

# Индустрия МОДЫ



Международная выставка



Санкт-Петербург осень, 2018

0+

Организатор:



При поддержке:



## «ИНДУСТРИЯ МОДЫ» И ВЛАСТЬ – КОМАНДА ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ



**Олег Шость,**  
генеральный директор ООО «ФАРЭКСПО»  
**Татьяна Нестерова,**  
директор выставки «Индустрия Моды»:  
**«Индустрия Моды» – проект будущего**

2018 год стал знаковым для выставки «Индустрия Моды». Мы окончательно перешли на профессиональные рельсы и поменяли формат мероприятия, сделав ее абсолютно трендовой для аудитории B2B.



Такой шаг был необходим. Профессиональные выставки в последнее время наиболее востребованы. Бизнес-проекты B2B оказывают ключевое влияние на успех брендов, их региональное развитие и качество презентаций коллекций одежды. Серьезным производителям нужны серьезные партнеры – ритейлеры, байеры, торговые представители, с которыми они ведут деловые переговоры о сбыте продукции или других формах сотрудничества. Сегодня выставка несет куда больше выгод, чем несколько лет назад. Необходимо лишь обновление с помощью современных технологий. Разработана уникальная концепция маркетинговых коммуникаций по привлечению байеров на выставку, так называемый «Маркетинг 360°», применительно к отрасли fashion-индустрии. Такой подход позволяет установить более близкие отношения с профессионалами и сохранять с ними контакт. С другой стороны, мы рассматриваем площадку «Индустрии Моды» как источник информации, образовательный проект и способ показать важность участия всех специалистов: не только закупщиков, но и дизайнеров, модельеров, маркетологов и др.

Для нас, как для организаторов, главным итогом «Индустрии Моды» (осень, 2018) стало формирование платформы, относительно которой пойдет развитие этого проекта в новом формате. Уже первый шаг показал, что радикально изменился не только внешний вид – экспозиция, но и подход к формированию деловой программы, выстраивание общения с профессиональным посетителем.

Особое значение имеет тот факт, что участники и посетители мероприятия одобрили выбранное направление развития. Положительно оценили проект и эксперты отрасли. Поддержка со стороны федеральных и региональных органов власти, профессионального сообщества дает уверенность в том, что в перспективе «Индустрия Моды» станет знаковым мероприятием для профессионалов fashion-бизнеса.

Мы приглашаем все компании, заинтересованные в оптовых продажах своей продукции, к сотрудничеству в процессе подготовки и проведения «Индустрии Моды». Совместная работа усилит присутствие на выставке и позволит осуществлять продажи 365 дней в году.



**Эльгиз Качаев,**  
председатель КРППР СПб:  
**«Индустрия Моды» – флагман регионального проекта**

Проект «Санкт-Петербург – международный

центр индустрии моды» стал приоритетным благодаря его заметному влиянию на экономику города. Программа способствует появлению новых рабочих мест, профессиональной подготовке кадров, созданию научно-технического инновационного центра для отрасли, повышению туристического потенциала Северной столицы. В перспективе мы планируем увеличить производство текстильной и швейной продукции примерно на 20%, создать в городе торгово-выставочное пространство для презентации товаров легкой промышленности, а главное, укрепить бренд Санкт-Петербурга как центра индустрии моды не только на российском, но и на международном рынке.

В настоящее время заканчиваются комплексные исследования, которые помогут выявить нам основные проблемы данного направления, обозначить тенденции в развитии отрасли и сформировать стратегический план развития. Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга выделяет субсидии предприятиям малого и среднего бизнеса, поддерживает участие компаний в различных презентационных мероприятиях, в том числе выставках и модных показах.

«Индустрия Моды» в ряду отраслевых мероприятий является ведущей платформой для fashion-бизнеса Северо-Запада и программы «Санкт-Петербург – международный центр индустрии моды». В данном случае сложилась такая ситуация, когда мысли и действия власти и бизнеса совпадают. Выставка наглядно демонстрирует достижения отечественного легпрома, а Экономический Форум Индустрии Моды, который традиционно проходит в рамках выставки, заставляет обратить внимание на актуальные вопросы в развитии fashion-индустрии и взаимоотношения всех заинтересованных сторон, способствует реформированию отрасли. Сформировалась команда единомышленников, способная решать глобальные задачи по реализации приоритетного проекта и развитию легкой промышленности в целом.

## РЕВОЛЮЦИЯ В «ИНДУСТРИИ МОДЫ»

Новая локация, новые форматы, новые амбиции... Имея за спиной 25-летний успешный опыт проведения профессиональной выставки, организаторы «Индустрии Моды» решились на рискованный шаг. Они не просто переехали из Спортивно-Концертного комплекса в современный конгрессно-выставочный центр «ЭКСПОФОРУМ», но и кардинально поменяли концепцию события, подход к формированию экспозиции, стиль общения с посетителями.

Открывая выставку, генеральный директор выставочного объединения «ФАРЭКСПО» – организатора «Индустрии Моды» – Олег Шость с благодарностью отметил вклад многих организаций и отдельных лиц в подготовку проекта. Большое значение для развития выставки имеет поддержка Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга, Центра развития и поддержки предпринимательства. Приветственный адрес организаторам выставки направил вице-губернатор Северной столицы Сергей Мовчан. «В этом году Выставка впервые проходит на новой площадке в КВЦ «ЭКСПОФОРУМ», способствуя консолидации специалистов отрасли легкой промышленности и индустрии моды для обсуждения актуальных проблем fashion-индустрии, обмена практическим опытом по развитию модного бизнеса, продвижения отечественной и зарубежной продукции на отечествен-

ном рынке, а также выхода российских предприятий на международный рынок. Уверен, что Выставка «Индустрия Моды» и Экономический Форум Индустрии Моды зададут новый стимул для привлечения инвестиций в производство конкурентоспособных и качественных товаров петербургских производителей, будут способствовать дальнейшему развитию экономики Северной столицы», – говорится в приветственном адресе.

