанных тканей; стильная классика, платья, костюмы для офиса, нарядная одежда
4. Размерный ряд продукции: 42–60 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: это одежда для деловой женщины
6. В каких странах представлена марка:

Россия, Украина, Франция, Швейцария, Бельгия, Германия, Англия, Испания, Канада, Италия

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, регионы

8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины, корнеры

9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €3000–10 000

10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, предоставление каталогов, лубкуков, пакетов, поддержка при мерчандайзинге, проекты магазинов и корнеров, плакаты

**CPM**  
Пав. 82  
Стенд  
C05





## PIONIER JEANS & CASUAL

Наименование компании:

**шоу-рум Bersaglio**

Контактное лицо: **Галина Зайцева**

Город: **Москва**

Адрес: **Кировоградская ул., 23а, стр. 1**

Телефон: **+7 (495) 988-44-80**

E-mail: **info@bersaglio.ru**

Интернет: **www.bersaglio.ru**

1. Бренд: PIONIER JEANS & CASUAL
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: марка PIONIER jeans & casual зарекомендовала себя как одна из ведущих фирм-производителей мужских брюк, отличающихся удобной посадкой, использованием натуральных тканей. PIONIER – это мода для повседневной жизни с уникальной особенностью одежды, которая подходит к любой фигуре. Коллекция изготавливается из высококачественных материалов. В области больших нестандартных размеров PIONIER предлагает специальные модели, которые гарантируют идеальную посадку и высокую комфортность при ношении одежды

4. Размерный ряд продукции: брюки, джинсы 46–72 (3, 4, 5, 6-й рост)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: для всех возрастов
6. В каких странах представлена марка: страны ЕС, Россия, Казахстан, Беларусь, Украина
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: shop-in-shop, корнер, моно- и мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €2000–5000

**CPM**  
Форум  
Стенд  
G18

## PIT.GAKOFF

Наименование компании:

**ООО «Пит.Жакофф» (Pit.Gakoff Ltd.)**

Контактное лицо: **Елена Заварзина**

Адрес: **197183, Санкт-Петербург, Сабировская ул., 37**

Телефон: **+7 (812) 430-43-33,**

**+7 (812) 702-76-60,**

**+7 (812) 970-66-61,**

**+7 (901) 370-66-61**

E-mail: **sales@pitgakoff.ru,**

**director@pitgakoff.ru**

Интернет: **www.pitgakoff.ru**

1. Бренд: Pit.Gakoff
2. Страна происхождения: Франция–Россия
3. Объем выпускаемой продукции: 60 000 единиц в год
4. Годовой оборот компании: 100 млн рублей
5. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: верхняя женская одежда больших размеров XXXXXL для уверенных в себе, модных стильных женщин
6. Размерный ряд продукции: 50–86-й
7. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 лет

8. В каких странах представлена марка: Россия, Канада, Эстония, Финляндия
9. В каких российских регионах представлена марка: более 120 городов России
10. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в мультибрендовых магазинах, мультибренд +size
11. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: €1500
12. Программа клиентской поддержки: рекламная продукция, каталоги на всю коллекцию по сезонам, пиар-поддержка, большая складская поддержка, рекламные материалы, плакаты

**Pit. Gakoff**  
St. Petersburg



**CPM**  
Форум  
Стенд  
B01

## PREGIO COUTURE, ASSO DI CUORI

Наименование компании:

**Emme International Srl, компания-представитель – RomB GmbH**

Город: **Москва**

Адрес: **Кронштадский бул., 7**

Телефон: **+7 (916) 691 37 19 (Россия),**

**+ 49 30 915 94 038 (Германия)**

E-mail: **o.rom@t-online.de,**

**t.b.bogdanova@gmail.com**

Интернет: **www.romb-fashion.ru**

**www.pregiocouture.it**

1. Бренд: PREGIO COUTURE, ASSO DI CUORI
2. Страна происхождения: Италия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: коллекция верхней женской одежды различная по стилю (модерн и классика), наполнителю (пух и синтепон), назначению (куртка и пальто), с использованием различных мехов (лиса, енот, кролик, норка, горная коза)
4. Размерный ряд продукции: 34–50 (немецкая шкала), присутствует коллекция больших размеров 38–60

5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: широкий возрастной диапазон – молодые девушки и зрелые дамы
6. В каких странах представлена марка: все страны Европы
7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Урал, Сибирь, Кавказ
8. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: в Европе – до €2000, в России – свыше €5000
9. Программа клиентской поддержки: предоставление рекламной продукции, тренинг для персонала



