

ДАЙДЖЕСТ ЦЕНТРАЛЬНЫХ СМИ

31 июля 2020г.

АКТУАЛЬНЫЙ КОММЕНТАРИЙ

«Своя позиция»

ПОЧЕМУ РУБЛЬ - НЕ КОНКУРЕНТ ИНВАЛЮТЕ...

Автор – Андрей Разбродин, президент СОЮЗЛЕГПРОМА

Всё большее число российских и зарубежных экономистов прогнозируют уже к середине августа котировки рубля к доллару США на уровне 74-76 рублей, и даже более. Соответственно, повысится рублевая стоимость всех других инвалют. А рубль в этой ситуации ускорит своё обесценивание.

Такие прогнозы небезосновательны, учитывая дальнейшее обесценивание рубля ввиду роста цен и тарифов, наряду с «виражами» мировых цен на нефть, к которым рубль накрепко привязан. В то же время, колоссальные объемы российского золота экспортируются в США и Великобританию, что тоже демонстрирует опасения государства и Центробанка насчет нефтяных цен. В то же время, именно укрепление золотого запаса страны, как показывает зарубежная практика, позволяет смягчить, а то и устранить последствия неблагоприятной мировой конъюнктуры по любым продуктам производства. Однако массовый экспорт золота, котирующегося на мировом рынке, в основном, в долларах США и британских фунтах, тоже «роняет» рубль к инвалютам.

Кроме того, неопределенность с курсом рубля обесмысливает, точнее — заранее обесценивает рублевые «госвливания» в экономику. Тем более, осуществляемые в стране «задним числом» и по принципу «все сёстрам — по серьгам».

Но мер по реальной поддержке конкурентоспособности рубля, похоже, не предвидится. Что, с учетом вышеупомянутых факторов приведет, на мой взгляд, к стагнации малого и среднего бизнеса, значимых производственных проектов. И, разумеется, к еще большему усилению зависимости — долларовой зависимости финансовой системы от мировых цен на нефть.

Андрей Разбродин, президент Союзлегпрома

НОВОСТИ СОЮЗЛЕГПРОМА

WWW.SOUZLEGPROM.RU

УЧАСТНИКИ ОТРАСЛИ ПРИЗНАЮТ: МАРКЕТПЛЕЙСЫ – БУДУЩЕЕ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ

Очередная онлайн-встреча «Час Союзлегпрома», состоявшаяся 27 июля была посвящена онлайн-маркетплейсу, как основе модели продаж будущего, её успехам и ошибкам – как в целом, так и в отношении к текстильной сфере.

В прямом эфире с игроками отрасли беседовали: Дмитрий ЛАЗАРЕВ, заместитель руководителя центров экспертизы электронной коммерции Wildberries, и Екатерина ТАЗИНА, управляющий товарной категорией («Товары для дома») компании GOODS.

Сперва уточним, что Википедия определяет маркетплейс как «...платформу электронной коммерции, онлайн-магазин электронной торговли, предоставляющий информацию о продукте или услуге третьих лиц, чьи операции обрабатываются оператором маркетплейса, оптимизированную онлайн-платформу по предоставлению продуктов и услуг. Один и тот же товар зачастую можно купить у нескольких продавцов, при этом цена на товар может отличаться».

Как отметили участники дискуссии, эта форма общения с потребителем, в полной мере отвечает взрывной популярности e-commerce. Понятно, что такой тренд обязан коронавирусу, точнее ограничениям, связанным мерами по предотвращению с его распространения. Это отметила модератор встречи Вера ИВАНОВА, указав, что торговля продукцией лёгкой промышленности переместилась, в основном, в Интернет примерно с апреля, и до сих пор остаётся там же основным сегментом. И это не только касается текстиля: таков общий «исход» торговых площадок вследствие сворачивания традиционных форм торговли.

E-commerce-гиганты типа маркетплейса Wildberries, по словам Дмитрия ЛАЗАРЕВА, расширили в сложившейся ситуации своё влияние и развили бизнес за счёт интенсификации всех форм своей работы, включающей в себя специализацию и дифференциацию торговых операций.

По мнению Дмитрия, в данной сфере обосновано широкое применение искусственного интеллекта и машинного обучения, развитие практики вебинаров, большее разнообразие их форм, организация бесплатного обучения для партнёров, которые активно применяются в компании. Означенные и смежные направления будут использоваться в планируемом компанией к созданию текстильного технопарка в Иваново, с дальнейшим распространением по другим городам России.