Новый формат объединил в себе специализированную выставку, нетворкинг, отраслевые события, а также эксклюзивные проекты – «изюминки», характерные только для петербургского мероприятия. По сути, получился отраслевой кластер в миниатюре, синтез производства, fashion и ритейла; единение крупных компаний и частных предпринимателей, союз бизнеса и власти.

Впервые экспозиция «Индустрии Моды» была разделена на 2 зоны, что обеспечило комфортные условия для работы поставщиков и закупщиков. Байерская зона включила в себя: стендовую экспозицию, Buyer Consult Workshop, Lounge зону. Вход сюда был доступен только для посетителей, чья задача на выставке сделать заказ для своего магазина или шоу-рума. Для оптовых покупателей ведущие эксперты баинга провели тренд-экскурсии по стендам экспонентов.

В зоне для специалистов разместились: раздел текстиля, площадка аутсорсинга, экспо-

зиция финалистов Международного конкурса молодых дизайнеров «Поколение NEXT», Pop-up Store и профессиональный подиум, который на протяжении работы всей выставки стал своеобразным talk-place – дискуссионной площадкой, где обсуждались новейшие тенденции моды, принимались решения о покупке, давались советы и рекомендации.

Яркое событие «Индустрии Моды» – Fashion-биеннале «Модный Петербург». На одном подиуме Северной столицы собрались ведущие российские и зарубежные дизайнеры, чьи модели демонстрируются по всему миру – в Париже, Лондоне, Нью-Йорке, Токио.

Как и подобает революционным изменениям, восприняты они были неоднозначно. Среди специалистов встречались и консерваторы, и критики, и отчаянные фантазеры. Мнения разделились – от «верните розничные продажи» до «хотим покупателей из Европы». Тем не менее, все эксперты отрасли сошлись в одном – профессиональный уровень «Индустрии Моды» значительно вырос. Преобразование выставки позволило создать отраслевое событие, где нашли свою нишу все игроки рынка – производители, ритейлеры, дизайнеры. А главное – новая концепция помогла наладить диалог между всеми сторонами и способствовала развитию бизнеса, как на примере отдельных компаний, так и отрасли в целом.



## УЧАСТНИКИ ПОСТОЯННЫЕ И НОВЫЕ

Профессиональный подход к проекту «Индустрия Моды» потребовал пересмотреть отношение к формированию выставочной экспозиции. Необходимо было создать пространство, удобное для оптовых покупателей – с эффектной презентацией коллекций и максимальным комфортом для ведения переговоров. Новые условия участия приняли 55 производителей и поставщиков fashion-индустрии. Значительно расширилось представительство текстильных компаний. И по традиции выставка открыла для российских потребителей новые бренды и фирмы, такие как Complies (Франция), Garment Resources (Пакистан), XD Design (Хорватия), S'Oliver (Германия), KARIANT (Россия), SODA (Россия) и др.



### Ксения Врбанич,

основатель бренда XD Design (Хорватия)

– Петербург – модный город с большим потенциалом. Здесь потрясающая атмосфера – архитектура, музеи, магазины. Он мне понравился больше, чем Париж. Поэтому неудивительно, что в этом городе проходит профессиональное мероприятие fashion-индустрии, которое (что немаловажно) поддерживается Администрацией Санкт-Петербурга. Мы привезли на выставку текущую коллекцию, которая уже продается в наших магазинах по всему миру, а также модели Весна – Лето 2019. И мне кажется, петербуржцы и гости города оценили наши работы по достоинству. Недостатка во внимании мы не испытали.



### Наталья Падченко,

региональный менеджер компании S'Oliver (Германия)

– Среди участников «Индустрии Моды» преобладают производители. Наш формат немного отличается – мы предлагаем стоковые коллекции европейских брендов. Но и в этом сегменте мы нашли заинтересованных покупателей. Кроме того, к нам приехали байеры, с которыми мы уже работаем –

посмотреть модели, заключить контракты на поставку. Конечно, результат будем оценивать непосредственно после выставки по количеству заключенных договоров. Но если удастся расширить наше присутствие в России за счет новых клиентов, мы останемся довольны, и решение об участии в весенней выставке 2019 будет положительным.



### Надежда Зайнакова,

генеральный директор ЗАО «Шаркан-Трикотаж» (Удмуртская республика, Россия)

– Я очень настороженно ехала в этот раз на выставку в Санкт-Петербург – боялась, что народ не придет: новая площадка, в стороне от города. Но вопреки ожиданиям поработали мы очень хорошо. Активно откликнулись байеры – мы получили много новых контактов. Кроме того, для меня выставка «Индустрия Моды» – это всегда новые знания и новые знакомства с коллегами. Скажем, семинар Любы Поповой служит для нас основой для маркетинговых исследований, для выстраивания стратегии и создания новых коллекций. В этот раз мы впервые услышали про онлайн-платформу журнала «Модный magazin», которая может стать хорошим подспорьем в продвижении нашей продукции на всероссийский рынок. Полезное начинание – зона аутсорсинга. Мы живем в то время, когда мода стремительно меняется, появление восьми коллекций в год уже недостаточно. Нам не хватает производственных мощностей, поэтому и важно искать партнеров, способных помочь нам. Я очень довольна и новой площадкой, и новым форматом.



