



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

26 июля 2018 г.

WWW.INTERTKAN.RU

БОЛЕЕ 200 ВЕДУЩИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ТКАНЕЙ И ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ИЗ 25 СТРАН МИРА ПРИМУТ УЧАСТИЕ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКЕ "ИНТЕРТКАНЬ-2018.ОСЕНЬ" В "ЭКСПОЦЕНТРЕ"



С 27 по 30 августа 2018 г. в Москве, в ЦВК «Экспоцентр» (Красная Пресня), павильон №3, будет проходить V Международная выставка тканей и текстильных материалов «ИНТЕРТКАНЬ» - крупнейшая в России специализированная выставка производителей тканей, текстильных материалов, фурнитуры и комплектующих.

Два раза в год, в «Экспоцентре», на площади более 5 000 кв. м. свою продукцию представляют более двухсот ведущих отечественных и зарубежных компаний - производителей и поставщиков тканей, текстильных материалов, трикотажных полотен, комплектующих, фурнитуры, домашнего, технического текстиля и нетканых материалов из более чем 20 стран мира.

Ежегодно выставку посещают более 10 000 профессионалов отрасли, среди которых представители швейных компаний, ателье, торговых сетей, гостиниц, ресторанов, дизайнеры, байеры и др.

Мероприятие проводится при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ, Торгово-промышленной Палаты РФ. Организатором выступает Российский союз предпринимателей текстильной и легкой промышленности.

В осенней выставке «Интерткань» помимо традиционно представленных иностранных участников – фабрик-производителей текстиля и фурнитуры из Италии, Испании, Турции, Великобритании, Индии примут участие новые компании: Bella Tela и Jerseytex (Великобритания), ESTAMPARIA TEXTIL ADALBERTO PINTO DA SILVA SA и TMG-TECIDOS PARA VESTUARIO E DECORAÇÃO (Португалия), IFANSI DOUMAS BROS S.A. (Греция), DIWITEX (Германия), Jozwiak (Польша), Mitwill Textiles Europe SARL (Франция), OLMETEX (Италия), SPECTRE EXIM PRIVET LIMITED (Индия). На выставке будет представлена многочисленная экспозиция турецких производителей.

В рамках выставки «ИНТЕРТКАНЬ-2018.Осень» традиционно состоится Текстильный Тренд-Форум (Textile ExpertForum) - объединяющий профессиональное дизайн-пространство и серию бизнес –активностей для посетителей выставки, - организованный ведущими отечественными и зарубежными дизайнерами, а также тренд-бюро в сотрудничестве с лидирующими производителями и поставщиками тканей и текстильных материалов.

Организаторы Тренд-Форума в течение четырех дней работы экспозиции в различных форматах будут информировать посетителей и участников об актуальных тенденциях и направлениях в стиле и дизайне в коллекциях текстиля предстоящего сезона. Вниманию профессионалов будут представлены специальная рабочая зона для делового общения, мобильные консультации в формате тренд-экскурсий. В рамках Textile Expert Forum состоится конкурс «Interfabric Awards-2018.Autumn».

Вниманию участников и посетителей в течение всех четырех дней проведения выставки будет предложена актуальная и насыщенная тематическая Деловая программа. В специальной зоне делового общения выставки в формате Практикума пройдет серия круглых столов, тренингов, мастер-классов, лекций, коворкингов по актуальным вопросам развития индустрии моды и текстильной и легкой промышленности: - Как работать с европейскими фабриками? Как удержать покупателя? Каковы новые тенденции, перспективы и проблемы на fashion-рынке? Какие тренды текстильного дизайна в сезоне 2019/20? Что нового на рынке печати и обработки тканей? Как организовать свой интернет-магазин?

В день открытия выставки пройдет серия тематических круглых столов с участием представителей Минпромторга России, ФТС, РЭЦ, ФРП, посвященных мерам поддержки отечественной легкой промышленности, проблемам растаможивания продукции отрасли, производства школьной формы, цифровизации отрасли и др.

28 августа на выставке «Интерткань» пройдет «День дизайна», организованный при участии компании Solstudio Textile Design, а также тренд-бюро Carlin и Trendsquire.

29 августа состоится очередная Торгово-Закупочная Сессия с участием крупнейших торговых сетей, а также швейных и текстильных предприятий отрасли.

30 августа для посетителей выставки будут проведены мастер-классы росписи по шелку, изготовлению украшений из кожи, цветов из ткани, и т.д.