В отличие от Wildberries, маркетплейс Goods – ещё очень молодой. Как рассказала его представитель, Екатерина ТАЗИНА, это - развивающаяся компания, находящаяся в поисках своих эффективных форм и структур. Точнее, это дочернее подразделение крупного российского ритейлера бытовой техники «М.Видео». В составе команды - 4500 продавцов; широко практикуется программа «закажи и бери».

Характерны также для компании, по словам эксперта, стремление опережать конкурентов в привлечение клиентуры, использование «бонусных рублей» («эрзац-валюты») как маркетинговых инструментов. При этом текстилю в маркетплейсе данной компании, как отметила Екатерина, уделяется больше внимания, чем у конкурентов.

По словам эксперта, доля продаж домашнего текстиля (постельное бельё, пледы подушки, одеяла), средний чек по которому – 3000 рублей, к настоящему времени составляет в компании 15-16% в нише «товары для дома». В целом для маркетплейса – пока немногим выше 1%. Самый популярный у покупателей – ивановский текстиль, а турецкий по причине удорожания явно уступает. В работе с этой компанией пока ещё, есть нюансы: – например, она принимает товары с хабов не далее 50 км от Москвы, иначе поставщикам приходится привозить всё самим.

В ходе дискуссии были обсуждены ряд других аспектов становления и развития маркетплейсов, применительно к текстильной и легкой промышленности, были даны ответы на вопросы слушателей, подчас весьма острых и злободневных.

ЗАПИСЬ ОНЛАЙН-ЭФИРА МОЖНО ПОСМОТРЕТЬ [ЗДЕСЬ>>>](#)

НОВОСТИ ОТРАСЛИ

NEW-RETAIL.RU

ЧИСЛО РАБОТАЮЩИХ С ОБУВЬЮ КОМПАНИЙ В СИСТЕМЕ МАРКИРОВКИ ПРЕВЫСИЛО 60 ТЫСЯЧ

Количество участников рынка обуви, зарегистрированных в системе «Честный знак», превысило 60 тысяч и составило 60227. За неделю число участников выросло на более чем 700. Об этом говорится в сообщении на сайте ЦРПТ.

Напомним, с 1 июля в России запрещен оборот немаркированной обуви, информация о ее движении от производителя/импортера до покупателя передается в систему маркировки.

«После обязательного запуска маркировки в системе регистрируются небольшие торговые точки и новые фирмы. Самих торговых объектов, реализующих обувь, конечно, больше, так как на один ИНН может быть зарегистрирована целая сеть магазинов. Отрадно, что многие магазины стали продавать маркированную обувь заранее — еще в апреле. Так что к настоящему времени из оборота выведено более 46 миллионов пар», — говорит директор департамента общего бизнес-анализа ЦРПТ Вера Волкова.

При этом регистрация тех, кто уже производит или продает какой-то маркированный товар, для работы с другой категорией упрощена. Для этого достаточно в личном кабинете открыть другую товарную группу. К настоящему времени, например, в системе маркировки зарегистрированы более 14,7 тыс. участников, которые работают и с обувью, и с товарами легкой промышленности, маркировка которых станет обязательной с 1 января.

Всего же по товарам легкой промышленности в системе зарегистрировано около 19 тыс. компаний.

При этом обувь является и самым популярным товаром, легальность которого проверяют пользователи приложения «Честный знак». Им можно сканировать Data Matrix коды и получать не только информацию о производителе, но и выходных данных товара. Из 10 млн проверенных кодов 5,26 млн приходится на обувь.

ВЫСОКАЯ ОЦЕНКА РОСКАЧЕСТВА

Махровые полотенца ведущей торговой марки компании «ТДЛ Текстиль» «Василиса» получили высокие оценки Роскачества.

Эксперты Роскачества подвели итоги проверки махровых полотенец. Изделия исследовали на токсичность, интенсивность запаха, свободный хлор, впитывание воды и другие показатели.

Специалисты проверили качество 7 марок.

Махровые полотенца торговой марки «Василиса» признаны безопасными по всем критериям. Кроме того, они лучше других впитывают воду, устойчивы к появлению затяжек, качество их швов не вызвало нареканий.

