

ДАЙДЖЕСТ ЦЕНТРАЛЬНЫХ СМИ

26 апреля 2018 г.

WWW.SOUZLEGPPROM.RU

СОСТОЯЛОСЬ ОЧЕРЕДНОЕ ЗАСЕДАНИЕ РОССИЙСКОГО СОЮЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

24 апреля 2018 года состоялось очередное заседание правления Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности (Союзлегпром).

В повестке дня были вопросы: о текущей ситуации в отрасли и мерах господдержки; о созыве очередного общего собрания членов Союза; об утверждении кандидатуры президента Союза; о приеме новых членов и об утверждении кандидатуры членов Правления Союза; об утверждении годовой бухгалтерского баланса Союза за 2017 год.

Наряду с решением административных задач, правление СОЮЗЛЕГПРОМа детально рассмотрело ситуацию в отрасли в контексте современных и перспективных финансово-экономических факторов. Пока их динамика, в целом, неблагоприятна для отрасли.

В своем выступлении президент СОЮЗЛЕГПРОМа Андрей Разбродин обратил внимание, прежде всего, на то, что предпринимательский климат в легпроме имеет тренд к ухудшению. Сказывается роль, в том числе, ужесточающихся экономических санкций Запада против РФ, что естественно, влияет на общеэкономическую ситуацию в стране, и вынуждает часто менять инвестиционно-производственные планы практически во всех отраслях. Соответственно, «не в лучшую сторону меняется и качество регулирования отрасли со стороны профильных ведомств».

Эти и другие факторы связаны также с тем, что, по словам А.Разбродина, нет проработанного сценария развития перерабатывающих и других отраслей в различных внешнеэкономических условиях. Отсюда и растущие проблемы в сфере импортозамещения.

Исполнительный вице-президент РСПП Виктор Черепов согласился с такими оценками. Он отметил также, что готовится правительственный пакет документов по внутри- и внешнеэкономическому реагированию на западные санкции. В связи с чем, СОЮЗЛЕГПРОМу целесообразно «в оперативном режиме подготовить предложения отраслевого сообщества в состав пакета тех документов». В.Черепов предложил также тесную кооперацию с РСПП в организации и проведении конгрессно-выставочных мероприятий. С этим согласились все участники заседания правления СОЮЗЛЕГПРОМа.

Президент компании «Чайковский текстиль» Евгений Титов подчеркнул, что уже дают свои плоды правительственные меры по ориентации в госбронзаказе на российских производителей. Равно как и меры, стимулирующие импортозамещение по всей производственной цепочке в отрасли. При этом планируется более тесное взаимодействие с белорусскими производителями в рамках технологического и товарного импортозамещения.

В то же время, как отметил Е.Титов и другие участники правления, требуется расширить преференции для российских производителей импортозамещающей продукции.

Те же акценты отраслевой политики важны и в сырьевой базе легпрома – подчеркнул Михаил Шмелев, глава Совета директоров ООО «ТДЛ Текстиль». И особенно в льноводстве. С 2016 года налаживается межотраслевое взаимодействие по комплексному развитию этой отрасли. Причем, как подчеркнул эксперт, в 2018-м вдвое увеличится её госфинансирование; активно расширяются и посевные льноплощади.

По-прежнему остаётся проблема качества российского льняного сырья: его общий дефицит сокращается, но качественного сырья на предприятиях больше, за редкими исключениями, не становится. Здесь, по словам М.Шмелева, «здесь нужны прорывные НИОКР в селекции и технологиях возделывания этого сырья».

Именно этой конкретике, как подчеркнули М.Шмелев и А.Разбродин, было посвящено прошедшее на днях совещание в Минсельхозе РФ под руководством главы этого ведомства Александра Ткачева. Точнее, состоялся подробный разбор полётов по этапам импортозамещения во всех секторах льняного растениеводства и профильного сектора легпрома.

Участники заседания обратили также внимание на реанимацию южнороссийского хлопководства (после 60-летнего перерыва). Наряду со Средним и Нижним Поволжьем, в эту подотрасль активно включается и Ставрополье. По мнению главы СОЮЗЛЕГПРОМа, вполне возможен урожай хлопка в этих регионах, в целом, до 300 тонн/год.

Хлопковый вектор в импортозамещении связан, прежде всего, с удорожанием этого сырья и его полуфабрикатов на мировом рынке и новыми мерами Узбекистана (основного поставщика в РФ) и Туркменистана по ограничению экспорта хлопка-сырца и его полуфабрикатов. Но при этом растет узбекистанский экспорт многих видов хлопковой продукции, в основном, по ценам, которые ниже внутрироссийских и, тем более, мировых.

В связи с чем, как было отмечено на правлении, недавно создана межведомственная рабочая группа экспертов РФ и Узбекистана по упомянутым вопросам с участием Андрея Разбродина.

Продолжил сырьевую проблематику Евгений Котов, глава Совета директоров ООО "Весь мир". Отметив, в частности, что планируемый 5-кратный рост дотаций в льносекторе планируется только для наиболее востребованного длинного волокна, «а поддержка остального – по остаточному принципу. Такой подход ошибочен, ибо требуются взвешенные меры поддержки для всей льносырьевой базы. Так как на другие виды этого сырья тоже имеется спрос». Эта оценка была поддержана правлением.

В то же время, Е.Котов отметил, что многие предложения СОЮЗЛЕГПРОМа включены в проект Стратегии развития легпрома до 2025 года. Главный же здесь вопрос – каковы будут реальные механизмы её комплексной реализации.

Гендиректор ООО «Округ» Дмитрий Туркин сделал акцент в своем выступлении на «труднодоступности», особенно для малого среднего бизнеса в легпроме, получения средств господдержки. Ибо «схема их получения, как правило, весьма сложная. Прежде всего, в своей финансовой части».

Среди наиболее актуальных вопросов Д.Туркин выделил также необходимость расширения ареала сертификации на сырьевые компоненты в легпроме. Особенно это актуально для швейной подотрасли, где доля сырьевых затрат достигает минимум 40%. Сертификация в этой сфере тесно

связана с проблемой несовершенства профильных техрегламентов и, главным образом, с отсутствием в них требуемой детализации.

Участники заседания отметил также, что наряду со злободневностью упомянутой проблемы, требуются также единые правила по сертификации тканей и единая сертифицированная лаборатория по испытаниям/исследованиям всего ассортимента продукции легпрома.

Особо подчеркивалось то, что Роспотребнадзор поныне проводит эти мероприятия на своих неаккредитованных лабораториях, по своей методике и т.п. Отсюда возникают спорные оценки и, как следствие, трудности в объективном определении качества и потребительской безопасности продукции. В том числе, импортируемой.