**CPM**  
Пав. 74  
Стенд  
B22

## SILVER-STRING

Наименование компании:  
**ООО «Серебряная нить Лтд»**  
Город: **Москва**  
Адрес: **Новгородская ул., 38**  
Телефоны: **+7 (495) 601 27 27,**  
**+7 (495) 601 27 00**  
E-mail: **info@silver-string.ru**  
Интернет: **www.silver-string.ru**



1. Бренд: SILVER-STRING
2. Страна происхождения: Россия
3. Объем выпускаемой продукции: 40–50 моделей ежемесячно
4. Приоритетное направление в продукции марки: модная и стильная женская одежда больших размеров

5. Размерный ряд продукции: 52–72 по российской шкале
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 20 лет
7. В каких странах представлена марка: Россия и страны СНГ
8. В каких российских регионах представлена марка: Центральный, Северо-Западный, Южный, Приволжский, Дальневосточный, Уральский и Сибирский федеральные округа
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в монобрендовых и мультибрендовых магазинах
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: 200 000 рублей
11. Программа клиентской поддержки: оказание полной клиентской поддержки



## SEE YOU / SEE YOU SILVER

Наименование компании:  
**Biggi M Mode GmbH,**  
**компания-представитель – RomB GmbH**  
Город: **Берлин, Москва**  
Адрес: **Москва, Кронштадский бул., 7**  
Телефон: **8 (916) 691 3719 (Россия),**  
**+ 49 30 915 94 038 (Германия)**  
E-mail: **o.rom@t-online.de**  
**t.b.bogdanova@gmail.com**  
Интернет: **www.romb-fashion.ru,**  
**www.biggi-m.de**

1. Бренд: SEE YOU / SEE YOU SILVER
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: женский трикотаж преимущественно из натуральных тканей casual-business-elegant
4. Размерный ряд продукции: See You – 42–60, See You Silver – 38–56 (немецкая шкала)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 35 лет
6. В каких странах представлена марка: Германия, Россия, Бельгия, Нидерланды, Италия, Франция, Испания, Австрия, Швей-

7. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Урал, Сибирь, Дальний Восток, Кавказ
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: от €3000
10. Программа клиентской поддержки: рекламная поддержка, тренинг персонала

**CPM**  
Форум  
Стенд  
B01



## SHALLE

Наименование компании: **Королева XL**  
Город: **Москва**  
Адрес: **3-й пр-д Марьиной Роши, 40, стр. 1**  
Телефон: **+7 (495) 225-21-11**  
Факс: **+7 (495) 225-21-11**  
E-mail: **info@korolevaxl.ru**  
Интернет: **www.korolevaxl.ru,**  
**www.shalle.ru**

1. Бренд: SHALLE
2. Страна происхождения бренда: Россия
3. Приоритетное направление в продукции марки: Shalle – эксклюзивный российско-европейский бренд представляет повседневную и офисную коллекцию одежды из натуральных тканей. Модели имеют комфортную посадку, сочные и спокойные тона
4. Размерный ряд продукции: 52–72 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: коллекция рассчитана на женщин от 25 и старше

6. В каких странах представлена марка: страны СНГ, Россия
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: специализированные магазины формата plus size
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальный заказ – от 30 000 рублей
10. Программа клиентской поддержки: каталоги, постеры, баннеры, электронные материалы для собственной рекламы





*Silver string*  
СЕРЕБРЯНАЯ НИТЬ  
*Мода+*

ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА  
БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ

**52-72**

Федеральная оптовая ярмарка  
«Текстильлегпром», ВДНХ  
павильон 69, стенд С2-16

**СРМ**

Павильон 7.4, стенд В22

+7 495 601-2727

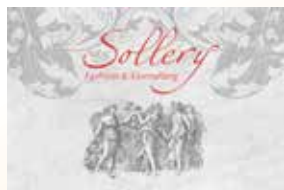
+7 495 601-2700

+7 495 601-2500

Москва, ул. Новгородская, д. 38

[www.silver-string.ru](http://www.silver-string.ru)





**CPM**  
Пав. Foyer  
Стенд  
02-06

## SOLLERY FASHION & CONSULTING

Наименование компании:  
**Sollery fashion & consulting – официальный дистрибьютор на территории РФ и СНГ.**  
Контактное лицо: **Капитонова Маргарита**  
Город: **Москва**  
Адрес: **ул. Академика Королева, 21**  
Телефон: **+7 (495) 980 26 70**  
E-mail: **info@sollery.ru, marketing@sollery.ru**  
Интернет: **www.sollery.ru**