### Марина Тихонова,

руководитель отдела продаж ООО «Черил Текстиль» (Москва, Россия)

– В первую очередь, поразили размеры «ЭКСПОФОРУМА». И еще большим удивлением для нас стал петербургский дух, который присутствовал на выставке – высокая концентрация творческих людей, в том числе молодежи. Эти специалисты готовы были часами общаться на тему своей профессиональной деятельности. Наша компания получила огромное количество информации о своих потенциальных клиентах. В Петербурге мы встретили посетителей из других регионов, иногда далеких от Северной столицы, таких как Чебоксары, Нижний Новгород, Воронеж, Саратов и др. Значит, здесь, а не только в Москве, они нашли своего поставщика.



### Елена Николаева,

основатель бренда Elny (Санкт-Петербург, Россия)

– Несмотря на то, что мы участвовали в выставке «Индустрия Моды» ранее, новая концепция для нас оказалась очень непривычной. Посетителей, конечно, в этом году было чуть меньше, чем обычно, но это была наша целевая аудитория. В «ЭКСПОФОРУМЕ» получилось создать атмосферу именно для работы в формате B2B – мы смогли уделить достаточно времени оптовым покупателям, более детально представить продукцию, познакомиться с нашими прайсами и условиями сотрудничества. Очень эффективно экспозицию на стенде дополнил показ коллекций на подиуме. Мы услышали массу комплиментов в адрес наших моделей и получили реальные отклики от потребителей.

## ГОВОРЯТ ПОСЕТИТЕЛИ



**Галина Леонюк,**  
начальник отдела розничной торговли  
ООО «Камволь» (Минск, Белоруссия)

– Наше предприятие выпускает ткани. Но мы развиваемся: уже ведется установка оборудования для пошива, разрабатываем коллекции мужской одежды бизнес-класса. Поэтому на выставке мне важно было найти фурнитуру и комплектующие для мужских костюмов. Кроме того, когда начинаешь новое дело очень важно познакомиться с опытом других. Делегация нашей компании изучает направления и тенденции по выставленным образцам, общаясь с опытными производителями. Очень понравился с практической точки зрения мастер-класс Яны Завьяловой. Организация магазина, формирование ассортимента, работа с персоналом – это те нюансы, которые следует учитывать.

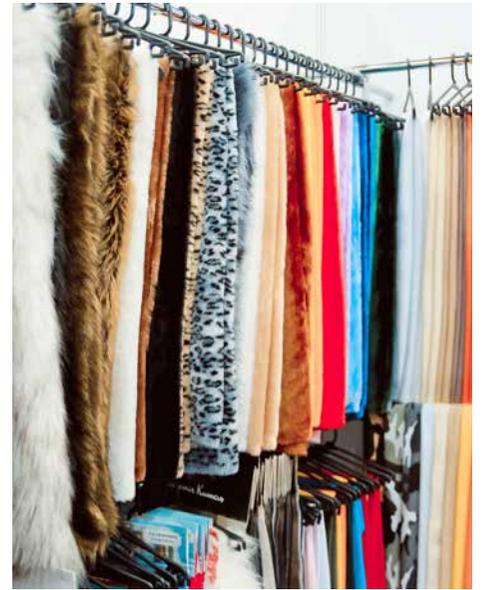


**Юлия Грачева,**  
директор ИП Грачева Ю.С. (Волово, Ленинградская область)

– Профессиональный проект должен быть рассчитан на специалистов. Я очень рада, что «Индустрия Моды» меняла формат и стала по-настоящему деловым мероприятием. Честно говоря, в Москву на выставку ездить не хочется, а в Петербурге событий для байеров не хватает. Я не пожалела, что потратила время на посещение «Индустрии Моды», и искренне верю, что в дальнейшем данный проект станет больше и ярче.

**Галина Егошина,**  
закупщик (Сибай, республика  
Башкортостан, Россия)

– У нас два магазина нижнего белья в городе на 60 тысяч жителей. Мы вынуждены выполнять запросы всех женщин нашего населенного пункта, которые ценят качественное белье и могут за это платить на уровне среднего ценового сегмента. На выставку «Индустрия Моды» заманила деловая программа. Я познакомилась с высокопрофессиональными экспертами. Они говорят об одежде, а я слушаю и уже мысленно примеряю на бельевой ассортимент. Вернувшись, обязательно воспользуюсь их советами. Если говорить о выставке в целом, я уверена, она будет развиваться. Профессионализм здесь виден во всем – подбор экспонентов, разные ценовые сегменты. Такой подход однозначно принесет только положительный результат.



**Абдула Махмуд Баракат,**  
сеть магазинов «Много тканей»  
(Санкт-Петербург, Россия)

– Я на выставке «Индустрия Моды» в первый раз. Пришел по приглашению партнеров, с которыми уже сотрудничаем. Мы решили познакомиться с новой коллекцией и упрочить наши взаимоотношения. Не успел я прийти на выставку, как нашел еще 3 хороших поставщиков. С ними мы можем попробовать наладить деловые отношения, поскольку ассортимент очень разный. Мне здесь очень нравится. В первую очередь, качество и разнообразие представленных тканей, а также уровень работы специалистов на стендах.