По мнению А.Разбродина, гендиректора ООО «Шуйские ситцы» Анны Богаделиной и других участников заседания, эти и смежные проблемы сохранятся до тех пор, пока не будет внедрена в РФ система международных стандартов сертификации и, соответственно, по испытаниям/исследованиям всей товарной цепочки в легпроме. То есть, по аналогии с профильной системой, действовавшей в СССР в 70-х – середине 80-х на основе соответствующего опыта США, ФРГ и Японии.

В отраслевом же разрезе, по словам гендиректора «Парижской Коммуны» Александра Никитина, среди лидеров по динамике производства и сбыта, - коженно-обувная отрасль. А по объемам выполнения госзаказа - она первая в легпроме. Но эти тренды рискуют стагнировать ввиду растущего импорта и реэкспорта - притом средне- и низкокачественного - в РФ из Китая. Причем на 90% - это ещё и демпинг. А.Никитин предложил продлить запрет на вывоз коженного сырья, ибо срок действующего завершается к началу второго полугодия-2018. Инициатива была поддержана всеми участниками правления (соответствующий запрос вскоре будет направлен в Минпромторг РФ).

Анна Орлова, глава экспертной группы по вопросам оборота продукции легпрома Комитета по регулированию потребительского рынка АКОРТ, отметила актуальность расширения ассортимента маркируемых изделий. Подчеркнув, что это – составная часть мер по выявлению/предотвращению контрафакта. Но теневой бизнес «изобретает» новые формы преодоления препятствий такого рода: идёт в рост «псевдороссийское производство продукции, когда фактически импортный продукт предьявляется как отечественный. Для облегчения доступа на рынок в связи с программами импортозамещения. И этот продукт, по словам А.Орловой, нередко продвигается к маркировке по упрощенным схемам.

По сути, необходимость маркировки, образно говоря, идёт в сторону «применения этого антиконтрафактного средства в сырьевом и полуфабрикатном секторах легпрома. Что, – полагает А.Орлова, - позволит повысить качество и потреббезопасность товара по всей линейке его формирования». Эта оценка была поддержана другими участниками заседания: соответствующее предложение вскоре будет направлено в профильную комиссию Минпромторга.

Тему продолжила Светлана Беляева, глава НП «Российский союз производителей одежды». По её оценке, доля контрафакта на рынке продукции легпрома – от 13-35% (по видам ассортимента). Но это, как правило, дешевая продукция, пользующая повышенным спросом. В то же время, ввиду низкой платежно-покупательной способности потребителей, с января 2018-го в отрасли и ритейле быстро растут остатки нереализованной/неотгруженной продукции средне- и высокоценового сегмента. Притом вполне качественной.

Обращено также внимание на сохранение теневых и т.п. схем завоза в РФ текстильного сырья. Причем оно преимущественно низкокачественное. Доля таких схем в объеме сырьевого импорта легпрома, по оценке, С.Беляевой, достигает 80%. Причем такие тренды сопровождаются во многих регионах «фискальным наступлением» на легпром ввиду растущей дефицитности региональных бюджетов.

Всё это, по мнению экспертов, - клубок взаимосвязанных отраслевых и общеэкономических проблем страны. Андрей Жаринов, гендиректор ООО «Верона», в своем выступлении остановился на ряде отраслевых и смежных с ними проблем. Так, «цифровая платформа отрасли всё более востребована для стимулирования внутри- и межотраслевой кооперации». Однако её очевидные преимущества существенно нивелируются «новшествами» в таможенных процедурах, о которых заблаговременно не сообщается. А в контексте проблем с контрафактом, - если ставка за товарный транзит в Казахстане – только 1 евро за 1 кг, то в Киргизии – еще вдвое меньше. Расценки же эти, стимулирующие контрафакт и реэкспорт в РФ, не меняются, хотя данные страны - в ЕАЭС.

Кадровая и научная проблематика отрасли была освещена в выступлениях Валерия Белгородского, ректора РГТУ им. Косыгина, и Константина Разумеева, проректора по научной работе этого Университета. Было отмечено, в частности, что в Комитете по госпремиям недавно восстановлены секции «Сельское хозяйство» и «Легкая промышленность». В эту профильную секцию уже представлены 13 НИОКР.

Тем временем, в стране осталось лишь 9 отраслевых институтов. Вдобавок, РГТУ не включен в межведомственную группу по формированию отраслевых стандартов. Иными словами, к научному сообществу легпрома отношение по «остаточному принципу».

Требуется, по мнению экспертов, создать, на базе означенного университета, единый отраслевой центр компетенций. Что усилит взаимодействие отраслевой науки с профильными ведомствами, конкретными предприятиями и инвестпроектами. Инициатива была поддержана в ходе заседания правления Союзлегпрома.

По итогам заседания Правление единогласно рекомендовало Общему собранию членов СОЮЗЛЕГПРОМа кандидатуру Андрей Разбродина на должность Президента Союза. Единогласно одобрены также кандидатуры на вступление в члены Союза и должности председателей отраслевых комитетов СОЮЗЛЕГПРОМа. Правление утвердило отчет Союза о финансовой деятельности и бухгалтерском балансе в истекшем году.

Участники заседания приняли решение о созыве Общего собрания членов Союза 29 мая текущего года.

РИА «Мода»

СОЮЗЛЕГПРОМ СЧИТАЕТ НЕИЗБЕЖНОЙ СТАГНАЦИЮ И СНИЖЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА

Сокращение финансирования обрабатывающих отраслей промышленности и социальной сферы, а также низкий платежеспособный спрос населения заставляет предприятия сокращать объемы производства,

заявил глава Российского союза текстильной и легкой промышленности Андрей Разбродин.

Как говорится в сообщении отраслевой организации, ее глава указывает, что 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», — отмечает Андрей Разбродин.

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», — заключает глава Союзлегпрома.

НОВОСТИ ОТРАСЛИ

www.souzlegprom.ru

ФТС И МИНПРОМТОРГ РФ СОГЛАСОВАЛИ ПЕРЕЧЕНЬ ТОВАРОВ ДЛЯ МАРКИРОВКИ

Минпромторг России и Федеральная таможенная служба согласовали перечень высокотехнологичной продукции, которую предложат для маркировки спецзнаками. Об этом сообщил замглавы ФТС Тимур Максимов.

"Мы рассматривали конкретный товарный перечень на комиссии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции. В целом все его поддержали. Этот перечень - это основа для рассмотрения в правительстве. Мы согласовали с Минпромом, они уже направляют", - сообщил он.

В июне текущего года также ожидается старт проекта по маркировке обуви. Министр промышленности и торговли России Денис Мантуров ранее сообщал, что маркировка также может быть введена в отношении верхней одежды, костюмов, блузок и сорочек, постельного белья и текстиля для столовой.

В 2016 году в странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС) введена обязательная маркировка шуб и меховых изделий RFID-метками. В апреле Минпромторг подготовил список товаров для обязательной маркировки. В него попали самые разнообразные товары: духи, бытовая химия, шины, блузки и пальто, постельное белье, детское питание, рис, макароны, чай, кофе, консервы, продукты из мяса и рыбы, пиво, соки и минеральная вода, молочная продукция.