1. Бренд: Cocon Commerz, IVAN GRUNDAHL, Praechtig Berlin, Grizas, Elisa Cavaletti, Cotton Candy, Trippen
2. Страна происхождения: Германия, Италия, Дания, Литва
3. Приоритетное направление в продукции марки: одежда и трикотаж из натуральных материалов
4. Размерный ряд продукции: 44–58 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 30 до 80 лет
6. В каких странах представлена марка: страны Евросоюза, США
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины



9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: €100 000–200 000
  10. Программа клиентской поддержки: проведение обучающих тренингов, показов.
- Бренды предоставляют всю необходимую рекламную продукцию. Наличие свободного склада в Москве.



## TOPLINE

Наименование компании:  
**PANORAMA MODA**  
Контактное лицо: **Дмитрий Хаустов**  
Адрес: **Москва, Спартаковский пер., 2, ДК «Платформа»**  
Телефон: **+7 (495) 640-22-75**  
E-mail: **info@topline.com.gr, info@panoramamoda.ru**  
Интернет: **www.topline.com.gr**

1. Бренд: Topline
2. Страна происхождения: Греция
3. Приоритетное направление в продукции марки: формальная и casual-одежда из высококачественных тканей. Компания предлагает женскую одежду на все случаи жизни
4. Размерный ряд продукции: от 48 до 64, (больше по запросу)
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: от 25 лет
6. В каких странах представлена марка: европейские страны

**CPM**  
Пав. 82  
Стенд  
С19

7. В каких российских регионах представлена марка: вся Россия
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: моно- и мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: зависит от категории продукта, от €15 000 до €60 000
10. Программа клиентской поддержки: каталоги и баннеры



**CPM**  
Форум  
Стенд  
E28

## ULLA POPKEN

Наименование компании: **Ulla Popken GmbH**  
Адрес: **Am Waldrand 19, D-26180 Rastede (Германия)**  
Телефоны: **+7 (495) 201-39-17 (Москва), +49 (0) 4402 799 273 (Германия)**  
E-mail: **marc.brocato@popken.de (Германия), info@ullapopken-moscow.ru (Москва)**  
Интернет: **www.ullapopken.de, www.ullapopken-moscow.ru**

1. Бренд: ULLA POPKEN
2. Страна происхождения: Германия
3. Годовой оборот компании: 2011/12 – €247,4 млн (брутто)
4. Приоритетное направление в продукции марки: продукция Ulla Popken GmbH соответствует высочайшим стандартам качества. К стандарту Ulla Popken GmbH относится предложение безупречной продукции с акцентом на бережное использование природных ресурсов. Безопасность продукции означает для Ulla Popken GmbH безопасность потребителей
5. Размерный ряд продукции: 48–72 по российской шкале или 42–66 (немецкая шкала)
6. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: женщины любого возраста
7. В каких странах представлена марка: Германия, Австрия, Швейцария, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Франция, Чехия,

- Кувейт, Катар, Египет, Греция, Польша, Венгрия, Россия, Сирия, Саудовская Аравия, ОАЭ, Финляндия, Швеция, Босния и Герцеговина, Хорватия
8. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Тюмень, Новосибирск, Красноярск, Кемерово, Омск, Оренбург, Иркутск, Улан-Удэ, Барнаул, Уфа, Нижневартовск, Краснодар, Иваново, Ярославль, Кострома, Самара, Владивосток, Хабаровск
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: в России – монобрендовые магазины (франшиза) в ТРЦ или отдельно стоящие магазины, площадь от 120 до 200 м<sup>2</sup>
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: зависит от размера магазина
11. Программа клиентской поддержки: существует





## URBAN STYLE

Наименование компании: **Urban Style**  
 Город: **Санкт-Петербург**  
 Адрес: **Старо-Петергофский пр-т, 40, лит. А**  
 Телефоны: **+7 (812) 677-31-04, +7 (921) 762-65-25**  
 Факс: **+7 (812) 677-31-04**  
 E-mail: **efremova-us@yandex.ru**  
 Интернет: **www.urbanopt.ru, palto-urbanstyle.ru**