**Дэвид Уилкинсон,**  
управляющий универмагом «У Красного моста» (Санкт-Петербург, Россия)

– Проведение профессионального мероприятия для fashion-бизнеса в Санкт-Петербурге – прекрасная идея. Это город с большим количеством возможностей, прекрасными зданиями, окруженными водой; город, где работает много талантливых людей и можно реализовать свой творческий потенциал. К тому же Петербург всегда был площадкой, где появлялось что-то новое. Вот таким открытием для меня стала выставка «Индустрия Моды». Здесь органично объединились интересы производителей, ритейлеров, дизайнеров, поскольку их деятельность неразрывно связана с общей целью – одеть россиян. У этого проекта большое будущее, ведь поддержку ему оказывают Министерство промышленности и торговли РФ, Правительство Санкт-Петербурга, что в нынешней ситуации немаловажно.



# BUYER CONSULT WORKSHOP: ДИАЛОГ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Buyer Consult Workshop – одна из новинок проекта «Индустрия Моды». Интерактивный формат заменил собой классические семинары. Его центральная идея заключается в получении опыта и знаний от ведущих практиков отрасли путем взаимодействия заинтересованных людей. Workshop – процесс, в котором нет аудитории и ведущего. Есть лидер – человек с богатым практическим опытом. Именно в таком ключе и выстраивали свой диалог эксперты баинга.

## Представляем экспертов

### Светлана Старостина

Экс-директор компании «ВИЗАВИ», практикующий имидж-стилист.



#### Темы:

- Прямые продажи – конкуренция on-line продажам.
- Тренд-экскурсия по стендам участников выставки

#### Основные тезисы:

1. Необходимо знать и любить свою целевую аудиторию: проводите опросы, делайте замеры, организуйте фотосессии.
2. Добавьте теплоты в отношения с покупателем. Активно используйте Интернет-пространство, онлайн-магазин, телешопинг. В магазин должны приходиться не только за товаром, но и за положительными эмоциями.
3. Повышайте уровень знаний байеров и продавцов. Внедряйте новые методы, озвученные в ходе обучения.

«У меня получилось совместить семинар с практикой. Основы стилистики прописаны во многих учебниках, поэтому важно было напомнить наиболее значимые моменты и продемонстрировать на конкретных примерах. В роли экспериментальной площадки на сей раз выступили стенды участников выставки, а в будущем неплохо было бы иметь свое пространство-тренажер».

### Арсен Оганян

Генеральный директор бутика «МБЗ».



#### Темы:

- Как изменится ситуация в ритейле в связи с введением маркировки для товаров легкой промышленности.
- Новые правила доставки товаров, механизмы транспортировки.

#### Основные тезисы:

1. Введение маркировки товаров легкой промышленности имеет свои особенности. Плюсы: конечный потребитель может быть уверен в качестве товара. Минусы: дополнительные финансовые затраты в условиях нестабильной экономики.
2. Чтобы подключиться к системе маркировки необходимо подать заявление оператору – ЦРПТ. Обязательную маркировку одежды и обуви планируют ввести с 1 декабря 2019 года. До этого проект, скорее всего, будет работать в тестовом режиме.

«Я всегда открыт для общения. Мне нравится делиться опытом и учиться у других. Организаторы «Индустрии Моды» – молодцы. Нужно было начинать с чистого листа. И даже в такой непростой ситуации они смогли создать восстребованное мероприятие. И, как показывают отзывы, вектор выбран в правильном направлении».

### Яна Завьялова

Исполнительный директор группы компаний SODA.



#### Темы:

- Эффективный баинг. Организация процесса закупок в fashion-индустрии. Особенности работы с итальянскими поставщиками.
- Управление магазином. Игра со скидками – плюсы и минусы.

#### Основные тезисы:

1. Торговля – это совокупность большого количества факторов, упущение одного из них может пагубно повлиять на весь бизнес.
2. Баинг – ведущий процесс в системе ритейла, оказывающий непосредственное влияние на конечную прибыль.
3. Один из основных аспектов баинга – оптимизация закупок: оптимизация бюджета, правильный выбор поставщиков и брендов, своевременная корректировка ассортиментной матрицы.

«Мне кажется, формат открытого диалога в данной ситуации наиболее приемлем. За такой короткий срок тяжело научить. Главное – раскрыть общие понятия, показать направление и дать стимул к новым действиям».



## НОВЫЕ ПРОЕКТЫ «ИНДУСТРИИ МОДЫ»

Отличительной чертой выставки «Индустрия Моды» был и остается дух единения всех направлений fashion-бизнеса. Но как заинтересовать те категории специалистов, кто не является оптовым закупщиком? Как помочь наладить сотрудничество производителям, конструкторам, дизайнерам? Как относиться к деталям – аксессуарам, бижутерии, фурнитуре, которые тоже являются неотъемлемой частью модной индустрии? Ответы на все эти вопросы нашли свое отражение в экспозиции выставки. Для специалистов отрасли работали текстильный раздел, зона аутсорсинга, Pop-up Store и Ярмарка вакансий



Впервые в рамках выставки «Индустрия Моды» в Санкт-Петербурге совместно с ИД PROfashion была организована зона аутсорсинга для легкой промышленности. Деятельность экспонентов данного раздела охватила все секторы швейно-текстильного производства. Российские швейные фабрики и ателье предлагали свои мощности для размещения заказов на пошив по различным направлениям: мужская, женская, детская одежда, школьная форма, трикотаж. А текстильные агентства показали широкий выбор тканей от производителей Италии, Турции, Индии. Таким образом, профессиональные посетители получали доступ не только к основным звеньям цепочки создания продукта – от сырья до пошива, – но и к коллегам по цеху.