ОТКУДА ФАЛЬШИВКИ?

В России оседает неучтенной продукции легпрома более чем на шесть миллиардов долларов ежегодно

Расползающиеся по швам шубы, слезающая на глазах краска с брендовых вещей, не пропускающая воздух детская одежда, отваливающиеся подошвы на обуви, гнущиеся, как консервные банки, колесные диски - все это контрафакт, который тоннами везут в нашу страну. Люди платят большие деньги, но получают негодный, а иногда и опасный товар.

Чаще всего подделывают известные бренды, причем подделки (и в этом особенность России) продают не только на рынках, но и в магазинах. Фото: АР

О заслонах на пути контрафакта "Российской газете" рассказал **замминистра промышленности и торговли Виктор Евтухов**.

Виктор Леонидович, оцените объем контрафакта в торговле.

Виктор Евтухов: Под контрафактной понимается продукция, которая находится в обороте с нарушением прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, то есть подделки. Но это только один вид нарушений. Давайте лучше говорить о таком понятии, как "незаконный оборот".

Сюда входит целый комплекс нарушений. Помимо контрафакта это фальсификат или нарушение требований законодательства о техрегулировании и сертификации и нарушения таможенных требований - недекларирование (по сути контрабанда), недостоверное декларирование под другими кодами товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности для занижения таможенной стоимости ввозимых товаров и нарушения обязательных требований по маркировке.

Почему важно говорить именно о незаконном обороте?

Виктор Евтухов: Потому что практически все нарушения в сфере производства, ввоза и оборота товаров так или иначе взаимосвязаны между собой. При ввозе контрафактных товаров ты не можешь легально указать их в декларации, не имея прав на товарные знаки. Если ты не можешь указать реальный товар в декларации, то зачем указывать его реальную стоимость? И, наконец, если ты все равно будешь использовать "серые" схемы для легализации товара, зачем делать дорогостоящие испытания, чтобы получить сертификат о его безопасности.

Откуда "левые" товары к нам поступают?

Виктор Евтухов: Это импорт, производство внутри страны как подпольное, так и промышленное, но без учета. Различны и нелегальные способы реализации такой продукции. Например, около 80 процентов объема рынка легкой промышленности составляют импортные товары. При этом основным торговым партнером России в этом сегменте является Китай.

В Казахстане объем неучтенного импорта продукции легпрома в денежном выражении составляет в год 2,7 миллиарда долларов, в Киргизии - 2,9 миллиарда долларов. Весь неучтенный товар из Казахстана и Киргизии ввозится в Россию для дальнейшей реализации. И у нас в год оседает неучтенной продукции легпрома более чем на 6 миллиардов долларов.

Совсем небольшой процент составляют подпольные производства внутри страны. Но они менее распространены из-за необходимости

обеспечения их импортным сырьем, трудовыми ресурсами, помещениями и техникой.

Какие товары чаще всего подделывают?

Виктор Евтухов: Зарекомендовавшие себя на рынке бренды, что гарантирует теневым дельцам потребительский спрос.

Где чаще всего незаконную продукцию реализуют? Виктор Евтухов: Через Казахстан и Киргизию неучтенный импорт легпрома попадает в Россию. Фото: Петр Ковалев / ТАСС

Виктор Евтухов: Как правило, это розничные рынки и неорганизованная розница. Однако у России есть специфика, контрафакт реализуется и через легальные торговые предприятия по ценам оригинала, что совсем несвойственно, например, для Евросоюза.

Защита от контрафакта - маркировка. Для меха она уже внедрена. Но, по данным Роспотребнадзора, 30 процентов меховых изделий поступает на рынок без идентификационных знаков. Система несовершенна?

Виктор Евтухов: При реализации пилотного проекта по маркировке изделий из натурального меха была организована работа по сбору актуальной информации о нарушениях закона.

По данным Генпрокуратуры, выявлено 25 тысяч нарушений, арестовано более 83 тысяч нелегальных товаров. Возбуждено свыше 7 тысяч дел об административных правонарушениях и 53 уголовных дела. Около 8 тысяч лиц привлечены к административной и дисциплинарной ответственности.

Не работает в полной мере механизм уничтожения изъятых из незаконного оборота товаров легпрома. Эта известная нам тема, и в правительстве сейчас рассматривается подготовленный минпромторгом пакет законопроектов. Необходима постоянная координация органов власти в сфере развития системы маркировки, для этого мы создали профильную рабочую группу.

справка "РГ"

Каждый третий товар - "серый"

Официальная статистика по объему незаконного оборота сейчас есть только в легкой промышленности. В конце прошлого года Росстат, минпромторг и Федеральная таможенная служба разработали методику расчета доли незаконно произведенных и ввезенных товаров легкой промышленности в розничном товарообороте. Расчеты показали, что объем незаконного товара легпрома в розничном товарообороте в 2015 году составлял 31,1, а в 2016 году - 25,9 процента.

В легкой промышленности структура незаконного оборота, по оценкам экспертов, выглядит следующим образом: примерно 50-60 процентов составляет "серый" и "черный" импорт из стран дальнего зарубежья, 25-30 процентов импортируется из стран Евразийского экономического союза и около 15 процентов занимает неучтенное отечественное производство.

По экспертным оценкам, в целом объем незаконного оборота продукции на потребительском рынке - 2,5 триллиона рублей. Это около 9 процентов общего оборота розничной торговли и 15 процентов продаж на обследованных розничных рынках (продукты питания, алкоголь, табачная продукция, изделия легкой промышленности, включая спортивную одежду, парфюмерию и косметику, предметы женской и детской гигиены, средства ухода за телом, чистящие и моющие средства).

Объем незаконного топлива в целом по стране превышает 10 миллионов тонн, это около 30 процентов от оборота. Несанкционированный отбор из нефтепродуктопроводов путем незаконных врезок и переработка на нелегальных нефтеперерабатывающих заводах в топливо низкого качества

является одним из основных каналов поступления незаконной продукции на рынок.

ДОЛЯ ФАЛЬСИФИКАТА И КОНРАФАКТА НА РАЗНЫХ РЫНКАХ, %

Источник: Минпромторг и отраслевые ассоциации

ЛЕГПРОМ



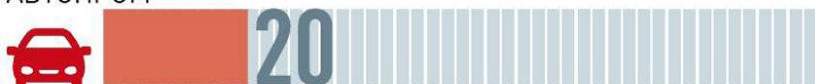
ОДЕЖДА И ОБУВЬ ИЗ КОЖИ



ТОПЛИВНЫЙ РЫНОК



АВТОПРОМ



СЕЛЬХОЗТЕХНИКА



WWW.SOUZLEGPROM.RU

МИНСЕЛЬХОЗ РОССИИ: К 2020 ГОДУ СБОР ЛЬНОВОЛОКНА УВЕЛИЧИТСЯ НА ТРЕТЬ ДО 52 ТЫС. ТОНН

23 апреля с.г. в Минсельхозе прошло расширенное совещание по вопросам развития льняного комплекса России под председательством министра сельского хозяйства Александра Ткачева. В заседании приняли участие около 100 специалистов в области льноводства и смежных отраслей.

