



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

СОЮЗЛЕГПРОМ

107023, г. Москва, ул. Малая Семеновская, д. 3А стр. 1

Тел.: +7 (495) 280-15-48

Факс: +7 (495) 280-10-85

E-MAIL: INFO@SOUZLEGPROM.RU

WWW.SOUZLEGPROM.RU

ДАЙДЖЕСТ ЦЕНТРАЛЬНЫХ СМИ

18 апреля 2018 г.

www.souzlegprom.ru

По данным Росстата в I квартале 2018 года в России в целом произведено 1423 млн кв. м тканей всех видов (101,1% к I кварталу 2017 года), 15,3 млн шт. постельного белья (101,5%), 45,9 тыс. тонн химических волокон (104,5%).

«Российская газета»

ПРИБЫЛЬ ИЗ КОРОБОЧКИ

В Астраханской области засеют хлопком около 500 гектаров

Инвестор из Волгоградской области, один из крупных текстильных комбинатов, заявил о том, что готов выращивать хлопок в двух южнороссийских областях: в Астраханской и Волгоградской. В пресс-службе губернатора Астраханской области говорят, что проект для региона не новый и астраханские фермеры понемногу уже выращивают на своих полях эту культуру. Но в таких масштабах хлопок на Волге будут сеять впервые за последние 50 - 70 лет.

Цель компании-инвестора - частично вытеснить импортное сырье, от которого сегодня зависит все текстильное производство. Астраханская область выбрана неслучайно: по оценкам экспертов, здесь самый подходящий для этой культуры климат, есть небольшие хозяйства, которые уже выращивают "белое золото", и научная база, позволяющая выбрать самые подходящие для этого климата семена. В 1920 - 1940-х годах в регионе хлопком были засеяны тысячи гектаров, для его выращивания даже создавались специальные колхозы.

В конце 2000-х годов астраханские селекционеры провели несколько успешных экспериментов, выведя новые сорта не только традиционного белого хлопка, но и цветные - с кофейным оттенком, бежевые и светло-голубые. При этом в их копилке появились уникальные сорта хлопка, которые вызревают за 110 - 140 дней, быстрее, чем в Узбекистане. Коробочки хлопка раскрываются еще в октябре, до наступления холодов. При этом гарантированная урожайность составляет от 2,5 тонны на гектар, а пиковая урожайность - до шести тонн. Ученые уверяют также, что качество такого волокна выше, чем у эталонного узбекского.

По словам губернатора региона Александра Жилкина, потенциал для выращивания хлопка под Астраханью огромный, этой культурой можно засеять до 100 тысяч гектаров.

- У нас есть люди, которые знают, как это делать правильно, работают с нужными сортами, применяя передовые технологии, - добавляет губернатор. - Но есть и проблемы. Самая главная - нет хорошей современной техники. Убирать хлопок вручную очень тяжело, и на большой

площади делать это, конечно, невозможно. В России специализированную технику не производят, импортная же дорогая.

Такая же проблема и с техникой для переработки хлопка-сырца, пока это тоже происходит вручную. А чтобы процесс был полностью автоматизирован, необходима государственная поддержка.

При этом эксперты отмечают, что перспективы у российского хлопка хорошие. По данным астраханского минсельхоза, потребности российского рынка в этой культуре сейчас оцениваются в 90 тысяч тонн ежегодно. Принимать астраханское сырье готовы хлопчатобумажные комбинаты Камышина, Ярославля и Санкт-Петербурга. Закупочные цены на хлопок даже на внутреннем рынке достаточно высоки, а если производить его на экспорт, то цифра вырастет на 10 - 15 процентов.

Кстати

На прошедшей в марте **Российской неделе текстильной и легкой промышленности** обсуждались меры поддержки производителей отечественного сырья, прежде всего, в шерстяном, кожевенном, хлопковом и льняном сегментах. По мнению президента **Союзлегпрома Андрея Разбродина**, жесткие ограничения на экспорт первых двух видов сырья создают хорошую основу для комплексного сырьевого импортозамещения в отрасли. Среди приоритетных задач легпрома - увеличение доли российской продукции на внутреннем рынке: к 2018 году этот показатель не превышает 20 процентов.

РИА «Мода»

РОССИИ ЖИЗНЕННО НЕОБХОДИМО СОВРЕМЕННАЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНАЯ ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

В рамках Российской недели легкой промышленности — 2018 состоялось пленарное заседание «Отечественная легкая промышленность — 2018. Перезагрузка: От стимулирования и поддержки — к устойчивому развитию». Ряд крупных чиновников и экспертов приняли участие в обсуждении ситуации в отрасли и рассказали участникам заседания о перспективах российского легпрома.

Как, в частности, сообщила в рамках своего выступления заместитель директора департамента развития внутренней торговли, легкой промышленности и легализации оборота продукции Ирина Иванова, за последние три года сектор легкой промышленности вышел на рост, и мы должны не только сохранить его, но и преумножить. Экспорт в секторе растет, российская продукция продвигается за рубежом, есть спрос. Но при этом, к сожалению, констатировала она, импорт готовых изделий у нас тоже очень сильно растет. У нас открытый рынок, конкуренция, поэтому мы приветствуем любые товары, население голосует рублем.

«Но чтобы продвигать российскую продукцию мы разрабатываем специальную программу продвижения. В первую очередь, мы сосредоточились на сегменте b2b и, благодаря внедрению инноваций, у нас очень хорошо развился рынок технического текстиля. Мы производим высокотехнологичные ткани, нетканые материалы, технический текстиль, который обладает специальными свойствами и востребован и во многих случаях превосходит свои зарубежные аналоги», — рассказала Ирина Иванова.

Есть и другие проблемы. Как указала представитель Минпромторга, пока о том, чтобы развивать какие-то совместные компетенции в рамках ЕЭК и создавать совместные предприятия, к сожалению, речи не идет. «Но, надеюсь, что в ближайшее время все-таки ситуация изменится, и мы будем думать уже именно о том, как закрывать те дыры, которые мы имеем. При этом, решения надо принимать быстро: помогать бизнесу тогда, когда ему это необходимо. К сожалению, на площадке ЕЭС мы не всегда быстро приходим к решению, — отметила Ирина Иванова. — Надеюсь, совместными усилиями легкая промышленность будет развиваться на евразийском уровне и у нас появятся кооперационные проекты уже в ближайшее время».

В решении данных проблем, продолжил тему глава Фонда развития промышленности Роман Петруца, способна оказать помощь его организация. «Мы предоставляем долгосрочные, возвратные, и в то же время дешевые средства на модернизацию существующих производств и создание новых. России жизненно необходима современная и конкурентоспособная легкая промышленность. И у предприятий этой отрасли на сегодняшний день, очевидно, такие же проблемы, как и у других предприятий обрабатывающих отраслей. Это ситуация, когда нужно постоянно соответствовать, постоянно повышать конкурентоспособность, нужно постоянно обновлять производственные фонды. И это в условиях высокого банковского процента, высокой стоимости импортного сырья, которая характерна и для легкой промышленности тоже», — рассказал чиновник.

Помимо компетенций и технологий, для фонда очень важно умение предприятия продать свою продукцию, подчеркнул Роман Петруца. Удачный пример здесь — компания «Праймтекс», которая создала производство махровых полотенец и портьерных тканей. До 2016 года в России никто их не производил. Они сделали ставку на цифровые технологии, закупили текстильные принтеры, делают в фотографическом качестве рисунки и имеют огромный, колоссальный портфель дизайн-макетов, что в современном мире крайне важно с точки зрения конкурентоспособности.

Еще один хороший проект реализует компания «Навтэкс». Это импортозамещающее производство медицинских марлевых изделий (марля, бинты, салфетки). Доля импорта такой продукции на сегодняшний день остается достаточно высокой — порядка 40%. Здесь уместно упомянуть другого заемщика — компанию «Промтекстиль». Она запустила производство технических тканей из отечественного сырья для шинных и резинотехнических заводов. Компания планирует занять порядка 15% рынка. С особой гордостью мы говорим о компании «Русская кожа». Там производят экологически безопасные кожевенные материалы, кожу для автомобильных салонов.

Компания «Мануфактура Балина» освоила производство котонина, лен, переработанный до хлопкообразного состояния, который можно использовать для производства постельного белья и одежды. До недавнего времени без этой технологии такой лен был пригоден только для технических тканей. Были отмечены и две другие успешные истории — это компании «Ортомода» и «Витана», производители обуви. Причем «Ортомода» сделала ставку на цифровые технологии и при помощи сканера делает обувь по индивидуальным заказам, сканируя параметры стопы, в чем очевидно испытывают потребность люди, имеющие проблемы со здоровьем.