Pop-up Store – вполне выставочная история. На выставке «Индустрия Моды» раздел должен был стать центром притяжения для всех. Здесь разместились молодые дизайнеры, мелкие ремесленники, прилавки с аксессуарами, кожгалантереей. Ведь товары, представленные в этом направлении призваны дополнить коллекции одежды и создать образ, привлечь покупателя завершенностью модели. Яркие украшения презентовала компания Raganella Princess, изобилие кожгалантереей на все вкусы демонстрировали фирмы NinaVikont, Махаон, Parezon и др.



На выставке «Индустрия Моды» (осень, 2018) слово «впервые» встречалось довольно часто. Вот и территория для дизайнеров стала еще одной новинкой. Если раньше свои работы на отдельном стенде могли представить только победители Международного Конкурса молодых дизайнеров «Поколение NEXT», то в этот раз возможность продемонстрировать коллекции, не нашедшие применения в промышленном масштабах, могли все желающие модельеры. Пока немногие решились на подобный эксперимент. Но модели, выставленные на фоне профессионального эффектного подиума, привлекли всеобщее внимание и заставили задуматься тех, у кого присутствует творческий потенциал, а вот с реализацией коллекций пока проблемы.

Ярмарка вакансий – уже неотъемлемая часть «Индустрии Моды». Это проект, ориентированный на специалистов, которые стремятся найти работу, и руководителей, желающих пополнить свой штат квалифицированными сотрудниками. На специальном стенде можно было ознакомиться с вакансиями в области fashion-индустрии. Компании, испытывающие нехватку персонала, размещали свои онлайн-заявки на сайте FashionJobs, а соискателям помогали составить резюме и оказывали профессиональные консультации.



### **Анастасия Петрунькина,**

руководитель рекламных проектов ИД PROfashion, организатор зоны аутсорсинга

– В Санкт-Петербурге исторически сложился сильный кластер швейных и текстильных предприятий, а также профессиональная среда для развития дизайна широкого диапазона направлений – от вечерней и эжжуальной до авангардной и артизанальной моды. И именно на профессиональную поддержку и налаживание крепких бизнес-контактов между представителями разных сегментов модного бизнеса был направлен раздел аутсорсинга. Ведь, как показывает практика, именно на таких отраслевых площадках создается рабочая атмосфера для тесного профессионального общения, возникают новые идеи и проекты.

### **Нина Андриященко,**

генеральный директор NinaVikont, участник раздела Pop-up store

– Мы заинтересованы во внимании специалистов. Розничные покупатели задают нам цветовые параметры, которые воплощаем к следующему сезону. Но реализуют продукцию оптовики. Конечно, работа с байерами – серьезный процесс, который требует больше внимания, времени. Наверное, поэтому и стоило разделить эти потоки и уделить больше внимания специалистам. Для нас формат пока непривычный, но я уже сейчас вижу очевидные плюсы и с большой долей вероятности могу сказать, что готовы принять участие в выставке «Индустрия Моды» весной 2019.

### **Далия Галиева,**

специалист портала FashionJobs, организатор Ярмарки вакансий

– Мы работаем на многих выставках, в том числе и в Европе. Там просто не принята розничная продажа на подобных мероприятиях. Поэтому нововведения были крайне необходимы, если «Индустрия Моды» хотела заявить о себе, как о профессиональном мероприятии. То, что выставка изменилась, заметно сразу. Стало больше профильных специалистов среди посетителей. К нам на Ярмарку вакансий стали обращаться те, кто ищет работу в fashion-бизнесе, а не празднично шатающиеся. Среди соискателей много дизайнеров, в том числе графических. Работодателям нужны производственные специальности: конструкторы, швеи, портные, технологи. Эта ситуация характерна для отрасли в целом. Но могу сказать, что вакансии, размещенные в ходе выставки, к окончанию работы «Индустрии Моды» оказались занятыми. Надеюсь, в этом есть и наша заслуга.

## «ИНДУСТРИЯ МОДЫ» – ТЕРРИТОРИЯ ТВОРЧЕСТВА

Новые коллекции, новый взгляд на моду и новые имена – на три дня центральный подиум выставки «Индустрия Моды» стал местом притяжения для всех специалистов отрасли. Здесь были представлены все стороны fashion-индустрии: от молодых дизайнеров до промышленных коллекций.

Байерские показы решают конкретную бизнес-цель – презентуют продукцию, готовую к запуску в серийное производство, и максимально раскрывают возможности производственной компании для последующих заказов закупщиками. По мнению участников, такие мероприятия позволяют проверить реакцию потребителя, получить комментарии экспертов и, при необходимости, внести изменения в коллекции.

Особое внимание специалистов привлек семинар «Fashion trends: ключевые тенденции в моде на сезон весна-лето 2019». Автор семинара, ведущий историк моды Люба Попова поделилась новостями с мировых Недель Моды и проанализировала перспективы развития fashion-индустрии в каждом из трех направлений: женская, мужская и детская одежда. Подробному разбору подвергли и сопутствующие линейки – аксессуары, обувь.