Министр Ткачев подчеркнул стратегическую важность льняного комплекса для экономики ряда регионов и востребованность качественного льна на рынке.

За последние 30 лет в целом по России закрылось две трети текстильных предприятий, перерабатывающих лен, а оставшиеся почти полностью перешли на импортное сырье. Из 67 льносеменоводческих станций, построенных в 1975 году, сейчас работает только 12. Поскольку спрос на лен от переработчиков длительное время падал, сельхозпроизводители переориентировались на короткое волокно с более широким спектром применения: производство целлюлозы, медицинских бинтов, бумаги, композиционных материалов для авиа-, и автомобилестроения, строительных материалов и т.д.

«Мы провели анализ рынка и видим, что ситуация меняется. И сельхозпроизводители, и текстильные предприятия отмечают растущий интерес к производству льна. Сегодня есть предпосылки для возрождения льняной отрасли в России. Мы предусмотрели значительные меры поддержки для ее восстановления и динамичного развития», - отметил Александр Ткачев.

Минсельхоз России предусмотрел ряд новых мер поддержки на развитие льняной отрасли, в том числе:

- льготные краткосрочные и инвестиционные кредиты;
- возмещение части прямых понесенных затрат на создание и модернизацию предприятий льняного комплекса;
- несвязанную поддержку по ставке 10 тыс. рублей на 1 га посевной площади льна и конопли;
- поддержка в рамках единой субсидии.

Минсельхоз России подготовил и внес предложения в Правительство о возмещении 50% затрат на создание и модернизацию предприятий льняного комплекса.

«Государственная поддержка льноводческой отрасли в 2018-2020 годах составит 22 млрд рублей. Это позволит к 2020 году увеличить сбор льноволокна на треть, до 52 тыс. тонн», - сообщил Александр Ткачев.

Министр отметил, что такой объем обеспечит потребности текстильной промышленности и будет стимулировать производство более качественного и востребованного рынком сырья – длинного льноволокна. Интерес ко льну высокого качества подтвердили и представители текстильных предприятий. Предприятия готовы приобретать лен для производства различной продукции: от постельного белья и одежды до медицинской и лакокрасочной продукции.

Минсельхоз России совместно с Минпромторгом России поддерживает создание в крупных льносеющих регионах льняных кластеров, которые могут формироваться вокруг текстильного комбината или предприятия по глубокой переработке льна.

Первый заместитель министра сельского хозяйства Джамбулат Хатуов уточнил, что кластер объединит в рамках сырьевой зоны льносеющие хозяйства и предприятия по первичной переработке сырья, повысив эффективность всей производственной цепочки. «Развитие льноводческой отрасли станет эффективным, когда производители, переработчики, инвесторы и региональные власти найдут точки соприкосновения, учтут весь имеющийся опыт, приведут к одному знаменателю конкретные проекты», - обозначил он.

Финансовой модели развития льняного комплекса в своем докладе уделил внимание директор Департамента экономики, инвестиций и регулирования рынков АПК Анатолий Куценко. По оценкам Минсельхоза, реализация мер господдержки и модернизация льняной отрасли позволит повысить рентабельность льноводческих предприятий до 35-40%, что укрепит материально-техническую базу действующих льносеющих предприятий, привлечет в льняную отрасль инвесторов и расширит рынок сбыта льняной продукции.

О развитии льноводства, как приоритетного направления в растениеводстве, сообщил в своем выступлении «О состоянии и перспективах развития льняного комплекса Российской Федерации» директор Департамента растениеводства, механизации, химизации и защиты растений Петр Чекмарев. Он подчеркнул, что лен-долгунец – важнейшая в России техническая культура, позволяющая в значительной мере обеспечить импортозамещение хлопка.

В 2017 году посевные площади льна-долгунца составили 47,5 тыс. га, а производство льноволокна составило 39 тыс. тонн, при урожайности 9,2 ц/га. Регионами с наилучшими показателями по производству льноволокна в 2017 году стали Омская область (6,9 тыс. тонн), Смоленская область (4,5 тыс. тонн), Алтайский край (4,1 тыс. тонн), Тверская область (4 тыс. тонн).

О перспективах развития льняного комплекса, его проблемах и их возможных решениях на совещании говорили представители смежных ведомств, бизнес-сообщества, научных организаций. Все они сошлись во

мнении, что возрождение льноводческой отрасли требует самого пристального внимания со стороны федеральных и региональных властей.

Завершая совещание, министр сельского хозяйства России Александр Ткачев выразил уверенность, что предпринимаемые усилия дадут положительный результат. «Реализация всех предусмотренных мер позволит создать льняные кластеры в 26 льносеющих регионах от Центрального Нечерноземья до Сибири, что даст солидный эффект в импортозамещении и позволит задействовать производственный потенциал машиностроительной, химической, легкой и других отраслей экономики страны», - заключил он.

В совещании приняли участие представители Минпромторга России, Минобороны России, отраслевых союзов, научных организаций, руководители региональных органов управления АПК, предприятий льняного комплекса, текстильной и смежных отраслей.

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

«Коммерсант»

«Синар» УВЕЛИЧИЛ ВЫРУЧКУ НА 25%

Новосибирское предприятие легкой промышленности АО «Синар» по итогам 2017 года увеличило выручку на 25% — до 1 млрд руб., следует из отчетности компании. По сравнению с 2016 годом себестоимость продаж выросла с 629,2 до 813,5 млн руб., прибыль от продаж — с 6,3 до 19,2 млн руб., чистая прибыль — с 4 до 11,9 млн руб.

По данным компании, конкуренция на рынке производства одежды растет в связи с сокращением покупательской способности и ростом конкуренции со стороны иностранных производителей. Легкая промышленность растет второй год подряд: в 2017 году — на 5,2%, в 2016 году — на 5,6%. При этом производство одежды выросло на 3,8% (в 2016 году — +6,9%), отмечают в компании. Однако, несмотря на рост производства, розничные продажи одежды сокращаются: снижение темпов роста в 2017 году составило 1,9%, что ниже среднего показателя по непродовольственным товарам. «Торговая наценка не растет, а темп роста издержек опережает темп роста цены», — сообщает компания.

Основными конкурентами являются отечественные производители, преимущественно европейской части России, импортеры из Азии, а также крупные торговые сети, размещающие свои заказы на производство в странах Азии. Кроме того, часть потребительского спроса переориентировалась на магазины-дисконты, следует из отчетности «Синара».