С подробной Деловой программой выставки можно ознакомиться [ЗДЕСЬ>>](#)

Каждый зарегистрированный участник выставки «ИНТЕРТКАНЬ-2018.Осень» в течение четырех дней проведения выставки абсолютно бесплатно сможет принять участие в любом из серии тематических специализированных деловых мероприятии различного формата.

Приглашаем Вас 27-30 августа 2018 г. на V Международную специализированную выставку тканей и текстильных материалов «ИНТЕРТКАНЬ-2018.Осень» (ЦВК «Экспоцентр, пав. №3)!

Получить более подробную информацию и зарегистрироваться в качестве Участника выставки Вы можете на сайте мероприятия:

www.intertkan.ru

www.souzlegprom.ru

СОЮЗЛЕГПРОМ И JUST LOGISTICS ОРГАНИЗУЮТ ДЛЯ КОМПАНИЙ ЛЕГПРОМА БИЗНЕС-МИССИЮ В ИТАЛИЮ

Российский Союз предпринимателей легкой и текстильной промышленности СОЮЗЛЕГПРОМ приглашает Вас с 24 по 28 сентября принять участие в бизнес-миссии в Италию (регион Ломбардия и Милан). Официальный логистический оператор мероприятия – консалтинговое агентство Just Logistics.

В программе бизнес-миссии - посещение производств и встречи с руководством следующих компаний:

- ✓ Marzotto Group, подразделение Ratti S.p.A. – производитель тканей
- ✓ Itepa S.p.A. - один из ведущих мировых производителей ткацких станков.
- ✓ Filmar Network – производитель ниток на основе хлопка
- ✓ CANCLINI TESSILE S.P.A. – производитель высококачественных тканей для рубашек

Также для установления деловых связей и обмена опытом будут проведены встречи с:

- ✓ Camera Nazionale della Moda Italiana – национальная палата моды в Италии
- ✓ Federazione Moda Italia – представительская организация оптовой и розничной торговли одеждой и текстилем
- ✓ SMI Federazione tessile e Moda – Федерация текстиля и моды
- ✓ Assomoda – итальянская ассоциация агентов и дистрибьюторов моды и спорта

В рамках проведения бизнес-миссии планируется организация встречи с признанным итальянским дизайнером Alberto Zambelli с посещением MAISON ZAMBELLI для демонстрации всего процесса подготовки новой коллекции и знакомства с show-room.

В стоимость участия включены расходы на трансфер, услуги перевода, присутствие на всех деловых встречах по программе бизнес-миссии. Мы также будем рады помочь при бронировании отеля и авиабилетов на время пребывания в Италии.

По вопросам деловой программы бизнес-миссии и возможности принять участие, просьба обращаться по телефонам: +7-916-640-35-24, (495)280-15-48,

e-mail: info@souzlegprom.ru

(Отв. Людмила Викторовна Тесекина)

НОВОСТИ ОТРАСЛИ

www.souzlegprom.ru

РОССИЙСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛЕГПРОМА ПЛАНИРУЮТ ЗАКУПАТЬ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ

Российские швейные предприятия планируют закупить в Южной Корее высокотехнологичное оборудование Nawon для швейного производства. Договорённости о дальнейшем сотрудничестве были достигнуты по итогам организованной 18 – 20 июля с.г. при поддержке Минпромторга России бизнес-миссии в Сеул (Южная Корея).

В состав российской делегации вошли представители Минпромторга России и 11 предприятий текстильной и швейной индустрии.

Участники деловой-миссии ознакомились с ведущими производителями корейского легпрома: фабрикой Woojin, компанией Ventex, фабрикой Nawon Machinery, часть предприятий посетили также компанию Silkytex.

Наибольший интерес российские предприятия проявили к инновационному швейному оборудованию фабрики Nawon Machinery, о поставках которого уже заключили соглашение ПКФ «МаксФил» и «Апрель», ожидает сделки производители «Юматекс Сервис» и «Спорттекс», и планируют осуществлять закупку необходимой техники бренд O3 OZONE.

Внимание привлекли также утеплители и технологичные материалы, регулирующие температуру тела за счет нанесения на материал частиц на молекулярном уровне, от компании Ventex – представители компании «Одежда и мода» разместили заказ на поставки трёх видов ткани с мембранным покрытием, возможность применения наработок зарубежных партнёров на собственном производстве рассматривает «Юматекс Сервис».

«Захотелось протестировать новый утеплитель, очень хочется протестировать и внедрить нанонанесение, поставили в план приобретение термопрессов с охлаждением, взяли образцы новых тканей - рассказал о деловой поездке Виктор Уткин, генеральный директор «DragonFly». - Пересмотрим ценовую политику, подумаем над внедрением новых материалов и технологий». Руководитель outdoor-бренда также сообщил, что предварительные соглашения заключены на всех предприятиях.