Последние несколько лет Минпромторг активно поддерживает обрабатывающую промышленность, рассказал глава фонда. Так, за три года фонд профинансировал 230 проектов на 57 млрд рублей. Заемные средства выдаются под 1,3% и 5% годовых, при этом все максимально прозрачно и удобно для заявителя. «Понять, наш ли вы клиент, можно простым способом

— заполнить заявку в форме на нашем сайте. Буквально за один-два дня мы даем экспресс-оценку и в дальнейшем запускается комплексная экспертиза проекта, где обмен документами продолжается в электронном виде. Для нас важно, чтобы компания не имела задолженности перед бюджетом. Есть и новации. Наблюдательный совет фонда снизил ставку по двум базовым программам фонда. Теперь кредит можно взять под 3% годовых в случае, если компания предоставляет банковскую гарантию по проекту», — отметил Роман Петруца.

В этом году фонд располагает суммой свыше 20 млрд руб. Заявки поступают достаточно активно, в среднем восемь-десять еженедельно на 1,5–2 млрд руб. «Советую не откладывать подачу заявки в фонд на конец года, так как сколько денег останется, сейчас сказать трудно. Я уверен, мы их раздадим. Поэтому милости просим», — заключил чиновник.

Впрочем, это не единственный вид поддержки предприятий легпрома. Она может быть не только финансовой, но и контролирующей, как это ни странно звучит. О том, как повысить конкурентоспособность продукции при помощи аудита, участникам пленарного заседания рассказал руководитель Российской системы качества Максим Протасов.

По словам главы Роскачества, все три года с момента создания организации легпром всегда являлся для нее приоритетной отраслью. Первым видом деятельности Роскачества являются веерные исследования качества различных категорий продукции. 52 категории в год ведомство исследует и подробно, понятно рассказывает потребителям о состоянии той или иной категории, какой товар лучше покупать, на что надо обращать внимание при приобретении. Из категорий, которые были исследованы в 2017 году, порядка 20 — товары легкой промышленности.

Второй вид деятельности — государственный знак качества. Роскачество активно старается продвигать лучшие отечественные товары через все возможные каналы продаж, как на внутреннем рынке, так и с помощью Российского экспортного центра на мировых рынках. И те мероприятия, которые были проведены в российских розничных сетях в течение 2017 года и будут проводиться в течение 2018 года, демонстрируют доверие потребителей к этому знаку. Это действительно прямой рост продаж.

«Мы уверены, что лучших отечественных товаров будет становиться все больше. Через потребителя мы влияем на потребительский рынок. Наши коллеги в правительстве говорят, что неожиданно портал Роскачества стал средством массовой информации. Действительно более одного млн потребителей в месяц знакомятся с нашим порталом и принимают решение о приобретении товара, базируясь на этой информации. И тем важнее для нас, чтобы товары легкой промышленности на этом портале выглядели красиво, понятно, и о них мы говорили бы только лучшее. Но лучше мы станем говорить, если эти товары будут соответствовать всем требованиям качества, в том числе повышенным», — отметил Максим Протасов.

Если говорить об основных проблемах сектора, которые становятся заметны в процессе исследований, то это проблемы, в первую очередь, связанные с качеством тканей, указал эксперт. В этом смысле важен третий вид деятельности Максим Протасов — присуждение правительственной премии в области качества, которая помогает всем промышленным предприятиям. Это действительно реальная мера господдержки.

Эксперты Роскачества проводят технологический управленческий аудит промышленных предприятий, которые подают заявки для получения правительственной премии в области качества. В прошлом году количество таких заявок составило около 270, в этом году — уже около 300. Это те

предприятия, на которые приедут эксперты Роскачества, проведут серьезный управленческий аудит, дадут рекомендации акционерам и руководству, что необходимо поменять и улучшить, чтобы повысить конкурентоспособность.

Это, по словам Максима Протасова, касается всех производственных процессов и процессов управления предприятием. Из тех 12 предприятий, которым председатель правительства вручает правительственные премии в области качества, шесть — это предприятия малого и среднего сегмента. Поэтому надо подавать заявки в независимости от того, какого размера предприятие.

В течение последних 20 лет существования правительственной премии в среднем в год от одной до трех заявок на аудит подавалось от предприятий легпрома. Это очень мало, полагает глава ведомства. Но в прошлом году таких заявок от предприятий легпрома было уже 17. Отрасль доросла до внедрения лучших технологий и бизнес-процессов. Отрасль понимает, что такое система менеджмента качества.

«Представители сектора понимают, что необходимо улучшать конкурентоспособность. В этом смысле мы ваши помощники. Мы будем стараться максимально продвигать и предприятия текстильной и легкой промышленности, и лучшие товары текстильной и легкой промышленности», — заключил Максим Протасов.

Между тем, все те меры поддержки, которые сегодня применяются для оказания содействия развитию предприятий текстильной и легкой промышленности, получили толчок после того, как был принят закон о промышленной политике РФ, заключает депутат Госдумы Елена Панина. Над этим законом пришлось работать шесть лет. Не потому, что он сложный, хотя он и не простой, конечно. А потому, что не было понимания у многих представителей правительства о том, что вообще такой закон нужен. «Слава богу, эта ситуация осталась позади», — констатировала она.

В итоге закон был принят. Потом он стал обрастать самыми необходимыми дополнениями, в том числе был создан Фонд развития промышленности, созданы другие механизмы поддержки. «Все это мы сегодня наблюдаем уже в реальных цифрах», — подвела итог депутат.

Напомним, 20–23 марта 2018 года в ЦВК «Экспоцентр» состоялась Российская неделя текстильной и легкой промышленности — 2018, говорится в сообщении организаторов мероприятия. Неделя объединила несколько ведущих международных смотров легкой промышленности, проходящих в России, а также центральное отраслевое событие — V Международный форум легкой промышленности «Легпромфорум — 2018».

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

www.souzlegprom.ru

ДЕНЬ ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПОКАЖЕТ ХОЛЛОФАЙБЕР® В «ТРИУМФЕ»

24-26 мая на полигоне НИИ "Геодезия" в Красноармейске состоится II Научно-технический форум "День передовых технологий правоохранительных органов Российской Федерации".

Производитель пневмокаркасных сооружений, каркасных палаток, пневмоангаров, военных лагерей – компания «Триумф» (СПб) в условиях, приближенных к полевым, продемонстрирует высокоэффективную термо- и шумоизоляцию Холлофайбер® для всех типов указанных объектов. Применение новых технологий позволяет использовать их как в условиях глубокого минуса («Арктика»), так и зноя («Пустыня»). Стёганные утепляющие слои с функцией термоконтроля для палаток также выносятся на премьерные показы в рамках презентации нового проекта Холлофайбер® А1®.

Наполнители Холлофайбер® будут показаны в коллекции «Комплектация». Гипоаллергенные, практичные и комфортные матрасы, подушки, одеяла предлагаются для силовых подразделений в новом виде – с ниточной стёжкой «А.Миллер», и в ставшей уже традиционной концепции «Без ткани», в которой и наполнители, и чехлы изготавливаются из недорогих, но безопасных и надежных нетканых материалов.

Инновации Холлофайбер® готовятся к демонстрации 25 мая, на «Закрытом показе ВВСТ (вооружений, военной и специальной техники)», а также 26 мая – на «Открытом показе».

Презентации по пламястойким утеплителям Холлофайбер® СОФТ НГ для обмундирования, материалам с шумопоглощающим эффектом Холлофайбер® АКУСТИК, а также по материалам для утепленной одежды до -60С Холлофайбер® ПРОФИ МИКРО в этот раз вынесены в закрытые сеты, на которые можно будет попасть только по предварительной записи.

В прошлом году на Первом форуме «День передовых технологий» Холлофайбер® был продемонстрирован Председателю Государственной комиссии по вопросам развития Арктики, заместителю Председателя Правительства Российской Федерации Дмитрию Рогозину, директору Федеральной службы войск национальной гвардии Российской Федерации – главнокомандующему войсками национальной гвардии Российской Федерации Виктору Золотову и губернатору Московской области Андрею Воробьеву.