На сайте Роскачества отмечается, что производитель полотенец бренда «Василиса» значительно улучшил качество своих изделий за последние 5 лет. Результаты лабораторных испытаний позволяют признать данный товар соответствующим обязательным требованиям законодательства и опережающим требованиям стандарта Роскачества. В рейтинге Роскачества товар получил 4.88 балла из 5 возможных.

www.souzlegprom.ru

«ПОРТНОВСКАЯ МАНУФАКТУРА» НАЧАЛА ПРОДАЖИ СПОРТИВНОЙ МАРКИ "PUTIN TEAM"

Марка создана на первой цифровой швейной фабрике

“Uniform Atelier” в Екатеринбурге - по инициативе Минпромторга.

Цель: продемонстрировать высокие стандарты качества нового российского производства, создание которого лишь первая ласточка в большом деле по возрождению легкой промышленности страны.

Вся одежда сделана из высококачественных материалов и при помощи современных технологий, процесс производства полностью безопасен, а качество продукции отвечает самым высоким европейским стандартам. Putin Team имеет амбицию стать первой в России технологичной маркой - альтернативой топовым мировым спортивным брендам.

С 31 июля для заказа доступны более 100 моделей: спортивные костюмы, футболки, худи, аноракки, головные уборы, рюкзаки и сумки.

Глава “Uniform Atelier”, руководитель комитета швейной промышленности Союзлегпрома Дмитрий Шишкин:

“Нам удалось создать российскую спортивную марку с бескомпромиссным качеством, в это мы вложили много сил. Я мечтаю, чтобы наш результат оценили главные спортсмены страны - Артем Дзюба, Игорь Акинфеев, Хабиб Нурмагомедов, Евгений Малкин, Петр Ян, Александр Овечкин, Сергей Полуин и другие, кто радуется нас и наполняет чувством гордости. Нам теперь тоже есть чем гордиться”.

Вслед за Wildberries, которые получили эксклюзивное право первых продаж, марка появится на Ozon.ru, Lamoda.ru. Уже сегодня одежду можно приобрести на официальном сайте марки putin-team.com.

ТУРЕЦКАЯ ТТ GROUP ПОСТРОИТ В ПОДМОСКОВЬЕ ТЕКСТИЛЬНУЮ ФАБРИКУ

В городском округе Солнечногорск турецкая компания ТТ Group построит текстильную фабрику по производству ткани, заводской текстильной печати и пошиву, сообщает пресс-служба министерства инвестиций, промышленности и науки Московской области.

«Приступить к реализации своего проекта в индустриальном парке «Есипово» компания планирует осенью 2020 года. Строительство пройдет в три этапа», — говорится в сообщении.

Торжественная церемония закладки камня и начало реализации первого этапа проекта запланированы на сентябрь 2020 года. Первый этап предполагает начало деятельности по заводской и текстильной печати по ткани в производственном цеху площадью пять тысяч квадратных метров.

«Инвестиции турецкой компании в рамках первого этапа проекта составят один миллиард рублей. На производстве будет создано 70 рабочих мест. Ввести объект в эксплуатацию планируется уже весной 2021 года. Проект будет реализован в индустриальном парке «Есипово», где при участии правительства региона уже создана вся необходимая инфраструктура для промышленных инвесторов», — сообщила министр инвестиций, промышленности и науки Московской области Екатерина Зиновьева.

По завершению первого этапа инвестор планирует сразу приступить к реализации второго и третьего этапов. Дополнительно будет инвестирован еще один млрд рублей и создано 550 рабочих мест.

СМОЛЕНСКАЯ ФАБРИКА «ШАРМ» ПЕРЕНЕСЕТ ЧАСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ В ОРЛЕ

Смоленская швейная фабрика «Шарм», входящая в состав холдинга «Русский трикотаж», наращивает производство. В связи с этим предприятие планирует открыть цех на 120 рабочих мест в Орле.

Как сообщает портал «Главная тема», перспективы развития предприятия гендиректор фабрики «Шарм» Андрей Тутунин обсудил с губернатором Смоленской области Алексеем Островским во время его рабочего визита на производство. «Уже принято решение об открытии в сентябре подразделения нашей фабрики (швейный цех на 120 рабочих мест) в Орле. Важно подчеркнуть, что часть налоговых отчислений будет поступать в бюджет Смоленской области, — отметил Тутунин. — На территории Смоленской области сегодня открыты 185 вакантных мест для трудоустройства в нашу компанию. Мы принимаем на работу, в том числе и тех, кто не имеет профессионального опыта, поскольку на фабрике организовано обучение персонала, и выплачивается стипендия».