Более того, между участниками поездки были зафиксированы условия дальнейшего взаимодействия на территории РФ, заключены договоренности о сотрудничестве.

«Кроме прямой пользы от нахождения новых поставщиков среди иностранных и отечественных компаний, такие поездки дают возможность в спокойной обстановке обсудить перспективы развития, выработать общие

направления для сотрудничества с российскими коллегами, а также поговорить о возможной диверсификации и улучшении структурной работы бизнеса», - поделилась результатами бизнес-миссии генеральный директор Solstudio Textile Group Александра Калошина, отметив, что со многими участниками деловой-миссии достигнуты договоренности о сотрудничестве.

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

www.intertkan.ru

МИР FASHION ТКАНИ: КРЕАТИВНО, КАЧЕСТВЕННО, ДОСТУПНО, МОДНО

Потребители – не только предприятия легпрома, но и рядовые граждане – проявляют растущий спрос на ткани всё более широкого ассортимента и различных производителей. Поэтому реализация этой продукции занимает весомую долю на российском рынке и, по многим прогнозам, эта тенденция едва ли замедлится. По крайней мере, в ближайшей и среднесрочной перспективе.

Среди многочисленных участников предстоящей выставки «ИНТЕРТКАНЬ-2018. Осень», которая состоится в Экспоцентре 27-30 августа с.г. – компания «Мир Fashion Ткани» (г. Краснодар), специализирующаяся на реализации широкого тканевого ассортимента, в основном, зарубежных производителей. О деятельности этой компании рассказывает её главный дизайнер Юлия Присяжнюк:

– «Компания «Мир Fashion Ткани» работает на российском рынке более 15 лет, успешно сотрудничая с наиболее крупными производителями тканей и смежной продукции из КНР, Тайваня, Индии и Южной Кореи. Именно эти продуценты, можно сказать, играют первые роли на мировом рынке соответствующей продукции, пользующейся высоким спросом и на российском рынке.

Наша специализация – это оптовая продажа тканей. Все заказы по этой продукции (их число, замечу, постоянно растёт) выполняются нашей компанией в сроки, оговоренные с заказчиками. Это стало возможным еще и потому, что наши иностранные партнеры столь же пунктуальны в выполнении соглашений с «Мир Fashion Ткани».

Компания также расширяет такой сегмент своей работы, как создание и производство собственных дизайнов и расцветок тканевого ассортимента, которые всё более интересны нашей клиентуре. В постоянном наличии у нас всегда широкий ассортимент костюмных, плательных, блузочных, пальтовых тканей, искусственных мехов и многих других видов продукции данного профиля. Этот ассортимент будет расширяться и впредь.

Хотела бы также отметить, что не только сбытовые, но также дизайнерские возможности компании стабильно идут в рост в результате совместных проектов, разрабатываемых и реализуемых совместно со многими швейными предприятиями России, в соответствии с тенденциями потребительского спроса.

Девиз нашей работы – это “Креативно, Качественно, Доступно, Модно”.

На предстоящей выставке ИНТЕРТКАНЬ компания “Мир Fashion Ткани” будет экспонировать широкий ассортимент тканей, с которыми она работает в настоящее время, и с которыми планирует работать в предстоящие годы. В том числе, будут представлены тканевые новинки “Весна-Лето-2019”.

Ознакомиться с продукцией компании можно на выставке «ИНТЕРТКАНЬ-2018.Осень» с 27 по 30 августа 2018 года, в ЦВК «Экспоцентр», в павильоне №3, стенд N01.

WWW.SOUZLEGPROM.RU

КРУПНЕЙШИЙ РОССИЙСКИЙ ХОЛДИНГ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОДЕЖДЫ РАЗВИВАЕТ СВОИ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА С ПОМОЩЬЮ РЕШЕНИЙ LECTRA

Lectra, технологический партнер для компаний, использующих в производстве ткани и кожу, с гордостью объявляет, что российский производитель высококачественной униформы и одежды специального назначения «БТК групп» решил принять предложение Lectra для увеличения своих производственных мощностей и наращивания конкурентных преимуществ за счет решений для производства уровня Индустрии 4.0.

Это партнерство поможет компании АО «БТК групп», отреагировать на растущий локальный потребительский спрос и увеличивать свои производственные мощности и конкурентные преимущества, чтобы иметь возможность предлагать свои услуги не только локальным клиентам, но и Европейским брендам, которые уже, продавая свою продукцию в РФ, стремятся локализовать производство на территории РФ.

