

Fashion Style Russia объединила компании, влияющие на устойчивое развитие модного бизнеса в России

В Москве завершилась 5-я Международная выставка легкой промышленности Fashion Style Russia, проходившая 27-30 августа. Новые имена, новые технологии, новые соглашения о поставках – выставка показала великолепные результаты, она снова подтвердила статус универсальной выставочной площадки для индустрии моды в России и СНГ. Выставка проходила в первом павильоне МВЦ «Крокус Экспо». В этом году в ней приняли участие более 70 компаний из России, Китая, Турции, Индии, Пакистана, Казахстана, Узбекистана и Беларуси.

Участники представили свои коллекции в трех экспозонах:

- Fashion Style & Podium – мужская, женская, детская одежда, дизайнерские бренды, модные показы;
- Factory Shoes & Leather – обувь, аксессуары, кожгалантерея, натуральная кожа, искусственные материалы, мех, комплектующие, оборудование;
- Fashion Sourcing – контрактное производство: компании, готовые принять заказы на пошив швейной, трикотажной, вязальной продукции, изделий из кожи и меха, а также обуви и аксессуаров.

Выставка доказала, что может стать ключевым событием сезона для дизайнеров, ритейлеров и селлеров маркетплейсов. Посетителями Fashion Style Russia стали более 3500 человек, это первые лица торговых сетей, управляющие магазинами одежды, байеры и дизайнеры одежды и обуви. Выставка организована Российским союзом предпринимателей текстильной и легкой промышленности (СОЮЗЛЕГПРОМ) и компанией SHOESSTAR при поддержке Минпромторга РФ, ТПП РФ и РСПП.

«Мы становимся событием, которое нельзя пропустить в экосистеме моды. Пятый сезон выставки – это еще один шаг к трансформации российской индустрии моды. За два с половиной года выставка менялась вместе с отраслью. Профессионалы поддержали нашу стратегию объединения компаний, оказывающих реальное влияние на позитивное и устойчивое развитие в модном бизнесе», – отметил **Андрей Разбродин, президент «СОЮЗЛЕГПРОМа» и соучредитель выставки Fashion Style Russia.**

Главная цель организаторов выставки – поддержать российских предпринимателей в сложной экономической ситуации, восстановить нарушенные торговые связи между странами Таможенного союза и обеспечить максимально комфортные условия для оптовых закупок одежды, обуви и аксессуаров.

Свои новинки на выставке показали лидеры отрасли и компании-новички. Больше 70% экспонентов составили российские бренды.

Среди новых участников выставки появились крупные платформы, помогающие закупать товары напрямую у производителей из Китая – такие, как КИФА, с ассортиментом более 170 тыс. SKU, китайские компании – например, крупный производитель спортивного трикотажа Changshu Zhongzhou Textiles, фабрика, объединяющая производство с исследованиями Changshu Zhongzhou Textiles, а также совместные предприятия – среди них узбекско-китайская фабрика Marry Muse Textile.

В этом сезоне выставка была сфокусирована на контрактном производстве как наиболее перспективном сегменте – свои условия по контрактам представили швейная фабрика «Прогресс» (Казахстан), «МУСТАНГ ТЕКСТИЛЬ» (Узбекистан), Jiannanmeidi (Китай), «Балтийская линия» (г. Советск, Калининградская область), «Таурус Ледар Мос» (г. Коломна), «Меринос» (г.

Екатеринбург) и др.. Все компании провели переговоры и получили подтверждение спроса на свои условия сотрудничества.

Впервые во время выставки были организованы шоурумы дизайнеров, где после показов посетители могли познакомиться и с дизайнером, и с его коллекцией. Также впервые прошли показы детской одежды.

И еще один громкий дебют - на выставке при поддержке сети универмагов Slava Concept было организовано пространство Slava для поддержки начинающих дизайнеров – они получили не только стенды, но и возможность участия в показах.

В зоне показов проект Fashion Podium ежедневно собирал полный зал – в этом сезоне свои коллекции на выставке показали 29 брендов, среди них Anika Kerimova, Гера Скандал, Merlis, Юлия Бородулина, Mimilu, Atrend, Naedine, Naz Maer и другие.

Деловая программа Fashion Style Russia в этом сезоне стала самой масштабной и разнообразной за всю историю выставки. Она прошла на четырех площадках, где выступили 75 спикеров – ключевых экспертов отрасли.

Каждая площадка была ориентирована на определенную целевую аудиторию выставки. В зале «Стратегия» собрались самые дальновидные участники, которые хотели увидеть общую картину ритейла и понять тренды. В зал «Практика» пришли посетители, которым был нужен ответ на конкретные вопросы здесь и сейчас, а также расчеты. Деловая программа пространства универмага Slava Concept была популярной у начинающих дизайнеров и тех, кто только собрался создавать свой модный бренд и искал информацию о продвижении модного бренда, а камерная обстановка на стенде университета Косыгина позволила приобщиться к профессиональным секретам студентам и дизайнерам-конструкторам, работающим с мехом, кожей, трикотажем и занимающихся fashion-иллюстрацией и дизайном тканей.