Как пояснил гендиректор «Шарма», в планах предприятия и строительство новых цехов в тех населенных пунктах Смоленщины, где они еще не открыты. На данный момент швейные цеха предприятия работают в Смоленске, Десногорске, Рославле, Демидове, Велиже, Ельне, Глинке и пгт Озерный Духовщинского района — рабочие места созданы для более чем 1,8 тысячи

смолян. Ранее предприятие открыло новый цех на 69 рабочих мест в Смоленске.

В МИНПРОМТОРГЕ

РИА «Новости»

МИНПРОМТОРГ ГОТОВИТ "ПЛАН Б" ДЛЯ МАГАЗИНОВ В СЛУЧАЕ ВТОРОЙ ВОЛНЫ COVID

Минпромторг РФ обсуждает с Роспотребнадзором "план Б" для работы компаний потребительского рынка России на случай "второй волны" коронавируса, который позволил бы избежать массового закрытия предприятий, заявил статс-секретарь, замглавы Минпромторга Виктор Евтухов в ходе онлайн-конференции в международном мультимедийном пресс-центре МИА "Россия сегодня".

"Мы сейчас с Роспотребнадзором прорабатываем так называемый "план Б" на случай проблемы, если она вдруг появится осенью, чтобы не принимать решения самые жесткие, самые крайние по закрытию всего и вся, а выработать такие механизмы и такие решения, которые позволят и работать отраслям потребительского рынка, и при этом соблюдать все необходимые требования с точки зрения санитарно-эпидемиологической безопасности", - сказал Евтухов.

Он отметил, в результате принятия различных мер поддержки России удалось избежать массовых банкротств на фоне распространения коронавируса весной. "Хотя, конечно, мы видим, что мы теряем часть общепита, есть рестораны, которые закрываются. Но общепит был закрыт дольше всех и пострадал сильнее всего. У многих выручка упала более чем на 70-80%, и даже онлайн-формат здесь, к сожалению, не помог", - указал замминистра.

В то же время, продолжил замглавы Минпромторга, начинает восстанавливаться российская легкая промышленность, а также производство, продажи мебели и отрасли, связанные с мебельным производством.

"Мы очень рассчитываем на то, что, если не произойдет осенью очередных всплесков пандемии и не будет принято жестких решений, то по многим отраслям ситуация будет довольно стабильная", - заключил Евтухов.

В РЕГИОНАХ

ТАСС,

УЛЬЯНОВСКИЕ ВЛАСТИ НАПРАВЯТ 6 МЛН РУБЛЕЙ НА ПОДДЕРЖКУ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Первый заместитель председателя правительства региона Андрей Тюрин заявил, что эта мера поддержки поможет предприятиям справиться со сложностями в условиях пандемии

Предприятия легкой промышленности Ульяновской области до конца года получат 6 млн рублей на возмещение части затрат на коммунальные услуги в качестве поддержки в условиях пандемии коронавируса. Об этом в понедельник сообщила пресс-служба правительства региона.

"На поддержку предприятий легкой промышленности Ульяновской области направят 6 млн рублей. Соответствующее постановление подписал первый заместитель председателя правительства региона Андрей Тюрин", - отмечается в сообщении.

По данным пресс-службы, субсидию намерены предоставить по государственной программе "Научно-технологическое развитие в Ульяновской области". "Поддержку окажут предприятиям легкой промышленности для возмещения части затрат, связанных с оплатой услуг теплоснабжения, электроснабжения, водоснабжения и водоотведения. Размер субсидии не должен превышать половины суммы затрат, понесенных организацией в связи с оплатой соответствующих услуг", - говорится в сообщении.

По словам Тюрин, эта мера поддержки позволит помочь предприятиям справиться со сложностями в условиях пандемии. "Сегодня мы должны понимать, что необходимо для вывода ульяновских предприятий на уровень до пандемии, как мы можем поддержать их и сохранить трудовые коллективы. Принимаемая мера поддержки предприятий легкой промышленности позволит стабилизировать деятельность организаций, тем самым обеспечив регулярные поступления налогов и сборов в бюджеты всех уровней и государственные внебюджетные фонды", - процитировали его в пресс-службе правительства.