Имея более чем вековую историю, АО «БТК групп» зарекомендовала себя как крупнейший производитель одежды в России, специализирующийся на производстве униформы для вооруженных сил РФ и авиакомпаний, костюмов и повседневной одежды для известных европейских брендов. АО «БТК групп» имеет свои фабрики и представительства по всей России и в странах СНГ, а также обслуживает самых разных клиентов, таких как «Аэрофлот – российские авиалинии», «Газпром газораспределение», «Авиакомпания «Россия». В 2012 году компания стала единственным поставщиком для Вооруженных Сил Российской Федерации. Несмотря на свой успех, компания ищет пути расширения своего бизнеса и завоевания большей доли рынка в сегменте производства изделий одежды от Европейских брендов.

АО «БТК групп» с начала 2000-х годов внедрила и использует решения Lectra в своем производстве. Развивающаяся и амбициозная компания постоянно совершенствует свое производство новейшими решениями и оборудованием, чтобы повысить конкурентоспособность и стать ярким примером технологичного производства в России, предоставляя европейским компаниям возможность осуществлять производство качественной продукции в непосредственной близости от своих центров разработок продукции. В мире технической одежды, где качество материала и правильная посадка имеют первостепенное значение, ключевыми являются инвестиции в лучшие технологии и контроль на местах.

Основываясь на главных принципах бережливого производства, раскройные решения Lectra являются результатом 45-летнего опыта компании в индустрии моды. Поток данных в раскройном цеху, координированный благодаря интеграции программного обеспечения с оборудованием, помогает производителям экономить время, затраты на материалы, энергию и трудовые ресурсы, одновременно уменьшая влияние человеческих ошибок и отклонение от стандартов. В результате производители одежды могут быстрее реагировать на изменения спроса и поставлять коллекции изделий лучшего качества. Благодаря рекомендациям и работе команды экспертов Lectra, оборудование и техника могут быть оперативно внедрены и компании смогут быстро воспользоваться преимуществами.

“Всегда интересно видеть, как бизнес наших клиентов растёт и развивается. Будучи партнерами в течение многих лет, мы очень гордимся тем, что компания АО «БТК групп» решила отправиться в это путешествие вместе с нами, поскольку это выдающаяся компания с отличными достижениями. Мы уверены, что наши передовые технологии и опыт помогут им стать ориентиром в России и Европе для технологичного производства” - говорит Селин Шусси Бедуэ, Директор по маркетингу и коммуникациям Lectra.

О компании Lectra

Для компаний, которые вносят разнообразие в наш гардероб, создают интерьеры автомобилей, мебель и многое другое, Lectra разрабатывает премиальные технологии, призванные содействовать цифровой трансформации каждой из этих отраслей. Предложение Lectra расширяет возможности брендов и производителей от этапа разработок до производства, обеспечивая им заслуженное уважение рынка и душевное спокойствие. Компания Lectra основана в 1973 году и сегодня располагает 32 филиалами по всей планете, взаимодействуя с клиентами более чем в 100 странах. В ней работают около 1 700 сотрудников, а выручка в 2017 году составила \$313 млн. Акции Lectra размещены на бирже Euronext.

С более подробной информацией вы можете ознакомиться на нашем сайте www.lectra.com

РИАМО

В ЛЮБЕРЦАХ НАГРАДИЛИ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ «ПЕХОРСКИЙ ТЕКСТИЛЬ»

В подмосковных Люберцах во вторник наградили сотрудников предприятия «Пехорский текстиль» в селе Жилино, передает корреспондент «РИАМО в Люберцах».

Во вторник на территории предприятия «Пехорский текстиль» прошла акция «Вязать модно». Акцию организовало люберецкое отделение «Союза женщин Подмосковья».

«Награждается генеральный директор предприятия «Пехорский текстиль» Елизавета Терешкина. Также благодарственными письмами главы городского округа Люберцы награждаются сотрудники предприятия», – сказала замглавы администрации Люберец Наталия Тышкунова.

По словам члена «Союза женщин Подмосковья Люберецкого района» Елены Верховых, союз часто устраивает мероприятия для успешных и уверенных в себе женщин. Она отметила, что на акции «Вязать модно» всех

участников планировалось научить вязать с нуля, в том числе шапочки и пледы для новорожденных.

РИА «Мода»

В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ ВНОВЬ ЗАРАБОТАЛА ШВЕЙНАЯ ФАБРИКА «ФЕНИКС»

После банкротства вновь заработала швейная фабрика «Феникс».

«Новая жизнь» предприятия стала возможна после того, как вошла в состав Сергачской швейной фабрики в прошлом мае. «Феникс» вновь открылся в Гусевском микрорайоне города.