Ключевым событием дизайнерского направления стал Fashion-биеннале «Модный Петербург». Тема мероприятия – «Тренды Осень-Зима 2018/2019». На профессиональном подиуме Северной столицы собрались такие звезды, как Лилия Киселенко, Катя Андержанова, Полина Раудсон, Леонид Алексеев, Модный дом «ZIMA». Специальный гость петербургского показа – XD Xenia Design (Хорватия). Зрители отметили высокий уровень мастерства дизайнеров, великолепную коллекцию гостей из Хорватии, оригинальную молодежную коллекцию Кати Андержановой.

Участники показов сошлись в едином мнении: «Такой формат крайне важен для модной выставки, ведь только здесь дизайнеры, производители, стилисты имеют возможность профессионально развиваться и заглянуть в будущее fashion-индустрии».

### Люба Попова,

профессор Новой академии художеств Милана NABA (Италия)

– На примере выставки Pitti (Италия) мы видим, что рядом могут удачно соседствовать высококачественные коллекции промышленного производства и авангардные дизайнерские работы. Два взгляда на моду органично уравнивают друг друга. Главное, не надо бояться экспериментов. Именно в разнообразии направлений, представленных на выставке «Индустрия Моды», и кроется ее потенциал.

### Катя Андержанова,

дизайнер

– С организаторами выставки «Индустрия Моды» у нас большие планы. Мы продемонстрировали новый формат – неожиданный и неоднозначный. В экспозицию выставки добавили элемент шоу, некоего театра моды, который принес другие эмоции, привлек зрителей. Конечно, мест было маловато, но это только начало. Я уверена, сегодня был дан старт новой жизни «Индустрии Моды».

### Полина Раудсон,

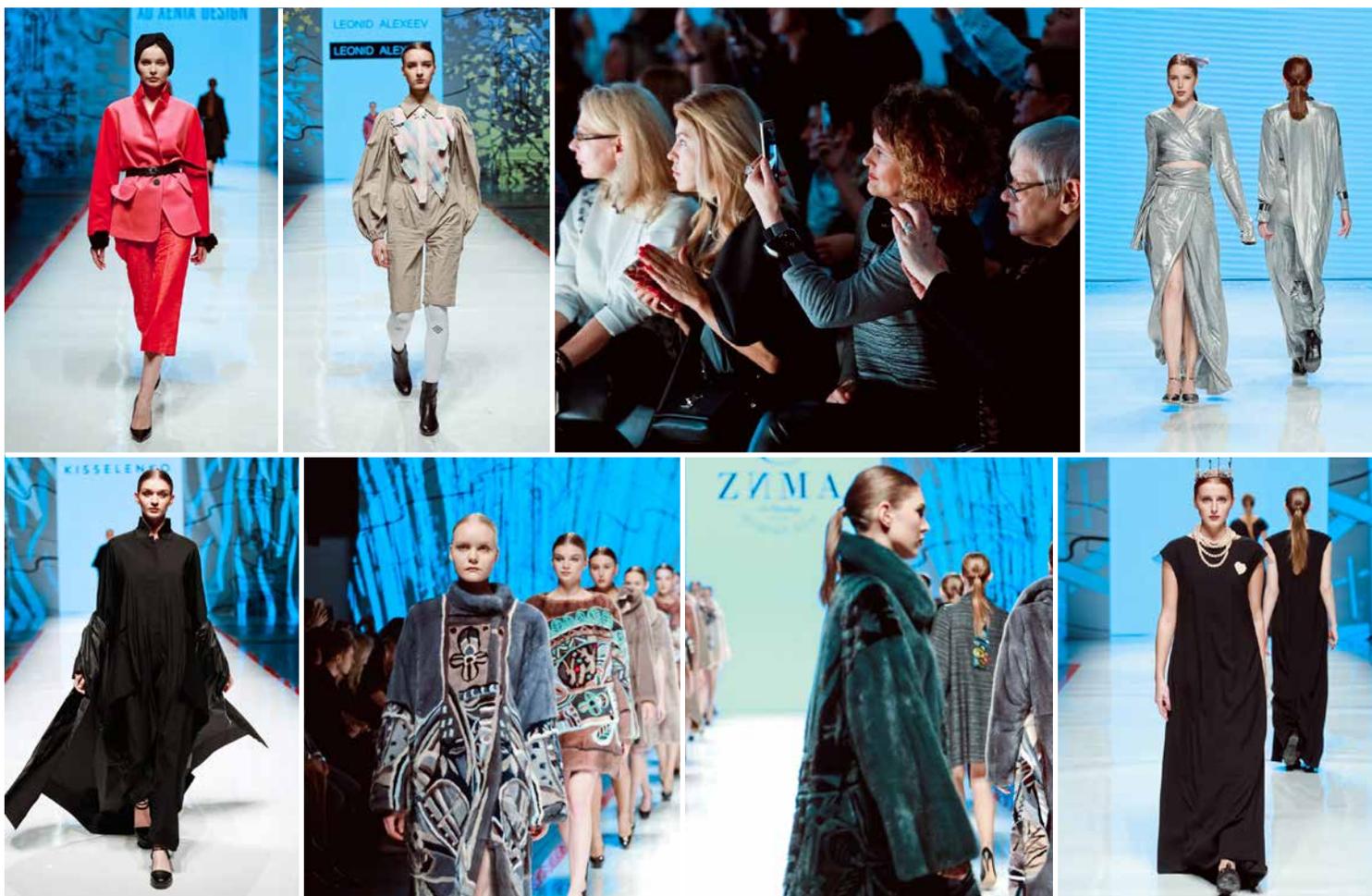
дизайнер

– Симбиоз дизайнеров и производителей, поставщиков тканей и фурнитуры порождает движение всей индустрии. Без общения и сотрудничества развитие невозможно. Ведь если дизайнерские поиски не востребованы производителем, а продавать будем то, что и 20-30 лет назад, отрасль зайдет в тупик. Поэтому мой совет на будущее – приглашайте больше дизайнеров: для демонстрации своих коллекций, проведения образовательных мероприятий, для консультаций.