"Новости Оребурга",

В ОРЕНБУРЖЬЕ НАМЕРЕНЫ ВОЗРОДИТЬ ЛЕГКУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Пандемия коронавируса может положительно повлиять на развитие легкой промышленности Оренбуржья, считают эксперты. На этой неделе прошла видеоконференция, организованная командой института Weiporen, в которой приняли участие представители федерального министерства промышленности и торговли. Оренбуржье на конференции представляли замминистра промышленности и энергетики региона Дмитрий Кулаков, а также представители ведущих предприятий легкой промышленности. Основной темой диалога стала возможность развития отрасли в нынешних экономических условиях. Эксперты считают, что назрела необходимость пересмотра стратегий производства и продаж. «Остановка международных цепочек предоставляет возможность выстроить внутренние связи и выйти на федеральный рынок ритейла в новом качестве», – рассказал основатель института Weiporen Алексей Баженов. Участники видеоконференции сошлись во мнении, что сейчас возникли два основных направления развития индустрии моды и легкой промышленности – крупные заказы от международных компаний и создание собственных брендов на базе уже существующих производств.

Для Оренбуржья более приоритетным является второе направление. «Здесь и формирование имиджа, причем не только предприятия, но и региона, и более высокая доходность», - отметил замминистра Дмитрий Кулаков. Еще одно из преимуществ развития данного направления – появление новых рабочих мест.

Кроме того, создание собственных брендов позволит увеличить темпы производства, что положительно скажется на налоговых отчислениях, уточнил замминистра. «У нас появился уникальный шанс выйти на новый уровень и возродить легкую промышленность области», - сказал управляющей компании индустриального парка «Оренбургский пуховый платок» Олег Гремпель. Сейчас специалисты министерства промышленности и энергетики Оренбуржья уже приступили к разработке комплексной программы развития легкой промышленности в регионе.

"19. Ru" (Хакасия)

В ХАКАССКОМ ГОСУНИВЕРСИТЕТЕ 30 ЛЕТ ГОТОВЯТ ДИЗАЙНЕРОВ

В инженерно-технологическом институте Хакасского госуниверситета идет 30-й набор на подготовку специалистов для легкой промышленности.

История создания кафедры «Производственных технологий и техносферной безопасности» вуза началась осенью 1990 года с появления кафедры обслуживающего труда в составе Индустриально-педагогического факультета. В первые годы ее становления здесь готовили инженеров для швейных предприятий сферы быта и услуг, учителей декоративно-прикладного искусства и народных промыслов, инженерно-педагогических работников – педагогов профессионального обучения. Инициатором создания кафедры и ее первым заведующим стала доцент, кандидат педагогических наук Эрна Герасимовна Горбачева.

В 2014 году кафедру возглавила кандидат технических наук Ирина Владимировна Карцева. С этого же периода здесь начала работу научная секция «Арт-школа» для школьников.

Кафедра является организатором ряда ярких традиционных конкурсов, выставок, олимпиад. Среди них – открытый конкурс молодых дизайнеров «Студенческая мода», республиканский конкурс учащейся молодежи «Юные таланты в дизайне», конкурс графических работ «Рисунок и живопись», республиканская выставка студентов, преподавателей и сотрудников кафедры «Золотые ручки», олимпиады по компьютерной графике, конструированию и моделированию и др.

В настоящее время кафедра по праву считается учебно-методическим и научным центром по проектированию и дизайну изделий сферы сервиса Республики Хакасия и юга Красноярского края. Заключены долгосрочные договора о сотрудничестве с организациями о прохождении практик и трудоустройстве выпускников. Производственную практику студенты проходят на ведущих предприятиях городов Хакасии и юга Красноярского края, в научно-исследовательских и проектных организациях, органах экологического контроля и природоохраны. Базовыми предприятиями являются: ООО «РУСАЛ Саяногорск», Государственный природный заповедник «Хакасский», ООО «СУЭК-Хакасия», ГУП РХ «Хакресводоканал», Росгидромет и др.

– Уровень востребованности выпускников бакалавриата «Технология швейных

изделий» традиционно остается высоким на рынке труда, – отмечает завкафедрой Ирина Карцева. – Наши выпускники работают модельерами-конструкторами, технологами на производстве одежды, маркетологами. Эти профессии позволяют работать на предприятиях легкой промышленности.