Infokam.ru

СРЕДИ 20 ТЫСЯЧ ТОНН ХЛОПКА, ПЕРЕРАБОТАННЫХ НА ООО «КАМЫШИНСКИЙ ТЕКСТИЛЬ», ЕСТЬ И 7 ТОНН ВОЛГОГРАДСКОГО

В Волгоградской области продолжается реализация инвестиционных проектов в сфере промышленности.

Об этом infokam.ru сообщили в областном комитете промышленности и торговли, уточнив, что итогом реализации инвестиционных проектов, включенных в перечень приоритетных в ЮФО, станет, в том числе, создание около трех тысяч дополнительных рабочих мест. Запланированный объем инвестиций составляет 124,5 миллиарда рублей, из них уже освоено более 106 миллиардов.

В третьем по величине городе области продолжает модернизацию фабрики ООО «Камышинский текстиль». Сегодня предприятие является крупнейшим переработчиком хлопковолокна в России, перерабатывая порядка 20 тысяч тонн ежегодно. В месяц предприятие вырабатывает 2,5 миллиона погонных метров суровых тканей.

«Камышинский текстиль» успешно переработал и семь тонн волгоградского хлопка - урожая 2016 и 2017 годов. В рамках реализации проекта уже освоено более 1,1 миллиарда рублей.

ТАСС

КРУПНАЯ ТЕКСТИЛЬНАЯ ФАБРИКА В КБР ПЛАНИРУЕТ ВЫЙТИ НА ВЫПУСК 1,8 МЛН ТОНН ПОЛОТНА

Гендиректор предприятия сообщил о завершении запуска первого этапа производства трикотажных полотен чулочного типа

Крупная текстильная фабрика ООО "Текстиль-Индустрия", расположенная в городе Баксан Кабардино-Балкарской республики, к концу 2018 года планирует выйти на максимальный уровень загрузки производственных мощностей и производить до 1,8 млн тонн трикотажного полотна в год, сообщил ТАСС генеральный директор предприятия Хасан Баксанов.

"На сегодняшний день завершен запуск первого этапа производства трикотажных полотен чулочного типа. Годовой объем выпуска продукции трикотажного полотна за прошлый год составил около 900 тыс. тонн. Предприятие планирует до конца года выйти на максимальный уровень производственных мощностей и довести объем производства до 1,8 млн тонн в год", - сказал Баксанов.

По его словам, в 2017-2018 годах осуществили инвестиции по реализации второго этапа развития предприятия - производства трикотажного полотна в рулонах. В перспективе предполагается открытие собственных швейных цехов по производству готовых трикотажных изделий.

Производство ООО "Текстиль-Индустрия" запустили в Баксане осенью 2016 года. По данным минпромторга республики, объем инвестиций в проект составляет порядка 700 млн рублей. Предприятие выпускает трикотажное полотно из 100% хлопка: кулирное, футорное, жаккардовое, интерлочное. При выходе предприятия на полную мощность предполагается создание около 300 рабочих мест.

www.riamoda.ru

КОМПАНИЯ «ВАЛЬДАУ» ВЛОЖИТ СВЫШЕ ОДНОГО МЛРД РУБЛЕЙ В СТРОИТЕЛЬСТВО КОМПЛЕКСА ПО ГЛУБОКОЙ ПЕРЕРАБОТКЕ ЛЬНА В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

АПК «Вальдау» намерена вложить 1,077 млрд рублей в строительство комплекса по глубокой переработке льна в Калининградской области.

Как сообщает «Интерфакс» со ссылкой на заявление представителя компании Андрея Данилова, сделанное в ходе заседания регионального инвестиционного совета региона, глубокую переработку сырья и выпуск льняного полотна планируется наладить в индустриальном парке «Храброво».

«Производственный комплекс по первичной переработке льна будет построен в Гурьевском районе в поселке Низовье», — отметил он.

Площадь посевов льна в рамках проекта составит три тыс. га, к выращиванию планируется привлечь местных фермеров.

«НОРДТЕКС» ПРОДАСТ СВЫШЕ 100 ТЫС. КОМПЛЕКТОВ ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ К ВЫХОДУ ПРЕМЬЕРЫ ФИЛЬМА «МСТИТЕЛИ»

На конец мая запланирован выход очередной серии «Мстителей». Компания «Нордтекс», сотрудничающая с Marvel, владеющей правами на фильм, намерена продавать постельное белье с изображением Халка, Капитана Америки, Железного человека и других персонажей.

Как говорится в сообщении «Нордекса», заказы на постельное белье Marvel уже сделали такие крупные торговые сети, как «Ашан», «Магнит», «Карусель». Всего в поддержку премьеры подготовлено пять дизайнов постельного белья — все они созданы совместно с художниками Marvel и соответствуют духу и стилю вселенной мстителей.

По прогнозам производителя текстиля, к выходу нового фильма уже будет реализовано не менее 100 тыс. комплектов постельного белья с изображениями мстителей.

antennadaily.ru

СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ И ST.FRIDAY SOCKS ВЫПУСТИЛИ ФУТБОЛЬНУЮ КОЛЛЕКЦИЮ

Петербургский бренд St.Friday Socks совместно с мультипликационной студией «Союзмультфильм» выпустил лимитированную коллекцию носков и гольф по мотивам советского мультфильма «Футбольные звезды».

Главными героями коллекции стали футболисты команд «Тюльпан» и «Гладиолус» из мультфильма «Футбольные звезды» 1974 года. Выбор мультфильма был обусловлен нарастающим ажиотажем вокруг футбольной тематики в связи с приближением Чемпионата Мира 2018, который пройдет в России.

Коллекция «Футбольные звезды» - первый опыт сотрудничества студии мультипликации «Союзмультфильм» и бренда St.Friday Socks.

Как оказалось, «Футбольные звезды» - один из немногих, если не единственный, известных мультфильмов о футболе за всю советскую и российскую мультипликационную историю.

В коллекцию вошли 3 модели гольф и 10 моделей носков.

И гольфы, и носки представлены в трех основных размерах (34-37, 38-41 и 42-46). Все гольфы отличаются по длине - 40, 45 и 50 сантиметров для представленных размеров соответственно. Стоимость одной пары носков - 399 рублей, гольф - 499 рублей. Помимо отдельных моделей, St.Friday Socks представил подарочные наборы по специальной цене - от 1099 до 3999 рублей.

Коллекция продается на сайте St.Friday Socks в разделе Limited Edition, а также в ближайшее время поступит в продажу в партнерские

магазины марки (Au Pont Rouge, Универмаг Цветной и другие) и фирменный магазин Союзмультфильм.

Коллекция «Футбольные звезды» - первый опыт сотрудничества студии мультипликации «Союзмультфильм» и бренда St.Friday Socks. В дальнейшем компании планируют закрепить сотрудничество выпуском новых коллекций. В том числе, запуск детской линейки носков.

«Футбольные звезды» 1974 года - мультфильм Бориса Дежкина из серии короткометражных мультфильмов о спорте «Метеор и другие». Мультфильм посвящен футболу, а именно матчу между командами «Гладиолус» и «Тюльпан», последняя из которых в упорной борьбе одерживает победу и проходит в финал Кубка.

Российская марка аксессуаров St.Friday Socks выпускает оригинальные коллекции носков с 2015 года. Продукция производится на собственной фабрике компании из натуральных и синтетических волокон. Хлопковая гребенная пряжа поставляется из Италии, Эстонии, Турции и Узбекистана.

Качество пряжи обеспечивает сохранение насыщенного цвета и гладкость полотна, а уплотненные носок и пятка - комфорт и износостойкость. Продукция St.Friday Socks продается во многих городах России, в Эстонии, Латвии, Финляндии, Греции и США.

В портфолио St.Friday Socks - успешные коллаборации с известными отечественными модельерами и модными брендами, Третьяковской галереей и музеем им. А.С.Пушкина, популярными музыкальными группами Мумий Троль, Uma2rman, IOWA и многими другими.

В МИНПРОМТОРГЕ

www.riamoda.ru

МИНПРОМТОРГ УТВЕРДИЛ ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМ СУБСИДИЙ НА УПЛАТУ ПРОЦЕНТОВ ПО КРЕДИТАМ

Минпромторгом утверждены в новой редакции правила предоставления предприятиям субсидий на уплату процентов по кредитам, полученным в 2017–2019 годах в российских банках, Внешэкономбанке, а также в международных финансовых организациях с участием РФ.

Субсидии предоставляются при условии внесения проекта в перечень комплексных инвестиционных проектов по приоритетным направлениям гражданской промышленности. Соответствующий отбор осуществляет Минпромторг не реже одного раза в течение календарного года.