По данным «СПАРК-Интерфакс», АО «Синар» принадлежит семье Елезовых.

«НОРДТЕКС» ВЫПУСТИТ К ЧЕМПИОНАТУ МИРА ПО ФУТБОЛУ СУВЕНИРНЫЙ ТЕКСТИЛЬ

Компания «Нордтекс» намерена продавать по всей России сувенирный текстиль с изображениями талисмана Забиваки, официальной эмблемы FIFA, а также логотипа «Чемпионат мира по футболу — 2018».

В частности, говорится в сообщении компании, в настоящий момент порядка 300 тыс. махровых полотенец и шарфов для болельщиков с символикой Чемпионата мира по футболу находится в работе на предприятиях «Нордтекса».

Всего международная федерация согласовала пять дизайнов махровых полотенец и шарфов в трех различных цветах. Каждое изделие будет доступно в нескольких традиционных размерах, что позволит болельщикам и туристам приобрести себе памятный и при этом функциональный сувенир.

В числе точек реализации данной продукции как магазины сетевых операторов, так и сувенирные и прочие специализированные магазины различного формата.

ИНФОКАМ

КАМЫШИНСКИЙ ЗАВОД СМИ И ООО «КАМЫШИНСКИЙ ТЕКСТИЛЬ» ОТКРЫЛИ ДВЕРИ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ

В Волгоградской области продолжается проведение всероссийской профориентационной акции «Неделя без турникетов».

Об этом infokam.ru сообщили в областном комитете промышленности и торговли, уточнив, что с 16 по 20 апреля около 600 студентов и школьников посетили крупнейшие предприятия области, работающие в химической, металлургической, строительной, швейной и машиностроительной отраслях. Акция проходит два раза в год, в третью неделю апреля и октября.

В Волгоградской области акция проводится уже третий год. В 2016 году в ней приняли участие 9 промышленных предприятий г.Волгограда, в 2017 году к ним присоединились предприятия Волжского, а в 2018 году - предприятия Камышина.

Среди камышинских предприятий - ООО «Камышинский текстиль», ООО «Камышинский завод слесарно-монтажного инструмента» и другие.

WWW.SOUZLEGPPROM.RU

ИННОВАЦИИ ХОЛЛОФАЙБЕР® ПОКАЖУТ В КАЗАХСТАНЕ НА ВЫСТАВКЕ ПО ОХРАНЕ ТРУДА KIOSH

На 8-й международной выставке по охране труда и промышленной безопасности KIOSH 2018 московский завод нетканых материалов «Термопол» представит казахстанским компаниям и потребителям новинки из ассортимента утепляющих материалов для одежды и обуви Холлофайбер®.

Особый интерес производителей Казахстана вызывают инновации: Холлофайбер® СОФТ НГ (огнестойкие материалы) и Холлофайбер® СОФТ НГА (защита от электродуги). Это разработки, отвечающие требованиям наивысшей безопасности здоровья и жизни работников.

Более 10 лет на рынке Казахстана представлены материалы Холлофайбер® СОФТ. Они применяются как утеплители для обмундирования, униформы, модной одежды, спецодежды нефтегазового сектора, в том числе и для униформы сотрудников космодрома «Байконур». Для швейных компаний республики специально будет представлен Холлофайбер® ПРОФИ. Это материал с наиболее высокими показателями суммарного теплового сопротивления. Отмечается интерес производителей Казахстана к утеплителям для зимней обуви Холлофайбер® ФУТ.

В партнёрских докладах сотрудники компании проанализируют опыт по замене натуральных материалов на высокоэффективные синтетические. Такие внедрения дебютно демонстрировались компанией «Термопол» на военных выставках KADEX в г. Астана уже под международным брендом Холлофайбер®. Кстати, в соответствии со стандартами международного торгового партнёрства Казахстан предоставляет товарному знаку правовую защиту.

В рамках выставки 26 и 27 апреля пройдут показательные выступления «Профессиональной военизированной аварийно-спасательной службы» Комитета индустриального развития и промышленной безопасности Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан. Эти показы призваны актуализировать тему безопасного труда и средств индивидуальной защиты, важности внедрения инновационных технологий, технического текстиля, нетканых материалов.

Среди участников выставки KIOSH-2018 АО "Кимрская фабрика им. Горького", ООО "ТД "САВА", ТОО «Алтынжулдыз Textile», ООО «Предприятие «ФЭСТ», ООО «Стройтех», Компания «Мир Галош», ООО «Спецрегион», Леовит Нутрио и другие.

Стенд «Термопол» на выставке KIOSH № 26.

РИА «Мода»

RALF RINGER ОПУБЛИКОВАЛ СПОРТИВНУЮ ПОДБОРКУ ИЗ АКТУАЛЬНОЙ КОЛЛЕКЦИИ

Российский бренд Ralf Ringer представил подборку спортивных моделей из весенней коллекции 2018 года, сообщает компания.

В новом сезоне женщины смогут подобрать изделия в классическом стиле для офиса как на устойчивом каблуке, так и на плоской подошве, доступны кеды в спортивном стиле для прогулок, а также туфли пастельных цветов на легкой белой подошве.

Множество мужских моделей оснащено амортизирующей ультралегкой подошвой. Отделка нескольких ботинок снабжена цветными функциональными элементами.

Ralf Ringer — российский обувной производитель и ритейлер. С момента основания компании объем производства вырос с 30 тыс. пар в первый сезон до более чем 2 млн пар в 2017 году. Ежегодно Ralf Ringer выпускает две

коллекции мужской, женской и детской обуви: «Весна-лето» и «Осень-зима». У компании три собственные фабрики (в Москве, Владимире, Зарайске), а также крупнейшая в России сеть дистрибуции (свыше 2000 торговых точек, включая более 143 магазинов фирменной розничной сети). Среди многочисленных наград компании: Best Russian Brands, «Супербренд», «Национальная марка», «Российское качество» и «золото» конкурса «Бренд года/EFFIE».

Advis.ru

"ВОСТОК-СЕРВИС" НА ОТП: ОБСУЖДАЕМ ВОПРОСЫ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В дни работы выставки SAPE-2018 в Сочи, которая прошла с 10 по 13 апреля, на телеканале ОТП вышла программа "Отражение", посвященная актуальным вопросам легкой промышленности в России.

Спикерами программы выступили Алексей Суздалев, директор производственного дивизиона ГК "Восток-Сервис" и Ирина Иванова, заместитель директора Департамента развития внутренней торговли, легкой промышленности и легализации оборота продукции Минпромторга.

В основу лег видеосюжет с предприятия "Ликом" (г. Мелеуз, Башкортостан), которое специализируется на производстве СИЗ рук для работников нефтехимической, газовой и других отраслей промышленности. Фабрика является авангардным предприятием по производству перчаток с нитриловым покрытием в России, которое превосходит по своим свойствам зарубежные аналоги.