### Янис Чамалиди,

дизайнер

– Мода сегодня – это мощнейший инструмент, который как лакмусовая бумага показывает уровень, статус, финансовое положение общества. И очень приятно в рамках выставки увидеть группу сильных модельеров, которые тщательно подходят к демонстрации своих коллекций, подбирают не только музыку, но и обувь, аксессуары. И создают образ, навевающий какие-то отклики, воспоминания, идеи. Если говорить о выставке «Индустрия Моды» в целом, хотелось бы отметить правильный выбор места проведения. Новая площадка дает новые ощущения пространства, воздуха, объема, который надо максимально использовать.



# БАЙЕРСКИЕ ПОКАЗЫ КОЛЛЕКЦИЙ УЧАСТНИКОВ



# FASHION-БИЕННАЛЕ «МОДНЫЙ ПЕТЕРБУРГ»



# ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ ИНДУСТРИИ МОДЫ: РИТЕЙЛ РЕШАЕТ ВСЁ?

Впервые Экономический Форум Индустрии Моды прошел в КВЦ «ЭКСПОФОРУМ». Новый масштаб предоставил новые возможности. Зал, где проходила пленарная дискуссия, был переполнен. Актуальная тема специализированной конференции вновь собрала вместе производителей, продавцов, дизайнеров, представителей органов власти и профильных организаций.

Ключевой проблемой стали взаимоотношения производителей и ритейлеров. Кто главный в цепочке бизнеса? Куда уходят деньги покупателей? И как объединить производство, дизайн и продажи на благо конечного потребителя?

Дебаты о взаимоотношении производителей и ритейлеров начал Александр Круглик, президент ОАО «Рослегпром». По его мнению, заработки магазинов несправедливо велики, относительно тех, кто производит. Он выразил мнение, что, может быть, стоило бы государству ограничить торговую наценку. Это предложение вызвало массу возмущения в зале. Отказ от рыночного механизма и разрушение конкуренции могут существен-

но повлиять на российскую экономику. С другой стороны, представители торговли в лице директора бутика «М63» Арсена Оганяна и управляющего универмагом «У Красного моста» Дэвида Уилкинсона озвучили свою точку зрения – о фактическом положении ритейла в России, напомнив о расходах, которые несут магазины; ограничениях и постоянно изменяющихся правилах торговли.

В разговоре активное участие приняла Катя Андержанова, дизайнер, директор сети концептуальных бутиков. Она поделилась рецептами развития цепочки, когда в одних руках находится весь цикл, от производства и дизайна до продажи. Этот подход был поддержан еще рядом участников в зале, в том числе Викторией Тишиной, директором Модного дома «Ведунья».

Решающую роль в трудные для бизнеса времена должна играть поддержка властей города. «Несмотря на сложности с финансированием, городские власти находят возможности демонстрировать достижения наших швейных предприятий и дизайнеров в России и за рубежом, открывая новые рын-

ки сбыта», – отметил председатель Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга Эльгиз Качаев.

В данный момент разрабатывается цифровая платформа, которая призвана объединить на уровне города производство, дизайн и торговлю. Как сообщил Лев Кузнецов, директор СПб ГБУ «Центр поддержки и развития предпринимательства»: «Это решение должно быть воплощено в жизнь уже в 2019 году».

Как бы ни трудна была доля каждого в схеме дизайн – производство – ритейл, только совместные усилия позволят улучшить положение всех вместе и по отдельности. Кто бы ни становился точкой отсчета, в Петербурге нужно работать совместно, думая о том, как реализовать проект «Санкт-Петербург – международный центр индустрии моды». А признание выставки «Индустрия Моды» российским и международным профессиональным сообществом позволяет рассматривать это мероприятие как приоритетное звено регионального проекта.



## Лев Кузнецов,

директор СПб ГБУ «Центр поддержки и развития предпринимательства»

– Меня всегда радует живая дискуссия, «без купюр», которая идет в рамках конференции. Эксперты отрасли выдвигают немало интересных предложений. Мы отмечаем для себя ключевые позиции, на которые обращаем внимание. И сегодня я записал несколько пунктов, над которыми будем работать. С другой стороны, всех идей не охватить. Поэтому я рекомендую специалистам объединяться в сообщества и выходить с инициативами к властям – городским и федеральным. Это сложно, но когда есть желание и упорство, возможно всё.

## Ануш Гаспарян,

соучредитель и коммерческий директор консалтингового агентства Fashion Consulting Group

– Сегодняшняя тема – ритейл – очень актуальна. Любое, даже самое лучшее в мире, производство напрямую зависит от сбыта. С другой стороны, сбыт зависит от конъюнктуры рынка. Существуют разные пути. У нас производители сами открывают магазины, хотя во всем мире противоположная ситуация – ритейлеры начинают создавать свои торговые марки. Как будут развиваться взаимоотношения, зависит в конечном итоге от макроэкономической ситуации. При этом в каждом ценовом сегменте есть своя ниша, которую можно формировать уже сейчас для того, чтобы завтра она принесла прибыль.