Как говорится в сообщении министерства, заемные средства должны быть направлены на реализацию комплексных инвестиционных проектов по приоритетным направлениям гражданской промышленности. Субсидии предоставляются также на компенсацию части затрат, связанных с уплатой купонного дохода по облигациям, эмитированным в 2014–2019 годах на срок не менее трех лет. При этом действующие правила субсидирования процентной ставки по кредитам, полученным в 2014–2016 годах, остаются в силе.

В соответствии с внесенными изменениями повышена максимальная общая стоимость инвестиционного проекта с 5 до 7,5 млрд рублей. Для проектов, в отношении которых заключен специальный инвестиционный контракт, до 10 млрд рублей.

Кроме того, все процедуры, связанные с подачей заявлений, обменом документами, мониторингом и контролем за соблюдением условий предоставления субсидий, переведены теперь в цифровой формат. Электронное взаимодействие будет осуществляться через Государственную информационную систему промышленности (ГИСП), что повысит скорость бюрократических процессов, прозрачность и эффективность данного механизма поддержки.

МНЕНИЕ

www.oprf.ru

СТАГНАЦИЯ ИЛИ СНИЖЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА НЕИЗБЕЖНЫ

Андрей Разбродин, член Общественной Палаты РФ, президент Союзлегпрома

Минэкономразвития констатировало замедление ВВП РФ в начале года. Согласно обнародованным 16 апреля данным обзора «Картина экономики за апрель», оценка экономического роста в феврале ухудшилась до 1,3% с 1,5%, в январе - до 1,7% с 1,9%.

Такие оценки отвечают реалиям. Секвестры расходной части федерального бюджета, в сочетании с растущей дефицитностью бюджетов большинства регионов, на мой взгляд, изначально предопределяют сокращение финансирования обрабатывающих отраслей. Как и социальной сферы. Смежный фактор - низкий платежеспособный спрос населения и целого ряда предприятий в обрабатывающих отраслях. Потому и приходится многим сокращать объемы производства, но при этом предприятия пытаются компенсировать эти и смежные издержки путем роста отпускных цен, что еще более снижает потребительский спрос.

При этом экономический блок правительства по-прежнему «исповедует» первичность сдерживания инфляции, что называется, любой ценой.

Потому комплексное стимулирование отраслей и региональной экономики остается на остаточном принципе. Но такой подход в нынешних условиях чреват, в том числе срывами проектов по импортозамещению.

Вдобавок, не могут не влиять на экономику усиление санкционного прессинга, ныне распространяющегося и на страны/компании, сотрудничающие с российской стороной. Я уже не говорю о все более негативном влиянии такого прессинга на курс рубля, на резкое усложнение условий внешних заимствований, привлечения зарубежных инвестиций и современных технологий, выхода на внешний рынок и т.п.

А все это, в совокупности, предопределяет тренды к стагнации или снижению объемов производства.

«Известия»

«ЕСЛИ МЕРЫ НЕ ДАЮТ РЕЗУЛЬТАТА, ТО ОНИ САМИ СОБОЙ ОТМИРАЮТ»

Президент Торгово-промышленной палаты Сергей Катырин об антироссийских санкциях и развитии бизнеса в стране

Соединенные Штаты не остановятся на уже введенных против России санкциях и в скором времени введут новые ограничения, в том числе и против черной металлургии. Такое мнение в беседе с iz.ru высказал президент Торгово-промышленной палаты России Сергей Катырин. Он рассказал, какие шаги в этой связи следует предпринять Москве, а также назвал способы усилить взаимодействие между представителями отечественного бизнеса.

— Сергей Николаевич, буквально сейчас Россия сталкивается с очень сильным давлением со стороны Запада. Санкции всё больше затрагивают нашу экономическую жизнь. Что мы можем противопоставить внешнему давлению?

— На мой взгляд, санкции стали грубым орудием прежде всего конкурентной борьбы США за передел рынков. Президент США обещал американским компаниям помочь на рынке алюминия — пожалуйста, сначала появились пошлины на китайскую продукцию, потом и санкции против «Русала». Практически убежден, что США скоро введут санкции также против нашей черной металлургии. Причина всё та же: Трамп обещал помочь своим металлургам. США с удовольствием бы перекрыли нам и газовый рынок Европы, чтобы продавать ей свой дорогой газ, но тут нашла коса на камень: не хочет большинство европейских стран раскошелиться. Хотя не исключаю, что Америка попытается еще надавить на своих союзников.

Непорядочность во всём этом состоит еще и в том, что санкции вводятся не только против нас, они вводятся против государств, которые с нами сотрудничают. «Розовая американская мечта» здесь — заставить бизнес всего мира прекратить какие-либо отношения с Россией под угрозой штрафных мер США.

Здесь, кстати, и ответ на вопрос: а когда санкции отменят? Уверен, что не скоро. Уж больно это выгодный инструмент для продвижения своих интересов...

Санкции теперь вносят всеобщую неуверенность в планирование любых бизнес-процессов в условиях глобальной экономики. Последние меры от 6.04.2018 г. сформулированы так, что дают возможность разных трактовок. То есть вердикт относительно виновности или невиновности конкретной предпринимательской структуры будет приниматься по усмотрению Управления по контролю за иностранными активами Минфина США в соответствии с политическими и экономическими интересами. Принципы свободы предпринимательства и честной конкуренции, похоже, более ничего не значат...

Что делать нам?

Полагаю, не следует «уходить» в экономическую автаркию. Не надо отказываться от выполнения своих международных коммерческих

обязательств. Надо искать новые рынки, новых и партнеров, активно развивать сотрудничества в сферах, не затронутых ограничениями.

У нас большая повестка внутреннего развития страны: необходимо совершенствовать хозяйственный климат, стимулировать предпринимательство, развивать малый бизнес, решать задачи промышленной политики, заниматься реализацией инфраструктурных проектов, развивать импортозамещение. Всем этим надо заниматься.

Нам надо выстоять. Если меры не дают результата, то они сами собой отмирают.

— Каким образом наш бизнес может усиливать кооперацию, добиваясь тем самым синергетического эффекта?

— Прежде всего, надо развивать производственную, технологическую, информационную, образовательную и финансовую инфраструктуру. А это, в свою очередь, объективно будет укреплять и расширять кооперационные связи между предприятиями. В итоге мы получаем надежные кооперационные сети, дающие возможность бизнесу развиваться, получать прибыль, оставаться устойчивым, несмотря на внешнеполитические проблемы и различные санкции.

Отмечу, что Палата содействует выстраиванию кооперационных связей через систему торгово-промышленных палат и объединения предпринимателей-членов ТПП РФ. Мы проводим обучающие семинары и консультации в регионах.

Тесно сотрудничая с Фондом развития промышленности, система палат обеспечила привлечение для промышленных предприятий льготного финансирования проектов, их уже 190, по развитию производства. Проекты, по которым производства запущены, мы сопровождаем и далее: содействуем выстраиванию вокруг таких «историй успеха» производственно-сбытовых кооперационных цепочек и межрегиональных связей. Такое сопровождение и оперативная помощь в решении возникающих при этом проблем — одна из наших главных задач.

Механизмы саморегулирования тоже способствуют положительному результату при совместной выработке взаимоприемлемых решений на основе баланса интересов всех заинтересованных сторон.

Так, например, Ассоциацией компаний розничной торговли (АКОРТ) и Российской гильдией пекарей и кондитеров (РОСПиК) за полтора года анализа и оптимизации параметров поставок хлебопродуктов в магазины практически решена проблема возвратов нереализованной хлебной продукции. Это только для непрофессионала проблема кажется незначительной, а на самом деле возврат долго был бичом бизнеса и причиной многочисленных банкротств.

Опросы членов РОСПиК показали: за первые шесть месяцев минувшего года возвраты снизились более чем в два раза как в натуральном, так и в стоимостном выражении. Применение методов безвозвратных поставок сэкономило хлебопекам России не менее 5 млрд руб., рентабельность хлебопекарных предприятий выросла до 5%. Причем, отмечу, никакой административный ресурс здесь не использовался.

— Как Вы считаете, является ли общение предпринимателей на выставках достаточным? И могут ли они узнавать друг о друге без них?