Также перед выпускниками открываются реальные перспективы открытия собственного бизнеса по созданию нового бренда одежды, ведь они знают всё о материале, с которым работают, разбираются в технологиях обработки сырья, умеют рассчитывать необходимое количество расходных материалов и вычислять неизбежное количество отхода, а также имеют необходимые знания по экономике и маркетингу.

За 30 лет кафедра (под разным названием) подготовила более 300 квалифицированных специалистов. В этом году она примет 25 молодых талантов на 16 бюджетных мест и 9 мест с оплатой обучения (направление 29.03.01 «Технология изделий легкой промышленности: Технология швейных изделий»).

Технолог швейных изделий – это профессия для творческих людей, способных генерировать новые современные идеи. Поэтому для поступления на кафедру молодым гениям необходимо представить интересные результаты ЕГЭ по русскому языку, математике (профильный уровень), физике. Приём документов для поступления на 1 курс ведется дистанционно до 18 августа, сообщает пресс-служба вуза.

В ЕАЭС

www.souzlegprom.ru

В ЕАЭС СОЗДАНА РАБОЧАЯ ГРУППА ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ СТРАНЫ ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ГОСЗАКУПОК

На заседании Консультативного комитета по государственным (муниципальным) закупкам Евразийской экономической комиссии решено создать при этом Комитете рабочую группу по вопросам определения страны происхождения товара на территории Евразийского экономического союза.

Ее основной задачей будет разработка Правил ведения Реестра евразийской промышленной продукции и Порядка подтверждения страны происхождения товара на территории ЕАЭС для целей государственных закупок. Разработать и утвердить эти документы до конца нынешнего года Комиссии поручил Евразийский межправительственный совет на заседании 17 июля в Минске.

Состав рабочей группы и график её заседаний предварительно утвердил член Коллегии (министр) по конкуренции и антимонопольному регулированию ЕЭК Серик Жумангарин. По предложениям заинтересованных лиц, состав группы будет дополняться.

Работу будут осуществлять четыре подгруппы, сформированные по отраслевому признаку исходя из товарных позиций, предусмотренных Постановлениями Правительства Российской Федерации №№ 616 и 719.

Первая подгруппа рассмотрит продукцию станкостроения, энергетического машиностроения, электротехнической и кабельной промышленности, судостроения; вторая – автомобилестроения и железнодорожного

машиностроения; третья – специального машиностроения; четвертая – мебельной и деревообрабатывающей промышленности, компрессорное и холодильное оборудование, продукцию легкой промышленности, химическую и нефтегазохимическую продукцию.

В качестве основы для идентификации товаров предлагается использовать коды ТН ВЭД ЕАЭС.

При заинтересованности в деятельности рабочей группы и отраслевых подгрупп нужно направлять в Евразийскую экономическую комиссию сведения личного характера – указать фамилию, имя, отчество; должность и место работы (с указанием почтового адреса); адрес электронной почты и номер телефона.

Необходимую информацию по деятельности группы можно поручить у ответственного сотрудника Евразийской экономической комиссии Айжан Дусуруповой по телефону: +7(499) 669 2400 (доб. 5436) – или электронной почте: dusurupova@eecommission.org.

Первое заседание рабочей группы состоится 7 августа.

БРЭНДЫ

New-retail.ru

БРЕНД ALENA AKHMADULLINA НАЧИНАЕТ ПРОДАЖУ ВИРТУАЛЬНОЙ ОДЕЖДЫ

Можно ли постоянно удивлять новыми образами подписчиков в Инстаграм и не покупать много одежды? Оказалось, что миссия выполнима. Бренд Alena Akhmadullina представил коллекцию, которая существует только в виртуальной реальности.

Бренд Alena Akhmadullina запустил в продажу первую виртуальную коллекцию одежды в онлайн-бутике alenaakhmadullina.ru.

Отмечается, что работу с темой 3D одежды Алёна Ахмадуллина начала во время локдауна в марте этого года. В мае бренд представил первую 3D капсулу из 5 луков.

Основной концепцией стал образ одежды будущего: русские культурные коды – в данном случае мотивы дымковской игрушки – в сочетании с высокотехнологичными тканями. 3D луки из капсулы Alena Akhmadullina представила виртуальная модель Алиона Пол (@aliona_pole).

В июне бренд приступил к разработке коммерческой коллекции виртуальной одежды для своего онлайн-бутика. Для нее были отобраны бестселлеры бренда, переработанные в актуальных фактурах и цветах, например, платья со сборкой на талии и объемными рукавами.