## Юрий Косенков,

коммерческий директор ЗАО «Псковская швейная фабрика «Славянка»

– Чем мне нравится Экономический Форум Индустрии Моды, здесь всегда поднимают правильные и нужные проблемы отрасли. В обсуждении активно участвуют и производители, и ритейлеры. Вот только уровень рассматриваемых вопросов, как мне кажется, не вполне соответствует уровню нашей компетенции. Мы выдвигаем идеи, решать которые необходимо на федеральном уровне. Поэтому к участию в Форуме нужно привлекать персон, – представителей власти или общественности – которые будут лоббировать наши интересы на уровне Минпромторга РФ и других структур, способных влиять на развитие легкой промышленности в стране.

## ДВАДЦАТОЕ «ПОКОЛЕНИЕ NEXT»

В 20-й раз в рамках выставки «Индустрия Моды» состоялся Международный Конкурс молодых дизайнеров «Поколение NEXT». За эти годы тщательный отбор прошли более тысячи студентов и выпускников профильных учебных заведений из России и не только. Участие в мероприятии стало престижным не только для самих учащихся, но и их учебных заведений. Поэтому в список конкурсантов попадают наиболее талантливые студенты.

В финале 20-го Конкурса «Поколение NEXT» было представлено 130 проектов из 15 учебных заведений. География участников охватила не только регионы России, но и европейские страны. Впервые финалистами

стали представители: Астраханского государственного университета, Костромского государственного университета, Оренбургского государственного университета, Школы политики и бизнеса (Москва), Технологического колледжа № 21 МЕГАДИЗАЙН (Москва), школы стиля Владислава Лисовца «LisoSCHOOL» (Москва), Центра дополнительного образования «Реальная школа» (Воронеж). На обновленной площадке конкурса дизайнеры создали единое пространство моды будущего. Посетители воочию увидели динамику монументальных текстильных полотен, экспериментальные и коммерческие модели костюма, отличную графику. Уровень выставаемых на конкурс работ неизменно растет с каждым

годом, а тематика и стилистика все больше ориентируются на реалии производства и моды.

Победителем Международного Конкурса молодых дизайнеров «Поколение NEXT» (осень, 2018) в номинации «Костюм» стала Мария Перхун (Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л.Штиглица) – автор концептуальной коллекции «Литий». В направлении «Текстиль» лучшей признана коллекция раппортных тканей «Считая овец» Екатерины Липавской (СПб ГХПА им А.Л.Штиглица). В номинации «Графический дизайн» главный приз завоевала Кристина Котова (Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна).

### Победители Конкурса:



#### Мария Перхун

(номинация «Костюм»):

– Я считаю, что участие в проектах, аналогичных «Индустрии Моды», чрезвычайно важно для профессионального роста начинающего дизайнера. Выставки и конкурсы позволяют молодым специалистам увидеть свой уровень в контексте общей экспозиции, оценить конъюнктуру рынка, способствуют продуктивной интеграции в отрасль. Мы – будущее fashion-индустрии. И в перспективе я вижу 2 параллельных направления: продолжение процесса глобализации, сопряженное с ростом объемов производства fast-fashion конфекций; и локализация посредством развития отдельных, «местных», концептуальных брендов. Второе направление кажется мне приоритетным с художественной и морально-этической точек зрения.

#### Кристина Котова

(номинация «Графический дизайн»):

– Победить всегда хочется, такая черта есть в характере. Но в этот раз я даже и не думала, что стану лучшей в своей номинации. Было очень приятно и неожиданно! Всегда интересно пробовать себя в подобных проектах, тем более международного уровня. Это и опыт, и интересные знакомства.



#### Екатерина Липавская

(номинация «Текстиль»):

– Для меня Конкурс «Поколение NEXT» – дебют. Это была отличная возможность показать свои работы вне стен учебного заведения и я ею воспользовалась. Конечно, ни о какой победе не мечтала. Но мой проект «Считая овец», в котором я попыталась передать ощущение чуда, неведомости, какой-то сказки на ночь, понравился профессиональному жюри. У меня словно открылось второе дыхание – я стала искать возможность участвовать в каждом из подобных профессиональных мероприятий.



#### Майя Кузнецова,

художественный руководитель Конкурса:

– Отмечаю, что в этом году, как никогда, много хороших работ в номинации «Промышленный текстиль». Проектам в направлении «Костюм» пока не хватает драйва. Коллекции получаются немного робкие. Конечно, студентам кажется, что они сделали открытие, а профессионалам это хорошо знакомо. Но в целом, потенциал хороший. В номинации «Графический дизайн» оказалась самая широкая география. Дизайнеры обратили внимание на это направление и с каждым годом участников становится всё больше и больше.

#### Ольга Чашникова,

член Профессионального жюри Конкурса:

– Могу сказать, что явного фаворита в номинации «Костюм» не было. Жюри выбирало из трех-пяти работ. Это говорит о том, что участники хорошо чувствуют тенденции сегодняшнего дня. С другой стороны, были работы, которые копируют уже увиденное. Участникам конкурса важно не бояться выражать себя, пусть это будет не очень грамотно, непонятно. В любой работе должен быть вызов традициям. Поэтому я хочу призвать их: творите, дерзайте, радуйте нас творчеством!

**24-26**

**АПРЕЛЯ 2019**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

**EXPOFORUM**

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

**Индустрия  
МОДЫ**



фотограф Екатерина Мозина