"Ликом" входит в ГК "Восток-Сервис" с 2017 года. "Восток-Сервис" – это компания, сфокусированная на инновационных решениях в области охраны труда. Мы привлекаем как лучшие решения со всего рынка, так и создаем их самостоятельно. Вектор успеха для нас – это развитие собственных производств", - прокомментировал включение фабрики "Ликом" в группу компаний Алексей Суздалев. Также спикеры обсудили вопросы отечественной легкой промышленности, поддержки производства со стороны государства, конкуренции, импортозамещения, защиты интеллектуальной собственности, обучения новых кадров, контрафакта и таких способов борьбы с ним как маркировка. Диалог завершился темой возможных перспектив для отрасли. "Мы видим перспективы в области создания современных средств индивидуальной защиты. В частности защита от падения, СИЗ рук, СИЗОД, СИЗ органов зрения. Это серьезная точка роста и увеличение объемов производства – в том числе по программам импортозамещения. В этом направлении на российском рынке есть куда стремиться", - сказал Алексей Суздалев.

ZENDEN НАЧАЛ ПРОДАЖИ ОФИЦИАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ FIFA

Во флагманском магазине Zenden состоялась презентация капсульной коллекции, приуроченный к Чемпионату мира 2018 года, и таким образом дан старт продажам официальной продукции FIFA.

Как сообщает компания, лицензию на продажу официальной продукции FIFA Zenden получил летом прошлого года. Коллекция состоит из 84 тыс. пар обуви, среди которых 62 — женские и мужские модели. В основу палитры, в

которой выполнена обувь, вошли цвета футбольных клубов российского чемпионата. Упаковка также выполнена в стилистике Чемпионата мира.

Модели из лицензионной коллекции Zenden к Чемпионату мира уже можно приобрести в 147 магазинах сети по всей России. В торговых залах спортивная линейка будет расположена в специальных зонах, оформленных в стилистике мундиаля.

В МИНПРОМТОРГЕ

WWW.SOUZLEGPPROM.RU

МИНПРОМТОРГ ПРОВОДИТ КОНКУРСНЫЙ ОТБОР ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГПРОМА НА ПОЛУЧЕНИЕ СУБСИДИЙ ПО КРЕДИТАМ НА ТЕХПЕРЕВООРУЖЕНИЕ И УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

С 25 апреля по 15 мая 2018 года Министерство промышленности и торговли России проводит «Конкурсный отбор проектов по увеличению объемов производства продукции легкой промышленности на право получения субсидий организациями легкой промышленности на возмещение части затрат на обслуживание кредитов, привлеченных в 2015 – 2018 годах на цели реализации проектов по увеличению объемов производства продукции» в рамках постановления Правительства Российской Федерации № 2 от 12.01.2017 «Об утверждении Правил предоставления субсидий организациям легкой промышленности на возмещение части затрат на обслуживание кредитов, привлеченных в 2015 – 2018 годах на цели реализации проектов по увеличению объемов производства продукции, и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».

Также с 25 апреля по 15 мая 2018 года Минпромторг объявляет Конкурс на "Отбор новых инвестиционных проектов по техническому перевооружению на право получения субсидий из федерального бюджета организациями легкой и текстильной промышленности на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях в 2013 – 2018 годах, на реализацию новых инвестиционных проектов по техническому перевооружению» в рамках постановления Правительства Российской Федерации № 30 от 18.01.2017 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета организациям легкой и текстильной промышленности на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях в 2013 – 2018 годах, на реализацию новых инвестиционных проектов по техническому перевооружению и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».

Конкурсная информация размещена [ЗДЕСЬ>>](#)

Подробнее можно узнать в СОЮЗЛЕГПРОМЕ по т.: (495)280-15-48 (доб.177) - Отв. Орозова Анна Владимировна

2018 ГОД БУДЕТ ГОДОМ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ

После двух лет спада отечественный потребительский рынок продемонстрировал положительную динамику в 2017 году, когда оборот розничной торговли в физическом выражении вырос на 1,2%.

В связи с этим агентство прогнозирует, что в 2018-2020 годах будет наблюдаться положительная динамика на потребительском рынке России, которую будет поддерживать рост доходов населения, снижение интереса к формированию сбережений и повышение доступности потребительских и ипотечных кредитов. На сегодняшний день россияне демонстрируют готовность к крупным тратам, особенно, если они связаны с улучшением жилищных условий: покупка недвижимости, ремонт, покупка товаров для дома и сада. Так, в 2017 году средний размер нового ипотечного кредита вырос на 10% и составляет 1,93 млн руб. При этом 10% россиян сообщают о планах приобрести недвижимость в ближайшее время.

Иван Федяков во время пресс-конференции, посвященной IV международному форуму бизнеса и власти «Неделя Российского Ритейла 2018», отметил, что также наблюдается и тенденция пересмотра населением своей сберегательной модели. В 2015-2017 годах у россиян была сформирована модель «бережливого» потребления. Более 30% потребителей перешли на более дешевые марки, активно пользуются скидками, промоакциями, системами лояльности сетевых ритейлеров и таким образом покупают менее дорогие товары, сокращая расходы и одновременно с этим потребляя активнее.

По наблюдениям специалистов INFOLine, активность кредитования населения после периода 2015-2016 годов снова возросла: было выдано 34,82 млн кредитов общим объемом свыше 5,68 трлн руб. «В 2017 году наблюдается резкий рост интереса к кредитованию. Увеличивается и количество потребительских кредитов, и что не мало важно, средняя заявка этого кредита. Только в Москве этот уровень вырос на 30%, - отмечает Иван Федяков. - Потребители аккуратно отказываются от основных методов сбережения».

Отметим, что ранее генеральный директор INFOLine сообщил, что сберегательная модель поведения, достигнув пика в 26 трлн рублей в конце 2016 года, исчерпала себя. У населения скопилась финансовая подушка безопасности. Россияне устали накапливать средства и хотят начинать их тратить.

Сегодня российский потребительский рынок, несмотря на все потрясения, которые он пережил в 2015-2016 году, достаточно привлекательный для развития как отечественных, так и международных компаний.

ПРЕДПРИЯТИЯ ЛЕГПРОМА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ АКТИВНО ИСПОЛЬЗУЮТ ПОДДЕРЖКУ ФОНДОВ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В Камышине Волгоградской области обсудили получение мер предприятиями региона господдержки для реализации проектов создания импортозамещающих производств за счет льготных займов федерального и регионального фондов развития промышленности.

Как сообщает администрация области, в число наиболее активных компаний в данном направлении входят предприятия легкой промышленности.

Так, с помощью регионального фонда развития промышленности, созданного в 2017 году, компании могут привлекать совместные займы под 5% годовых сроком до пяти лет на сумму от 20 до 100 миллионов рублей. Такой мерой уже воспользовались предприятия «Газпром химволокно» и компания «КФ» — средства направлены на создание импортозамещающих производств полиэфирных кордных тканей и реагентов для бурения.