Но есть и абсолютно новые решения, например, комплект из шорт, корсета и прозрачного анорака или корсетный комбинезон. На всех изделиях капсулы присутствует декор в виде кокошника – фирменного элемента бренда.

На сайте, где представлена новаторская коллекция, объясняется: «Одежда из 3D капсулы Alena Akhmadullina создана в специальных программах и существует только в виртуальной реальности. Для нее мы отобрали бестселлеры бренда, переработанные в актуальных фактурах: эकोкоже,

латексе, прозрачном пластике, и гармоничной жизнерадостной цветовой палитре....

Как это работает: необходимо выбрать и оплатить лук и прислать нам фотографию, на которую мы его «наденем». В результате Вы получаете фотографию в 3D луке, который выглядит, как настоящая одежда, выполненная в неповторимой стилистике Alena Akhmadullina.

Дизайнер Алена Ахмадуллина прокомментировала: «Я убеждена, что создание виртуальной одежды в ближайшем будущем станет одним из главных направлений деятельности модных домов. Наша аудитория, в первую очередь, – это те, кто активно производит собственный контент, но не хочет покупать для этого много реальной одежды – из соображений и экологии, и финансов».

Стоимость изделий из 3D капсулы варьируется до 5000 до 9000 рублей.

ГРУППА LITTLE BIG ПРЕДСТАВИЛА ПЕРВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

Группа Little Big решила попробовать себя в новом качестве. Музыканты создали для своих маленьких фанатов модные футболки и носки.

Группа Little Big создала первую линейку детской одежды. Коллекция рассчитана на поклонников коллектива от 5 до 15 лет. В паблике группы во «ВКонтакте» сообщается: «Долгожданная коллекция одежды для самых маленьких слушателей Little Big уже в продаже!». В коллекции — футболки, носки, рюкзак и даже панамы. Первым ста заказчикам с футболками музыканты обещают в подарок карточку с автографами всех участников группы. Полностью коллекцию можно посмотреть на сайте фаншопа Little Big.

ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ

www.retail.ru

OZON ЗАПУСТИЛ КРЕДИТОВАНИЕ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ

Онлайн-ритейлер Ozon запустил b2b-кредитование (от англ. business to business) с партнерами — микрокредитными компаниями (МКК), пишут «Ведомости».

Партнеры Ozon готовы выдавать займы поставщикам на сумму от 500 000 руб. до 20 млн руб. по ставке от 12,9 до 19,9% годовых. Крупные суммы можно будет получить под залог товара в обороте на площадке маркетплейса Ozon.

Конкретные условия зависят от срока и суммы выдачи займа, а также от того, хранятся ли товары поставщика на складе Ozon или на собственных складах компаний. Кредит можно получить и без залога, но тогда суммы и сроки кредитования будут меньше.

В настоящий момент поставщики могут взять кредит в SimpleFinance (крупный инвестор — японский инвестиционный фонд SBI Group) и «Папа финанс»

(принадлежит «Мигкредиту» сына Александра Мамута — Николая). Список кредиторов будет со временем расширяться.

В конце 2018 г. ритейлер запустил площадку Ozon. Invest для p2b-кредитования (от англ peer to business, физические лица кредитуют компании). Займами уже воспользовались более 200 компаний, за год работы платформы они привлекли более 300 млн руб., говорит вице-президент Ozon по цифровым финансовым сервисам Ваэ Овасапян. По его словам, после получения займа оборот продавца на Ozon, как правило, растет на 30–40%.

На текущий момент времени, согласно личным данным компании, у Ozon примерно 14.000 поставщиков.

ТОВАРООБОРОТ БЕРУ ВЫРОС В 3,5 РАЗА С АПРЕЛЯ ПО ИЮНЬ

Стали известны результаты работы маркетплейса Беру с апреля по июнь. Так, площадка начала доставлять в 5 раз больше посылок, чем во втором квартале 2019 года.

Группа компаний Яндекс.Маркет раскрыла в своем отчете о результатах работы во втором квартале статистику площадки Беру. В сообщении отмечается, что в указанное время маркетплейс продолжил совершенствовать свои сервисы. Также Беру расширял ассортимент на фоне значительного роста числа заказов. В итоге товарооборот вырос в 3,5 раза по сравнению со вторым кварталом прошлого года, а месячный оборот площадки теперь составляет около 4 миллиардов рублей.