1. Бренд: Urban Style
2. Страна происхождения: Россия
3. Приоритетное направление в продукции марки: женские плащи из европейских (Франция, Италия) хлопкосодержащих тканей с водоотталкивающей пропиткой. Летние пальто из «вареной шерсти», куртки, пальто демисезонные и зимние с утеплителем Isosoft (Изософт), пуховики
4. Размерный ряд продукции: 42–66 по российской шкале. Идеальная посадка в любом размере. Есть возможность увеличить размерный ряд
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: коллекции рассчитаны на современных, модных и стильных женщин, ценящих комфорт и качество, от 25 лет и старше
6. В каких странах представлена марка: Россия
7. В каких российских регионах представлена марка: все регионы России
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
9. Каков средний бюджет одного заказа продукции вашей марки в Европе и в России: минимальная партия – от 50 000 рублей
10. Программа клиентской поддержки: предоставление каталогов, фирменных пакетов, электронных материалов для собственной рекламы, размещение информации о магазинах клиента на нашем сайте

## VIA APPIA — DUE —

### VIA APPIA DUE

Наименование компании: **C.E.d.E.R. GmbH**  
 Контактное лицо: **Андрэ Баум**  
 Адрес: **Am Hasensprung 1, 16567, Mühlenbeck, Germany**  
 Телефон: **+49 (0) 33056/41000**  
 E-mail: **info@ceder-gmbh.de**  
 Интернет: **www.ceder-gmbh.de**

1. Бренд: VIA APPIA DUE
2. Страна происхождения: Германия
3. Объем выпускаемой продукции: около 2 млн единиц в год
4. Годовой оборот компании: около €20 млн
5. Приоритетное направление в продукции марки: модная одежда больших размеров с отличной посадкой из высококачественных материалов, высокая рентабельность продукта, индивидуальность и качество. Наша покупательница высоко ценит качество и крой, выгодно подчеркивающий ее фигуру. Это молодая женщина от 30 лет, и для нее уверенность в себе не зависит от размера одежды. Средняя цена: €27
6. Размерный ряд продукции: 42–54 (европейская шкала)
7. В каких странах представлена марка: Германия, Франция, Греция, Австрия, Швейцария, Бельгия, Нидерланды, Италия, Ирландия, Чехия, Венгрия, страны Балтии, Украина, Россия
8. В каких российских регионах представлена марка: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Пермь, Ростов-на-Дону, Краснодар, Омск, Новосибирск и многие другие города
9. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
10. Каков средний бюджет одного заказа продукции марки в Европе и в России: минимальный заказ – 100 единиц продукции
11. Программа клиентской поддержки: имиджевые фотографии, постеры, рекламные материалы



## VERPASS

Наименование компании: **Verpass, представитель OZ-Fashion**  
 Контактное лицо: **Ольга Загун**  
 Город: **Düsseldorf**  
 Адрес: **Danziger Str. 111, 40468 Düsseldorf 105120, Москва, ул. Н. Сыромятническая, 10, стр. 2, 7-й этаж (ст. м. «Курская» или «Чкаловская»)**  
 Телефоны: **+49-211 40 58 243, +7 (499) 270 0791**  
 E-mail: **info@oz-fashion.ru**  
 Интернет: **www.oz-fashion.ru, www.verpass.com**



## VERPASS

1. Бренд: VERPASS
2. Страна происхождения: Германия
3. Приоритетное направление в продукции марки – какая одежда, белье, трикотаж и из каких материалов преобладают в продукции компании: приоритетным направлением являются платья, туники, брюки, юбки, футболки, однако в ассортименте марки присутствует верхняя одежда и вечерние наряды
4. Размерный ряд продукции: 44–66 по российской шкале
5. На какую возрастную группу потребителей рассчитана продукция марки: возрастных ограничений нет, но есть молодежная вторая линия Maxima. Продукция бренда предназначена для современной жительницы большого города, которая ценит комфорт и практичность, предпочитая в повседневной одежде спокойную и элегантную эстетику
6. В каких странах представлена марка: Россия, Украина, Казахстан, Бельгия, Нидерланды, Австрия, Германия, Чехия, Испания
7. В каких российских регионах представлена марка: Алтайский край, Центрально-Черноземный район, Сибирь, Краснодарский край, Западно-Забайкалье, Приволжский округ, Башкирия, Республика Марий Эл
8. В магазинах какого формата продается марка в Европе и в России: мультибрендовые магазины
9. Программа клиентской поддержки: пиар-поддержка, складская программа, мерчандайзинг