При этом Камышин является одним из промышленных центров региона — на четырех производственных площадках, среди которых «Камышинский текстиль», реализуются крупные инвестиционные проекты общей стоимостью 7,6 млрд рублей, в том числе с привлечением господдержки.

Как пояснили в комитете промышленности и торговли Волгоградской области, в ходе встречи обсуждались актуальные вопросы государственной поддержки реального сектора экономики в создании высокотехнологичных конкурентоспособных импортозамещающих производств. Специалисты регионального фонда рассказали о процедуре и условиях отбора проектов на получение льготного займа, основных этапах проведения экспертизы заявок и порядке взаимодействия с заявителями.

ТЕКСТИЛЬ ОСТАЕТСЯ ГЛАВНОЙ СТАТЬЕЙ ИМПОРТА ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

За первые два месяца года импорт товаров в Ивановской области вырос на 3,9% и составил 78 млн долларов, сообщает администрация региона.

Большую часть этой суммы (42,8 млн долларов) составляет ввоз товаров из государств-участников СНГ. Среди ввозимых в регион товаров особой популярностью пользуются текстиль, текстильные изделия и обувь.

Первое место в списке поставщиков занимает Узбекистан, на долю которого приходится 38,4% ввозимой продукции. За ним следует Китай (16,2%), Турция (5,8%), Белоруссия (4,4%), Италия и Туркмения (по 3,2%).

Объем экспорта товаров за первые два месяца 2018 года достиг 21,2 млн долларов, увеличившись на 1%. Наибольший удельный вес в суммарном объеме экспорта приходился на Белоруссию — 14,6%, Казахстан — 14,2%, Германию — 10,8%.

В целом, по данным Центрального таможенного управления ФТС России, внешнеторговый оборот региона по итогам января-февраля 2018 года

составил 99,2 млн долларов, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом 2017 года на 3,2%. Доля экспорта во внешнеторговом обороте составила 21,4%, импорта — 78,6%.

МОДА

РИА «Мода»

ИСТОРИК МОДЫ НАТАЛИЯ КОЗЛОВА: МОДНЫМ ДОМАМ СЕЙЧАС ПРИХОДИТСЯ НЕПРОСТО

Историк моды, тележурналист Наталия Козлова посетила в Калининграде первый форум, посвященный развитию fashion-индустрии в регионе.

Как сообщает Корпорация развития Калининградской области, Наталия Козлова рассказала в интервью сайту организации о перспективах Калининграда в индустрии мировой моды. По ее словам, модным домам сейчас приходится непросто. Они давно почувствовали спад интереса к одежде из мира «высокой моды» — магазины высокой моды просто пустуют, зато увеличиваются продажи сегмента уличной одежды. Спортивные бренды, компании начинают сейчас «жировать», потому что предоставляют ту одежду и обувь, которую молодежь любит.

«Скорость жизни, демократичность, привычки и, в особенности, мир гаджетов, то, что молодые люди постоянно с ними взаимодействуют, — диктуют свои условия. Посмотрите на те же рюкзаки. Из-за того, что молодые люди держат в руках сотовые телефоны, они должны быть особого покроя, быть удобными, в них должны быть устройства для зарядки смартфонов. Их огромное количество стало выпускаться, и у дизайнеров есть много простора для работы с этим предметом. Спортивные штаны и кроссовки — это просто удобно для тех, кто много ходит, ведет активный образ жизни.

Эти же тенденции накладывают отпечаток на мир моды. Уже нет необходимости в таком количестве в вещах так называемого объемного кроя, который присущ одежде «от кутюр». Это значит, что меняются лекала, способ изготовления.

При этом нельзя говорить, что мода молодых, этот свободный спортивный стиль уже в ближайшем будущем полностью победит и будет диктовать свои условия модельерам. Трудно, особенно сейчас, предугадать, что будет через пять лет, но есть тенденции, которые не учитывать нельзя.

Другой вопрос, который поднимаю в своем докладе, — это наступление эпохи новых материалов, новых тканей. Это материалы с задаваемыми свойствами, в разработке которых применяются самые передовые технологии и научные разработки. Одежда из таких тканей очень легкая, эластичная, способна подстраиваться под потребности конкретного человека. Она может заряжать гаджеты, снимать показания с тела, согревать в самый сильный мороз или поддерживать определенную температуру в жару.

Эти ткани, одежда из них уже используется в армии и спорте. Мы видим огромное количество новых технологий, которые используются при производстве спортивных костюмов. Мы видим, что появляются поверхности трикотажных костюмов, которые дают увеличение скорости, обтекаемости.

Обратите внимание на тех же конькобежцев. При температуре -20°C они тренируются, выступают в облегающих комбинезонах и ставят рекорды. При этом они не замерзают. Эти новые технологии, новые виды материалов позволяют дать новые виды возможностей, когда не жарко и не холодно, она может регулировать теплообмен. В нее могут быть встроены чипы различные. Потом эти новшества спорт передает в обычную жизнь.

Другой тренд современной моды — это кроссовки. На них перешли и молодежь, и люди старшего поколения. Сами они стали настолько разнообразны, что их предпочитают модницы, которые еще два-три года назад предпочитали шпильку. Сейчас, если это не какой-то званый прием, обратно вернуться к шпильке заставить их невозможно.

Сейчас время трикотажа. Он играет всю большую и большую роль при производстве одежды для молодежи. Толстовки, спортивные штаны, рюкзаки — все это отшивается из этого материала. При производстве трикотажных изделий не требуется тканей, нужны только нити. Трикотаж может быть самым разным: от самого тончайшего спортивного, с различными свойствами терморегуляции до самого объемного пальто. Часто для их производства не нужно сложных конструкторов, которые кроют одежду. Сейчас очень много машин, которые задают форму при непосредственном изготовлении изделий».

Наталия Козлова — историк, искусствовед и международный обозреватель моды, автор книги «Магия русского стиля», куратор крупных выставочных проектов, посвященных традициям отечественной моды.

ВЫСТАВКА

www.new-retail.ru

ЗАЧЕМ УЧАСТВОВАТЬ В ВЫСТАВКЕ, ЕСЛИ НА ДВОРЕ 2018 ГОД?

Сегодня, в условиях цифровой эпохи, классическая выставка кажется консервативным каналом коммуникации. Однако и в этом сценарии произошли интересные изменения. Сейчас выставка — не площадка для привлечения клиентов, нет. Выставка — это активность, которая начинается за 2-3 месяца до нее, а завершается через столько же времени после ее окончания.