— Выставки — это универсальный маркетинговый механизм. Заменить его нечем. Одно время появились разговоры о том, что интернет-де заменит всё, в том числе и в сфере развития бизнеса. Но практика жизни, в том числе и выставочной, это опровергает. Продвижение товаров и услуг в виртуальном

пространстве никогда не сможет по своей эффективности сравниться с живым общением и прямыми переговорами производителей, поставщиков и потребителей, которые происходят на выставках.

Чем, к примеру, можно заменить такую международную выставку, как «Металлообработка», входящую в десятку ведущих мировых промышленных смотров? Более тысячи ее участников — крупнейшие компании из десятков стран мира — ежегодно демонстрируют на площадке «Экспоцентра» свое новейшее оборудование, инновационные технологии и разработки. В гигантской экспозиции представлена вся палитра продукции мирового станкостроения и достижений отечественных машиностроителей. И что очень важно, технические возможности Центрального выставочного комплекса на Красной Пресне позволяют увидеть и оценить в действии станки и станочные линии любых габаритов и сложности.

Всего за несколько выставочных дней и экспоненты, и посетители-специалисты получают полноценное представление о состоянии рынка, улавливают тонкую взаимосвязь спроса и предложения, тенденции и перспективы для выстраивания бизнес-планов на будущее.

Выставки — это также источник свежих нестандартных идей, перспективных проектов, новых партнеров и связей и, как следствие, новых контрактов. Поэтому с коммуникативной точки зрения выставка незаменима.

— Как изменилось выставочное направление за последнее время?

— Скажу применительно к России. У нас проводится порядка 950 выставок в формате «бизнес для бизнеса» общей площадью около двух миллионов квадратных метров (нетто). В выставках принимают участие около 100 тыс. экспонентов из более 100 стран. Их посещают примерно 7,5 млн человек. По обороту выставочного рынка порядка \$600 млн по текущему курсу рубля Россия занимает седьмое место в мире. Однако на нашу страну приходится всего 2% суммарной площади выставочных центров мира, что крайне мало с учетом российских масштабов.

Сохраняется большая диспропорция в размещении выставочных площадей на территории Российской Федерации. Основной объем выставок приходится на Москву и Санкт-Петербург. И в этом смысле выставочное направление, как вы говорите, меняется слабо. Для исправления ситуации нужно строить современные выставочные комплексы и развивать выставочно-конгрессную инфраструктуру по всей стране. Необходимо также принять федеральный закон о выставочной деятельности, который бы обеспечил проведение единой государственной политики в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Что касается основных тенденций выставочного рынка, то в последнее время мировое выставочное сообщество озабочено вопросом адаптации выставочного бизнеса к стремительно изменяющейся информационной и коммуникативной среде. Поэтому основным трансформационным трендом выставочного бизнеса сегодня является цифровизация. Прежде всего, она характеризуется широким внедрением цифровых технологий в бизнес-процессы и активным взаимодействием с сетевыми сообществами. Разумеется, этот процесс затрагивает и российские выставочные компании, которые, следуя мировому тренду, активно интегрируют информационные технологии в свой бизнес.

— Как в связи с этим изменилась ваша дочерняя компания — «Экспоцентр»?

— Прежде всего, отмечу, что «Экспоцентр» в непростых экономических условиях удерживает лидирующие позиции в своей отрасли в России. Достоинно и высокопрофессионально отвечает на вызовы и запросы времени.

«Экспоцентр» имеет во многом уникальный опыт организации крупнейших международных выставочно-конгрессных мероприятий, располагает современным выставочным комплексом (входит в Ассоциацию ведущих европейских выставочных центров — ЕМЕСА) и предлагает эффективные сервисы. На выставках «Экспоцентра» проводятся семинары для российских экспортеров, работают биржи деловых контактов, центры закупок сетей, где проходят прямые переговоры между производителями, поставщиками и потребителями товаров и услуг, а также потенциальными инвесторами и партнерами. Ведь миссия выставок — это не только демонстрация продукции, но и ее продвижение, расширение клиентской базы, поиск новых заказчиков и ниш на рынке.

В последние несколько лет «Экспоцентр» успешно реализует выставочно-конгрессные проекты в виде масштабных тематических недель, как, например, «Российская неделя здравоохранения», **«Российская неделя текстильной и легкой промышленности»**, «Российская неделя высоких технологий». Такой формат позволяет объединить сразу несколько близких по тематике международных выставок и крупных конгрессов, что дает ощутимый синергетический эффект и высокую результативность участия в этих проектах.

Согласно последним данным, доля «Экспоцентра» на российском выставочном рынке в 2017 году составила около 17% по площади нетто и 13% — по числу экспонентов. Секрет успешности компании заключается в постоянном поиске новых точек роста, развитии конкурентных преимуществ, системном внедрении новейших IT-технологий, в расширении и совершенствовании набора выставочных услуг.

К слову об IT-технологиях. «Экспоцентр» немало сделал в направлении цифровизации своего бизнеса, но предстоит сделать еще больше. Поэтому он подготовил программу цифровой трансформации бизнеса на основе внедрения современных информационно-коммуникативных технологий. Эта программа предусматривает, в частности, внедрение CRM-системы — системы взаимоотношения с клиентами и системы управления проектами, создание личного кабинета участника выставок, совершенствование мобильных приложений, создание Веб-платформы выставок, наращивания взаимодействия с сетевыми сообществами, другие технологии.

— Что обсуждалось на собрании акционеров «Экспоцентра»?

— Были подведены итоги за год, озвучены некоторые планы на ближайшую перспективу. Минувший непростой год «Экспоцентр» завершил со знаком плюс. Суммарная площадь его выставок выросла на 24%, а количество участников — на 18% по сравнению с 2016 годом. Увеличилась общая площадь российских региональных экспозиций на 14%, а число региональных экспонентов — на 12%. В общей сложности в 2017 году на площадке «Экспоцентра» было проведено 114 выставок, в том числе 31 собственная выставка и 83 гостевых смотра. В них приняли участие около 29 тыс. экспонентов из 111 стран мира.

При формировании выставок «Экспоцентр» стремится делать акцент на региональные и новые рынки зарубежных стран, в том числе в рамках международных интеграционных и региональных экономических объединений, таких как ЕАЭС, ШОС, БРИКС, АСЕАН, АТЭС. «Экспоцентр» сохраняет

высокую долю иностранного участия в своих выставках, которая колеблется в диапазоне 30–50 %.

Большое значение «Экспоцентр» уделяет развитию сотрудничества с товаропроизводителями в российских регионах, создав для этого новое специальное подразделение — Отдел по работе с регионами. На выставках заметно выросло присутствие отечественных компаний.

Ведется работа по расширению выставочной программы «Экспоцентра». В 2017 году создана новая выставка в сфере оздоровительных услуг и санаторно-курортного лечения — MedTravelExpo. Начата подготовка к запуску в 2019 году нового собственного проекта в области строительных и отделочных материалов — RosBuild.

Прошедший год был также отмечен усилением такого направления деятельности «Экспоцентра», как организация экспозиций российских компаний за рубежом. В тесном взаимодействии с Российским экспортным центром (РЭЦ) и Минпромторгом России «Экспоцентр» в 2017 году организовал участие российских компаний в 11 международных выставках и ярмарках, в том числе на Кубе, в Германии, Испании, Казахстане, Китае, ОАЭ, Португалии.

Достигнутые «Экспоцентром» результаты вселяют уверенность в дальнейшей успешной деятельности компании.

АНАЛИЗ РЫНКА

www.riamoda.ru

К ОСЕНИ ПРОДАВЦАМ ОДЕЖДЫ ПРИДЕТСЯ СУЩЕСТВЕННО ПОВЫСИТЬ ЦЕНЫ

Подавляющая часть ритейлеров одежды, обуви и аксессуаров зависит от импортных поставок. В связи с этим, пишет «Коммерсантъ» текущие геополитические проблемы, из-за которых рубль резко подешевел к доллару и евро, могут заставить продавцов повышать цены для конечных потребителей уже осенью.

Если курс рубля не вернет свои позиции, то уже осенью потребители почувствуют рост цен на одежду, заявила президент Finn Flare Ксения Рясова. Закупки одежных ритейлеров привязаны к валюте, поэтому рост курса, безусловно, скажется на ценах на зимнюю коллекцию, соглашается и президент Ваоп Илья Ярошенко.

Краткосрочные колебания могут не отразиться на рынке, но «если падение будет существенным и на продолжительный период, тогда рост цен возможен», уверен гендиректор «Обуви России» Антон Титов. Он добавляет, что по итогам 2017 года доля импорта на российском обувном рынке достигла 80%.