Сейчас Беру доставляет в 5 раз больше посылок, чем во втором квартале 2019 года, а ежедневная аудитория маркетплейса превышает 1 миллион человек.

Маркетплейс продолжает расширять ассортимент: сейчас на площадке представлены более 1 миллиона товарных позиций, а к концу года этот показатель должен превысить 2 миллиона.

Самыми популярными категориями во втором квартале стали «Товары для дома», «Товары для красоты» и «Детские товары».

По сравнению с первым кварталом 2020 года, наибольший прирост спроса был зафиксирован в категориях «Дача, сад и огород» (количество заказов увеличилось на 470%), «Досуг и развлечения» (на 167%) и «Товары для здоровья» (на 89%).

По сравнению со вторым кварталом прошлого года, наибольший рост показала категория «Досуг и развлечения» (рост числа заказов на 2027%), «Авто» (1736%) и «Одежда, обувь и аксессуары» (791%). Таких результатов удалось добиться благодаря привлечению партнёров и наполнению категорий товарными предложениями, однако на спрос также повлиял и режим самоизоляции.

Также во втором квартале 2020 года на Беру появилась категория «Мебель», в которой размещаются уже более 200 партнёров и более 100 тысяч разновидностей товаров.

Выросла и доля покупателей из регионов. Лидерами по динамике роста числа заказов год к году стали Санкт-Петербург, Рязанская область (оба региона — в 4,4 раза), Брянская, Воронежская и Орловская области (все — в 4,3 раза).

По сравнению со вторым кварталом 2019 года, количество заказов клиентов из населённых пунктов с численностью населения менее 100 тысяч человек увеличилось больше чем в три раза.

Сейчас около 6000 партнёров продают свои товары на Беру, а доля их продаж в общем обороте маркетплейса во втором квартале 2020 года в среднем составила 56%.

За второй квартал на подключение к маркетплейсу поступило и находится в процессе обработки более 7000 тысяч заявок, из них более 3300 партнёров подали заявки на подключение по модели «витрина+доставка», что позволит им работать со своего склада.

Кроме того, Беру внедрил новую логистическую услугу — магистральную доставку, благодаря которой маркетплейс поможет доставить товар с транзитного склада в Ростовской области в свои московские логистические комплексы.

В конце 2019 года компания объявила о создании собственной платформы для доставки. Во втором квартале 2020-го логистическая платформа покрыла 100% территории Москвы (ежедневно развозит более 50% от всего числа столичных заказов), запустилась в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону, что существенно улучшило качество доставки.

Кроме того, в апреле Удмуртия и группа компаний Яндекс.Маркета подписали соглашение, согласно которому в Ижевске появится первый собственный контактный центр на 450 рабочих мест. Его сотрудники будут отвечать на вопросы клиентов Беру и Яндекс.Маркета, а также B2B-партнёров группы компаний по размещению на площадках и работе с ними.

www.new-retail.ru

СЕРВИС ЮЛА ЗАПУСТИЛ «МАГАЗИНЫ» ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Юла запустила сервис, который поможет предпринимателям легко открыть собственный магазин на площадке. Услуга доступна всем пользователям.

На сервисе объявлений Юла появилась новая услуга для бизнеса, с помощью которой предприниматели смогут открыть свой магазин. Благодаря «Магазинам» бизнес получит простой и понятный инструмент для продаж в интернете и доступ к платежеспособной аудитории на Юле.

«С запуском "Магазинов" мы планируем привлечь в первую очередь на сервис представителей малого и среднего бизнесов, для которых перевод продаж в онлайн стал насущной задачей в последнее время. В отличие от имеющихся альтернатив, открытие "магазина" на Юле не потребует от них существенных временных и финансовых затрат на развитие своего сайта и погружение в настройки рекламных кабинетов», – прокомментировал Егор Данилов, директор по продукту сервиса объявлений Юла. В «Магазине» бизнес получает возможности дополнительного брендинга, а его посетители смогут выбирать товары по категориям, фильтровать и сортировать по цене и новизне и находить товары через поисковую строку. Кроме того, они смогут подписаться на понравившийся магазин и получать уведомления о новых товарах. Услуга доступна всем пользователям сервиса. Для ее подключения необходимо зайти в профиль, выбрать платные услуги и подключить тариф с магазином, после чего профиль продавца автоматически превратится в «магазин».