Выставочный бизнес в России начал активно развиваться на стыке девяностых и двухтысячных. Появились первые площадки, на которые не стыдно было пригласить людей в деловых костюмах. У рынка появилась потребность в профессиональном нетворкинге. В результате этой работы почти все сегменты глобального рынка были покрыты отраслевыми выставками: как только возникала новая ниша и в ней появлялись деньги — в этой нише тут же появлялась профильная выставка.

Следующее десятилетие унесло нас в цифровую эпоху.

Отношения клиента с бизнесом сильно изменились. Коснулось это и традиционного подхода к выставкам. Однако пользователи не оценили модель коммуникации, при которой компании создавали роскошные, но недорогие стенды на сайте сервиса, а чат-боты от лица экспонентов общались с виртуальными посетителями, добрая половина из которых тоже оказывалась роботами-парсерами, молчаливо собирающими контент. Не удивительно, что

стартапы, в изобилии предлагавшие онлайн-выставки, либо разорились, либо уверенно к этому стремятся.

Удержание важнее привлечения

Сегодня выставка кажется консервативным каналом коммуникации. Но на самом деле, это классика, в которую надо аккуратно добавить технологии, чтобы ничего не испортить. И при этом выставка в 2018 году несет в себе куда больше выгод, чем 5-10 лет назад.

Организаторы современных выставок отмечают, что сегодня привлечение новых клиентов – не основная цель участия в мероприятии в качестве экспонента.

Участие в выставке – это активность, которая может и должна окупаться

К примеру, участники выставки *bauma CTT RUSSIA*, которые в этом году встречаются уже в 18 раз, прекрасно знают, что рынок строительной техники давно распределен между ключевыми игроками. Новые компании-потребители почти не появляются и привлечь клиента в таких условиях, значит «отбить» его у другой компании. Значит, испортить отношения с конкурентом, который в большинстве случаев является партнером или поставщиком.

Так что сегодня большинство участников собираются совсем с другой целью – чтобы удержать клиентов: пролонгировать долгосрочные отношения и защитить свои позиции.

Говоря об отношениях, мы подразумеваем коммерческую их сторону, которая оценивается в конкретных KPI.

Это может быть, как количество новых и пролонгированных контрактов, контрактов с улучшенными условиями, в том числе снижение стоимости, получение отсрочки, так и количество сделок, заключенных в рамках выставки, количество новых контактов: потенциальных лидов, партнеров, инвесторов, сотрудников. Участие в выставке – это активность, которая может и должна окупаться.

Вопросы, которые в вялотекущем режиме компании могут решаться месяцами, на выставке закрываются за несколько часов

Встречаясь на площадке, старые знакомые по бизнесу закрывают сразу несколько задач. Одни делятся новостями компаний, трендами, ожиданиями – этот рынок еще слишком консервативен, чтобы делиться инсайдами и презентовать продукты через конф-коллы видеосвязи. Продавцы презентуют новинки и лично тестируют с клиентом каждую из них – специфика рынка строительной техники не подразумевает рассылку бесплатных сэмплов клиентам и последующий прозвон: «Ну чего, получили? Как вам?».

И, ко всему прочему, это отличная возможность получить «живую» обратную связь: «Почему не покупаете? Почему покупаете? Где видели дешевле? (Пошли к ним на стенд, посмотрим) Чего не хватает?».

Важной, впрочем, по-прежнему остается и имиджевая составляющая – компания участвует в выставке, значит дела у нее идут неплохо, с ней можно иметь дело.

Выход из зоны прокрастинации

Выставка создает среду, в которой представители компаний работают продуктивнее. Или им приходится работать продуктивнее. Это разные вещи, потому что в первом случае речь идет о собственниках бизнеса, во втором – о наемных сотрудниках. 20% посетителей выставки это собственники и топ-менеджмент, 80% – линейные менеджеры и специалисты.

Вопросы, которые в вялотекущем режиме компании могут решаться месяцами, на выставке закрываются за несколько часов. Обычно это объясняется отсутствием необходимости перекидывать письмами между

отделами, согласовывать ответы с руководителем, ждать коллег из отпусков, или просто забывчивостью.

Среда, в рамках которой в одно время на одной площадке оказывается несколько десятков или сотен конкурентов и ключевых клиентов, мотивирует на активное включение в работу. Собственник бизнеса должен задать себе вопрос: «Достаточно ли я взял от этого мероприятия, чтобы окупить затраты на участие и получить прибыль?». Менеджеры, инженеры, тех. работники прогоняют через себя: «Выполнил ли я минимум, который с меня спросят?».

«Участие в выставке – это не несколько дней, а 2-3 месяца до начала мероприятия и столько же после его окончания»

Да, так выходит, что экспоненты и посетители профильных выставок это наиболее платежеспособная, квалифицированная и заинтересованная часть рынка. И этим стоит воспользоваться. Например, установить контакт с партнерами, чей масштаб непомерно велик для общения с небольшой компанией или определить ниши, в которых есть спрос, но недостаточно предложений.

А еще это отличная возможность рекрутировать сотрудников – зачастую рынок очень узкий и есть компетенции, которыми обладают десятки человек на всю страну, и 90% из них оказываются в одном месте в одно время.

Почему сейчас круче, чем 10 лет назад

Раньше участие компании в выставке начиналось, когда сотрудники занимали места на стендах, а заканчивалось, когда огромные остатки полиграфии уезжали обратно в офис. Сейчас участие в выставке – это не несколько дней, а 2-3 месяца до начала мероприятия и столько же после его окончания.

○ Во-первых, стоит активизировать маркетинг и использовать по максимуму рекламные возможности, которые предоставляют организаторы. За несколько месяцев до начала мероприятия вся коммуникация выставки начинает жить активной жизнью — выходит из спячки SMM-менеджер, начинаются рассылки, появляются анонсы в СМИ, верстается полиграфия, собирается пул рекламодателей для наружной\аудио\видео рекламы.

○ Во-вторых, использовать собственные инструменты. Анонсировать свое участие в выставке через SMM, email-рассылки, сотрудников, которые коммуницируют с внешним миром. Использовать гиперлокальный таргетинг в системах контекстной и таргетированной рекламы — и пользователи, которые находятся на территории выставочного комплекса увидят вашу рекламу на сайтах и в приложениях. Релевантность аудитории при правильной настройке инструмента стремится к 100%.

○ В-третьих, не расслабляться во время и, главное, после окончания выставки. Это отличный информационный повод, который будет актуален в отрасли еще пару месяцев. Обязательно обработать контакты, собранные на мероприятии. Обзвонить, напомнить о себе, закрепить договоренности. Отправить все, что было обещано. Организовать собственную онлайн трансляцию с мероприятия и выложить записи по завершении. Засветиться в СМИ, опубликовать полезные материалы: репортажи с докладов, круглых столов, результаты дискуссий. После выставки большинство компаний начисто забудут о произошедшем и впадут в анабиоз, а это отличный шанс собрать весь целевой трафик в своих каналах и трансформировать подписчиков в клиентов