Одежные ритейлеры, по их же словам, стараются локализовать производство в России, но пока эта доля невелика. По словам Ильи Ярошенко, сейчас внутри страны производится 20–25% продукции Ваоп в зависимости от сезона. «Даже при переносе производства в Россию полностью валютных рисков не избежать, поскольку у нас нет собственной

сырьевой базы», — отметил он. По словам Ксении Рясковой, сегодня Finn Flare на 80% зависит от импорта — это закупка тканей, фурнитуры, производство.

Большая часть одежды, обуви и аксессуаров — импорт из Азии или Европы, поэтому влияние роста валютных курсов неизбежно для ритейлеров, констатирует коммерческий директор Fashion Consulting Group Ануш Гаспарян. По ее словам, ситуацию усугубляет и не восстановившийся после кризиса потребительский спрос. Так, например, как показывают опросы, около 60% россиян не готовы покупать одежду, если на нее нет скидок.

ВЫСТАВКА

www.plastinfo.ru

TECHTEXTIL RUSSIA 2018 ПОДВЕЛА ИТОГИ РАБОТЫ

10-я юбилейная международная выставка Techtextil Russia 2018 состоялась 20 — 23 марта 2018 года в ЦВК «Экспоцентр». Экспозиция выставки уже в третий раз была организована в рамках Российской недели текстильной и легкой промышленности.

Развитие промышленности
В своем выступлении на открытии Российской недели текстильной и легкой промышленности заместитель министра промышленности и торговли, статс-секретарь Минпромторга РФ Виктор Евтухов отметил, что российская легкая промышленность завершила 2017 год ростом производства по всем секторам, и «...динамика первых трех месяцев текущего года дает повод считать, что и 2018 год также будет позитивным для этой индустрии». Производство текстильных изделий в России в 2017 году, по словам В. Евтухова, увеличилось по сравнению с предыдущим годом на 7,1%, одежды — на 3,8%, выпуск кожи и изделий из кожи — на 4,3%. Производство синтетических тканей выросло в прошлом году почти на 25%, трикотажных изделий — на 14%, обуви — почти на 12%. «Здесь сыграли свою роль, в том числе, меры поддержки, как монетарные, так и регуляторные, которые наше министерство вместе с отраслевыми союзами, ассоциациями и предприятиями вырабатывало и претворяло на практике». Растет и экспорт: замглавы Минпромторга уточнил, что экспорт продукции легпрома, по данным ФТС, в прошлом году вырос на 17% — до 1,4 миллиарда долларов по сравнению с 2016 годом.

Все эти положительные тенденции служат крепкой основой для перспектив дальнейшего развития такого мероприятия как Techtextil Russia.

Деловая программа
Деловая программа традиционно является важной частью выставки Techtextil Russia. В этом году организаторы выставки подготовили индивидуальную программу, участники которой обсуждали новости рынка, тенденции и перспективы развития, а также инновации в мире технического текстиля и нетканых материалов в различных областях применения.

20 марта на площадке Techtextil Russia 2018 при поддержке Минпромторга РФ состоялся Круглый стол «Технический текстиль в России: дорога с двусторонним движением». Участников сессий приветствовали: Евгений Рыжов, Директор Департамента развития внутренней торговли,

легкой промышленности и легализации оборота продукции Минпромторга; Михаэль Енеке, Директор бренда Techtextil и Texprocess; Андрей Разбродин, Президент Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности. В ходе мероприятия было затронуто два важных вопроса: «Механизмы наращивания экспорта текстильной продукции» и «Импорт и локализация». В сессиях приняли участие: Вера Подгузова (Российский Экспортный Центр), Тимур Цупиков (Фонд Развития Промышленности), Михаил Паздников (Ассоциация индустриальных парков) и др. Посетители Круглого стола положительно оценили проведение подобного мероприятия и отметили, что именно такой формат позволяет не только послушать ведущих экспертов текстильной отрасли, но и стать его непосредственными участниками: задать вопросы, обменяться контактами, поделиться своим опытом.

Экспозиция и участники
В работе Techtextil Russia 2018 приняли участие 166 компаний из 18 стран мира, в том числе из Бельгии, Германия, Индии, Испании, Польши, Турции, Чехии, Южной Кореи и, конечно же, России, что свидетельствует о популярности выставки и ее профессиональном признании.

Самые актуальные новинки технического текстиля продемонстрировали такие лидеры зарубежного рынка, как: Akatek (Турция), Dakota Coatings (Бельгия), Birla Cellulose (Индия), Fiab (Польша), JR Corporation (Южная Корея) и многие другие. Значительная часть экспозиции выставки традиционно была посвящена отечественной текстильной индустрии: Газпром Химволокно, Ивановоискож, Коутс, АПО Алеко-Полимеры, УКК, Z-tex и ряд других.

В рамках экспозиции были представлены национальные павильоны Германии, Италии, объединенный Европейский павильон, национальная экспозиция Китая. Особенно стоит отметить национальный павильон Италии, который впервые представил коллективную итальянскую экспозицию, организованную Агентством ИЧЕ — Посольством Италии, Отделом по развитию торгового обмена, при содействии ACIMIT — Итальянской ассоциации производителей оборудования для текстильной промышленности. Участники павильона продемонстрировали посетителям выставки свою лучшую продукцию и современное оборудование. Экспозиция пользовалась огромной популярностью. Кроме того, стенд итальянского павильона посетил Посол Италии в Москве Паскуале Террачано.

Новое на Techtextil Russia
Techtextil Russia — специализированное мероприятие, предназначенное для профессиональной аудитории. Выставка не стоит на месте и с каждым годом совершенствуется, идя в ногу со временем. Так, 22 марта при поддержке Национальной палаты моды состоялась панельная дискуссия «Текстильные инновации и новые материалы для индустрии моды», модератором которой стал Директор по развитию Национальной палаты моды, Андрей Дейнеко. Программу панельной дискуссии, помимо выступления спикеров, дополнила презентация коллекции одежды дизайнера Снежаны Падериной (победитель первого Акселератора Fashion Futurum 2017), которая включала элементы из биоразлагаемого пластика, изготовленные на 3D принтере.

Статистика
Говоря о цифрах выставки Techtextil Russia, стоит отметить заметный рост посетителей: Techtextil Russia 2018 посетили 7 837 специалистов из 47 стран.

Выставка Techtextil Russia 2018 стала не только площадкой, где профессионалы отрасли смогли встретиться, обменяться опытом и контактами, узнать о новинках индустрии, но также платформой

для заключения реальных сделок. Директор бренда Techtextil и Texprocess Михаэль Енеке на открытие Российской недели текстильной и легкой промышленности отметил рост и развитие Techtextil Russia: «Экспозиция выставки в этом году выросла на 37%. Для нас это также хороший знак роста и развития российского текстильного рынка, у которого появляются новые возможности и пути для роста. Выставка — отличная возможность для международных партнеров увидеть и оценить реальную ситуацию на российском рынке».

Следующая выставка Techtextil Russia состоится в ЦВК «Экспоцентр» с 19 по 22 марта 2019 года. С нетерпением ждем встречи с Вами в следующем году!

Организаторы Российской недели текстильной и легкой промышленности — АО Экспоцентр и Российский союз предпринимателей текстильной и легкой промышленности, официальный партнер — ООО Мессе Франкфурт РУС.

В РЕГИОНАХ

СПБ-Дневник

ПЕТЕРБУРГСКАЯ НЕДЕЛЯ МОДЫ СОБЕРЕТ МАСТЕРОВ СО ВСЕГО МИРА

За время своего существования Санкт-Петербургская неделя моды собрала почти всю карту fashion-мастеров мира: дизайнеров, влиятельных журналистов, редакторов известных изданий и топовых блогеров, соединив тенденции мировой практики недель мод.

По словам организаторов, расписание нынешнего сезона состоит из нескольких тренд-разделов. Так, New Fashion собрал показы ультрановых дизайнерских брендов, а в рамках POP-UP STORE у гостей будет возможность напрямую пообщаться с дизайнерами и узнать о новинках сезона. Откроет подиумную программу постоянный резидент Санкт-Петербургской недели моды бренд ALEZZY, который представит свою новую коллекцию «Вуаль Индиго», а дизайнер Виктория Флёровна представит ретроспективную коллекцию «Дыхание Парижа».