Центральной темой деловой программы стало исследование национальных кодов и самоопределение брендов в новых координатах. Оказалось, что российский культурный код – это не только кокошники и хохлома, но и советский авангард и агиттекстиль, а также сказочные образы и сюжеты, это цветовые контрасты и свобода – как в восприятии, так и в экспериментах, и в современный дизайн традиционные коды лучше вписывать не прямым копированием, а намеками. О таком подходе на разных площадках говорили историк моды Мэган Виртанен, создатели бренда DNK.Russia сестры Анна и Ольга Ничковы, эксперты по маркетингу Екатерина Назарова и Юлия Кудрявцева.

Вписать элементы культурного кода в продукт можно буквально – написав цитату из классиков на футболке, опосредованно – к примеру, использовать традиционный орнамент или силуэт, но в современных тканях, символически – например, сшить сумки из жостовских подносов или сумка с куриными ножками.

Дальше идея учета национального своеобразия раскладывалась на конкретные инструменты – как модным брендам использовать сотрудничество с кинопроектами и ресторанами, как продавать на маркетплейсах и в офлайне, как выбрать лицензию, как поднять продажи с помощью стилистов, – в целом бизнес-форум обеспечил изобилием практической и полезной информации. Ответом на вопрос - как сделать российскую моду модной – стал рецепт от бренда DNK Russia.

1. Выпускать две отдельные коллекции - для подиума и для магазинов
2. Вписывать культурный код в товар, но не в лоб, а намеками.
3. Включаться в коллаборации и самим инициировать их.
4. Создавать своих брендовых героев-маскотов.
5. Делать то, что нравится.
6. Очень четко определиться с нишей.

Спикеры пространства Slava вселили уверенность в участников, объяснив, что в современных условиях остаются работающими все основные маркетинговые инструменты - и виральный

контент, и социальный маркетинг, и маски для брендов, и упаковка по органам чувств, и контент, генерируемый пользователями.

Общим стал вывод о ключевой компетенции, которую надо развивать и производителям, и ритейлерам – это навыки коммуникации. От них зависят коллаборации с Роскосмосом, количество зрителей на показе и скорость ответов от больших универмагов.

Спикерами деловой программы Fashion Style Russia были основатель универмагов российских дизайнеров SLAVA Александр Перемятов, директор галереи Slava Zaitsev Юлия Попова, PR-директор онлайн-кинотеатра Okko Артем Саргсян, владелец телеканала FashionTV Russia Антон Гормах, эксперт по таможенному оформлению компании АТС С&L Ирина Левковская, руководитель fashion-департамента B2B-платформы КИФА Ирина Шумкова, директор компании «Новый концепт» Аль Макари Бутрос, эксперт в области ассортиментного управления ассортиментом и создания брендов детской одежды Елена Письменская, руководитель лицензионного агентства «Мармелад Медиа» ГК «Рики» Майя Москвичева, эксперт-практик по визуальному мерчандайзингу и проектированию магазинов Руслан Мигранов, директор «ЛЕГПРОМПАРК» Дмитрий Трушков, учредитель SLAVA agency Натали Бойко, директор по маркетингу KARI Оксана Ледовская, представитель тренд-бюро Carlin Анастасия Котова, владелец бренда одежды OVVIО и фэшн пространства Instyle.zone Александра Тарловская и многие другие. Ежедневным завершением деловой программы были тренд-экскурсии по стендам, позволяющие увидеть, как общие тренды преломляются в конкретных коллекциях. Проводила экскурсии fashion-аналитик Наталья Семенова.

В каждом сезоне Fashion Style Russia уделяет большое внимание сотрудничеству с вузами, поэтому в августе на выставке была представлена инсталляция от студентов МХПИ, посвященная их представлению о российском культурном коде. Оказалось, что больше всего их вдохновляет творчество художника Виктора Васнецова и русские сказки, а одежду они могут создавать даже из мха и бересты.

Еще одним арт-проектом стала инсталляция картин Регины Пачковой (бренд ArtApparel), художница сначала пишет картины, а потом переносит их на платки и сумки.

«Наша изначальная идея была в том, чтобы собрать и дизайнеров, и комплектующие, и аутсорсинг, и сервисные услуги, и образовательную историю, чтобы площадка отвечала запросам всего легпрома. Эта выставка стала для нас испытанием, которое мы успешно выдержали. Вся команда сплоченно работала, чтобы экспонентам было удобно, а деловая программа прошла на том высоком уровне, который ожидают от нас участники и посетители. Это было великолепное время обмена практикой, ресурсами и вдохновением. Спасибо всем, кто сделал его таким замечательным», - подвела итоги выставки **Александра Сакаева, вице-президент СОЮЗЛЕГПРОМа, соучредитель выставки Fashion Style Russia, директор международных выставок обуви и кожгалантереи SHOESSTAR.**