«Русские дизайнеры развиваются и прогрессируют, количество новых участников фэшн-сообщества растет в геометрической прогрессии», — говорят организаторы. Был даже объявлен специальный конкурс, финалисты которого представят свои работы на профессиональном подиуме, а победителям представится возможность продемонстрировать капсулу своей коллекции.

«Мода здесь и сейчас» — таков принцип петербургской Недели моды. Расширяя арт-пространство SPbFW в этом сезоне, организованы несколько экспозиций петербургских и московских художников и фотографов, среди которых художники Поль Нюклир, Илья Филатов, Яна Иванчина и фотохудожник Рэй Оский.

Образовательная и деловая программа SPbFW проходит в этом году в новом формате, который позволяет каждому участнику не только прослушать лекцию от известных профессионалов модной индустрии, но и провести время за обсуждением персональных вопросов каждого

участника. Куратор программы – Роман Ефремов, генеральный директор отраслевого Союза фэшннет и CEO проекта «Календарь модных событий».

Спикеры и модераторы дискуссий:

- Надежда Корнилова, профессор, директор инжинирингового центра текстильной и легкой промышленности;
- Оксана Шевлякова, руководитель проектов JobsMarketFashion Industry, официальный представитель SPbFW в Москве;
- Кирилл Михирев, fashion фотограф;
- Ирина Каримова, руководитель портала FashionEducation.ru;
- Антон Алфер, основатель модной сети MODA.RU, председатель комитета по цифровым технологиям СОЮЗЛЕГПРОМа;
- Георгий Ростовщиков, президент международной ассоциации байеров, Fashion директор MULO Group.

В ТАМОЖЕННОМ СОЮЗЕ

РИТМ ЕВРАЗИИ

ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

Минимум четверть фактического товарооборота между Россией и другими странами ЕАЭС, по оценкам экспертов Федеральной таможенной службы, Минпромторга РФ и российских отраслевых ассоциаций, приходится на товары, ввозимые в РФ с поддельными документами. То есть в основном из стран вне ЕАЭС, да еще вдобавок по заниженным ценам (т.е. по демпингу). Если точнее – в странах-партнерах РФ по Евразийскому союзу эти товары перемаркировываются как изготовленные якобы в этих странах. В связи с беспрошльным и фактически бесконтрольным таможенным режимом между странами ЕАЭС эти товары беспрепятственно поступают в Россию. Причем до 70-75% такого ассортимента – это продовольствие, текстильная и другая продукция массового спроса.

До сих пор в ЕАЭС-регионе отсутствует единая межгосударственная система товаропродвижения. Страны Союза не согласовали друг с другом правовые и одновременно экономические категории: «демпинг», «фальсификат», «страна происхождения товара», «незаконный транзит», «незаконный реэкспорт». Вдобавок нет и единой системы контроля безопасности для продукции, ввозимой из других стран Союза и транзитом через эти страны.

Только в конце нынешнего марта наметилось сближение позиций по этим вопросам. Но пока – только сближение. Участники Совета Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) 30 марта обсудили, по официальной информации, «архитектуру системы прослеживаемости товаров в ЕАЭС. Внесены изменения в Единые фитосанитарные требования и Единый перечень карантинных объектов ЕАЭС». Точнее – расширены примерно на треть и реестр этих требований, и сам перечень карантинных продуктов. Последние – это в основном продукция животноводства, растениеводства и рыбное сырье.

О том, что в Союзе отсутствует межгосударственная система товаропродвижения, заявил на заседании Совета ЕЭК, хотя и в косвенной

форме, первый вице-премьер РФ Игорь Шувалов: упомянутая «система прослеживания создана, прежде всего, для обеспечения прозрачности всего комплекса таможенных процедур. Это направление – среди приоритетов нашей совместной работы. Мы рассчитываем на активное сотрудничество со всеми странами Союза в этой сфере».

Стороны договорились о реализации пилотных проектов в рамках предлагаемой системы. Если точнее, это «проекты по маркировке и прослеживаемости товаров на базе цифровой платформы товаров ЕАЭС (т.е. на основе электронного перечня всех товаров, взаимопоставляемых странами ЕАЭС. – Ред.). И проекты по мониторингу транзитных перевозок через страны-члены ЕАЭС».

Цель этих проектов понятна, очевидна и их актуальность. В то же время речь не идет, подчеркнем, об апробации единого механизма товаропродвижения/прослеживаемости. Ибо, как заявил на Совете ЕЭК глава её коллегии Тигран Саркисян, после реализации пилотных проектов «станет понятно, какие системы можно будет имплементировать в странах ЕАЭС для обеспечения прослеживаемости». И за счет «общей архитектуры должно быть обеспечено сопряжение национальных проектов по прослеживаемости».

Иными словами, национальные системы, пусть и более сопряженные друг с другом, все же в названной сфере сохранятся, и опять-таки не обозначены сроки введения в действие единого мониторинга по товаропродвижению внутри ЕАЭС. Впрочем, такого рода «сепаратизм» не в последнюю очередь обусловлен высокой доходностью такого бизнеса. По имеющимся данным, в странах-партнерах РФ по Евразийскому союзу действует минимум 100 фирм, специализирующихся на незаконном реэкспорте иностранной продукции. В России число таковых – не меньше. А это не только, скажем так, высокостабильные доходы, но еще и перечисления в местные бюджеты – легальные или посредством легальных фирм-посредников.

Между тем полу- и нелегальный товаропоток в РФ из зарубежья через другие страны Союза – это весьма широкий потребительский ассортимент. Включающий, например, и турецкие помидоры, и восточноевропейскую или украинскую мясомолочную продукцию, притом низкого качества, и продукты из пальмового масла, выдаваемого за сливочное или растительное, и товары легпрома из вредных для здоровья сырья или полуфабрикатов.

А связаны такой ассортимент и его крупные объемы еще с двумя внешнеэкономическими факторами. Во-первых, страны-партнеры по ЕАЭС поныне не участвуют в ответных сельхозимпортных санкциях России. И, во-вторых, в тех же странах сохраняется низкий уровень ввозных пошлин в сравнении как с российскими, так и с предусмотренными Единым таможенным тарифом ЕАЭС.

В ходе недавней «Российской недели текстильной и легкой промышленности» в Москве (20-23 марта с.г.) многие российские эксперты отмечали, что географический масштаб и объем российского потребительского рынка несопоставимы с этими показателями по другим странам Союза. Отсюда нацеленность именно на Россию и незаконного реэкспорта из этих стран, и самих зарубежных производителей реэкспортных товаров. А поскольку в РФ, как пояснил автору президент СОЮЗЛЕГПРОМа Андрей Разбродин, «сохраняется низким платежеспособный спрос потребителей, в страну ввозится – через страны ЕАЭС – в растущем объеме демпинговая и одновременно низкокачественная продукция. Но на качество большинство российских потребителей внимания не обращает: главное, была бы она дешевой. И тем более привлекательна

дешевизна, если та же продукция «проштампована» марками известных зарубежных брендов и изготовлена якобы во Франции, США, Швейцарии».

Что же касается единой системы отслеживания товаров и оценки их качества, то, по мнению А. Разбродина и многих других экспертов, её не может быть в принципе, пока страны Союза не договорятся о едином по всему ЕАЭС механизме контроля над внешнеторговыми операциями. И не откажутся от использования режима свободной торговли в ЕАЭС исключительно в пользу своих производителей, экспортеров и импортеров.

Тем временем хотя бы на одном направлении – в сфере обнаружения и изъятия продовольствия, пораженного сельхозвредителями, в рамках взаимопоставок и транзита через страны Союза последние добились некоторого прорыва. На упомянутом выше заседании Совета ЕЭК уточнены и расширены, по официальной информации, реестр «требований, предъявляемых к подкарантинным видам продукции и к объектам на таможенной границе ЕАЭС, а также Единый перечень карантинных объектов (ЕПКО) ЕАЭС». Сообщено, что эти «актуализированные документы помогут предотвратить проникновение в Союз более полусотни вредителей сельскохозяйственных культур».

Подкарантинная продукция – это, заметим, свыше 70% совокупного ассортимента взаимных поставок сельхозпродукции и ее транзита между странами ЕАЭС. В соответствии с означенным решением теперь более 80% ассортимента включено в ЕПКО. Что весьма актуально: в регионе Союза к концу 2017 г. число запретов и ограничений на сбыт и транзит «начинённого» сельхозвредителями продовольствия, произведенного в странах ЕАЭС, возросло почти в полтора раза в сравнении с началом 2010-х.

Но очевидно, что совместные меры в данной сфере, наконец-то согласованные, – лишь небольшая часть процесса выстраивания единой, притом комплексной системы контроля за ввозом, реэкспортом и сбытом товаров, как и за их качеством в регионе Евразийского союза. Системы, повторим, всё более востребованной в рамках евразийской экономической интеграции.

«Бизнес-Новости»

В Белоруссии повышены минимальные отпускные цены на льноволокно
Минсельхозпрод Белоруссии принял решение с 12 апреля увеличить рекомендуемые минимальные отпускные цены на льноволокно.

В целом стоимость льняного волокна выросла на 0,8%. Так, в соответствии с приказом министерства, минимальные отпускные цены за одну тонну волокна льняного трепаного длинного в зависимости от номера варьируются от 1 326,55 до 5 129,82 белорусских рублей (без НДС). Цены на волокно льняное короткое установлены в пределах 651,46–1 357,96 белорусских рублей за тонну.

В текущем году это уже третье изменение отпускных цен на льноволокно в Белоруссии. В прошлом году Минсельхозпрод повышал цены на льноволокно восемь раз. Всего с начала прошлого года рекомендуемые минимальные отпускные цены на льноволокно выросли более чем на 8%.

ПОЧЕМУ СТОИТ ГОРДИТЬСЯ РОССИЙСКОЙ МОДОЙ*Как российские дизайнеры работают вопреки обстоятельствам*

Определение «пост-советский» по отношению к моде и культуре в последние годы стало прочной гарантией популярности на Западе. Мировая фэшн-общественность пристально следит и за украинскими дизайнерами, и за грузинским рынком. Пожалуй, одним из самых ярких феноменов оказался российский дизайнер Гоша Рубчинский - он не только сделал коллаборации с adidas и Burberry, но и заставил представителей главных иностранных медиа проехаться по России ради его показов в Калининграде, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге.

Благодаря агенству Lumpen (его модели участвуют в показах Рубчинского) Россия остается и важным экспортером нестандартной красоты - наряду с конвенционально-идеальными моделями на иностранных показах появляется все больше интересных лиц обычных российских парней и девушек. При этом российскую моду неустанно критикуют на родине. Не только диванные аналитики, но и профессионалы индустрии - журналисты, стилисты и байеры то и дело устало замечают: «У нас все как всегда». Разбираемся, справедливо ли это утверждение.

Здесь вам не там.

Фэшн-мир переживает кризис идей, истеричные перестановки дизайнеров в модных домах стали уже обыденностью. С разницей в две недели Верджила Абло, создателя Off-White, позвали делать мужскую линию в Louis Vuitton, а Yoon Ahn, соосновательницу Ambush, возглавить ювелирный отдел в Dior Homme. В этом контексте вполне закономерна популярность российских дизайнеров, они оказались ценны именно идеями, которые завязаны на переосмыслении прошлого.

Сила российской моды – в игре с культурными корнями. Даже такие полярно-разные марки как «Рассвет» и Ulyana Sergeenko обнаруживают эту общую черту. Последняя вдохновляется образами советских кинодив и аутентичными техниками – например, вологодским кружевом, первая - юностью и 90-ми. Еще в 2012 году идеи Гоши Рубчинского заинтересовали Эдриана Йоффе, мужа и бизнес-партнера дизайнера и основательницы Comme Des Garçons Рей Кавакубо. Благодаря сотрудничеству дизайнера с холдингом появилась одна из самых известных мужских марок в мире. Конечно, к тому моменту Гоша уже выпустил несколько коллекций и даже поучаствовал в Лондонской неделе моды в рамках платформы для поддержки молодых дизайнеров Fashion East. Но скорее всего партнерство сложилось не из-за правильных швов и тяге к сложному дизайну, а именно на уровне идей. Тех самых идей, приемов и кодов Рубчинского, которые на родине подвергали жесткой обструкции. Зачем предъявлять Западу образы дворовой молодежи из 90-х, недоумевали критики. Пока за границей раскупали коллекции Рубчинского, здесь говорили о его презрении к собственной культуре.

Идеи Рубчинского на родине подвергали жесткой обструкции. Зачем предъявлять Западу образы дворовой молодежи из 90-х, недоумевали

критики. Казалось бы, популярные на Западе Вика Газинская и Андрей Артемов (Walk of Shame) должны восприниматься в России более благосклонно - у этих проектов нет сложных коннотаций. Дизайнеры делают ставку на качество производства и материалов, придумывают успешные коллаборации с более доступными брендами (Вика Газинская сделала коллекцию с &other stories, а Walk of Shame - с Reebok), благодаря узнаваемому почерку легко находят покупателей и на Matches Fashion, и в точках по всему миру, уделяют внимание этичности производства (Газинская давно следует этой главной макротенденция модного рынка), их любят стилисты, блогеры и поп-звезды по всему миру - вещи Андрея Артемова носят все, начиная от Ройшин Мерфи и заканчивая Леандрой Медин. Но и это не спасает от постоянной критики на родине. Их обвиняют, например, в том, что «цена вещей российского и иностранного дизайнера, оказывается, может быть одинаковой».

Вопреки рынку.

В свое время и Гоша Рубчинский, и Вика Газинская участвовали в Cycles and Seasons - спонсорском проекте Mastercard по поддержке амбициозных российских дизайнеров. Этот проект был единственным в своем роде и действительно полезным - остальные недели моды всегда были мероприятиями исключительно коммерческими. В России невозможно получить грант на развитие проекта, интереса к дизайнерам не проявляет и государство - директором музея моды в прошлом году, к примеру, была назначена экс-победительница конкурса «Мисс Вселенная» и телеведущая Оксана Федорова, не имеющая опыта в этой сфере.

Так что молодые российские дизайнеры учатся громко заявлять о себе самостоятельно. Как сделал, например, Нестор Ротсен, недавно показавший коллекцию с матерями Беслана, или Outlaw Moscow, победившие несколько лет назад в конкурсе, организованном SHOWStudio.

По сути, наши дизайнеры работают вопреки обстоятельствам. Основатели брендов J. Kim, February First, Nashe да и те же Outlaw Moscow создали свои «подмиры» - мощные комьюнити вокруг собственных марок. За развитием этих подмиров очень интересно следить. Для создателей марок важна не только одежда, но и все, что окружает их продукт – видео, лукбуки, съемки, люди, создающие цельную картину. Коллабораторами дизайнеров выступают знакомые художники, которые рисуют для них принты – как художница Лиза Смирнова и February First – или друзья-фотографы, которые с помощью лукбуков рассказывают целые истории – так делают Игорь Клепнев и Женя Ким.

И это дизайн?

Достается в нашей стране даже маркам, не претендующим на сложный дизайн. Можно было бы порадоваться новому пулу молодых уличных марок, которые продают свои вещи чуть ли не сами. Это важное явление для страны, где дизайнерское образование либо очень дорогое, либо очень специфическое, а легкой промышленности, по сути, нет вообще. Но создателей брендов вроде Goldmans Tees или Narvskayadostava обвиняют в желании заработать легкие деньги – им часто приходится слышать вопрос: «Неужели напечатать рисунок на футболке уже считается дизайном?».

С чем сталкиваются неконвенциональные модели в нашей стране, представить еще проще – все их выходы на мировых неделях моды сопровождают хамские комментарии в русскоязычном интернете. Модели

агентства Lumpen, к примеру, встречаются с грубостью и даже оскорблениями: «Есть люди, которые до сих пор называют моделей «уродами» - если это происходит в интернете, мы просто таких блокируем. Критиковать внешность - последнее дело», - рассказывала основательница агентства Авдотья Александрова. Впрочем, проектов, продвигающих неконвенциональную российскую красоту, становится только больше. Например, Number Management представляют интересы Оли Запивохиной, модели, перенесшей операцию на мозге и получившей эксклюзив на показе Gucci.

Неконвенциональным моделям из России еще сложнее - все их выходы на мировых неделях моды сопровождаются хамскими комментариями в русскоязычном интернете

В России нет цельной модной индустрии, растить таланты здесь попросту некому. Чтобы реализоваться, творческим людям нужно пройти круги бюрократического и производственного ада. А потом выслушать недовольство российских покупателей - слишком дорого, неслишком патриотично, «уродливо». Что происходит, если талантливые и амбициозные разочаровываются – в публике, не готовой давать им скидку на обстоятельства и индустрией, в индустрии, которая существует хаотично? Они уезжают туда, где их способности и идеи окажутся более востребованы. Но это уже другая история.