В восстановление «Феникса» Сергачская швейная фабрика планирует вложить около 5 млн рублей. Главная задача, кроме набора подходящего персонала и выхода на рентабельность, это газификация здания, что позволит серьезно снизить себестоимость продукции.

Площадь производственных помещений предприятия составляет порядка 2 тыс. кв. м. Новый собственник хочет задействовать их полностью - в планах трудоустроить 160 швей. При необходимости, предприятие даже может работать в две смены, для этого созданы все условия. На сегодняшний день «Феникс» заказами обеспечен - на данный момент цех выпускает продукцию для министерства обороны.

СОБОЛЕЗНОВАНИЯ

СКОНЧАЛСЯ ПРЕЗИДЕНТ ПАО «РОСЛЕГПРОМ» АЛЕКСАНДР БИРЮКОВ

С глубоким прискорбием сообщаем, что 25 июля скончался президент ПАО "Рослегпром" Александр Андреевич Бирюков.

Жизнь Александра Андреевича достойна высокого поклонения и уважения за то, что вся без остатка, до последнего вздоха была отдана людям и любимому делу – развитию и процветанию отечественной легкой промышленности.

Пройденный им путь, как зеркало, отразил и достижения, и сложности целого поколения. Его отличали ответственное отношение к делу и высокий профессионализм. Чуткий и отзывчивый человек, Александр Андреевич, оставил добрую память у людей, с которыми общался и работал. Церемония прощания с Александром Андреевичем Бирюковым состоится 27 июля 2018 года (пятница) в 12-00 в большом ритуальном зале Троекуровского кладбища.

В ПРАВИТЕЛЬСТВЕ

ВЫШЛО ПОСТАНОВЛЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОТ 23.07.2018 № 862 "О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ПРИЛОЖЕНИЕ К ПОСТАНОВЛЕНИЮ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОТ 17.07.2015 № 719"

В вышедшем Постановлении скорректированы требования к спецодежде и спецобуви, предъявляемые в целях признания продукции произведенной на территории РФ

Некоторыми позициями дополнен раздел XVII «Продукция отрасли легкой промышленности» Требований к промышленной продукции, предъявляемые в целях ее отнесения к продукции, произведенной на территории РФ. В данный раздел внесены спецодежда - рукавицы, перчатки производственные и профессиональные, форменная, ведомственная одежда, униформа, обувь защитная и прочая, не включенная в другие группировки, обувь детская прочая, тапочки детские меховые, тапочки детские шубные, обувь детская прочая, не включенная в другие группировки, а также одежда защитная огнестойкая.

Постановлением, в частности, устанавливается:

что общие требования для признания спецодежды произведенной на территории РФ не распространяются на рукавицы, перчатки производственные и профессиональные, классифицируемые по ОКПД2 14.12.30.150;

требования для признания произведенной на территории РФ обуви защитной и прочей, не включенной в другие группировки (кроме ОКПД2 15.20.32.130 "Обувь детская прочая"; 15.20.32.131 "Тапочки детские меховые"; 15.20.32.132 "Тапочки детские шубные"; 15.20.32.139 "Обувь детская прочая, не включенная в другие группировки").

Текст постановления можно найти [ЗДЕСЬ>>](#)

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

vc.ru

ГОСДУМА В ТРЕТЬЕМ ЧТЕНИИ ЕДИНОГЛАСНО ПРИНЯЛА ЗАКОН О МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Госдума в третьем чтении единогласно приняла закон о маркетплейсах, сообщает *vc.ru*.

После принятия законопроекта Госдумой его должен рассмотреть Совет Федерации и подписать президент. В этом случае закон начнёт действовать с 1 января 2019 года.

Законопроект устанавливает ответственность «владельцев агрегаторов информации о товарах и услугах» за недостоверную информацию об услуге, товаре или продавце. Ранее такого понятия в российском законодательстве не было.

Госдума приняла законопроект в первом чтении летом 2017 года. Почти год после этого закон дорабатывался. Во втором чтении депутаты приняли его 17 июля.

Согласно законопроекту, владельцем агрегатора считается компания или индивидуальный предприниматель, владеющие программным обеспечением или сайтом, которые позволяют ознакомиться с предложениями продавца, купить товар или услугу и внести предоплату на счёт владельца агрегатора. Чтобы площадка считалась агрегатором, она должна соответствовать всем трём критериям одновременно. Таким образом, «Яндекс.Маркет» агрегатором не является, а маркетплейс «Беру!» или AliExpress — являются, приводит издание мнение юриста коммерческой практики Bryan Cave Leighton Paisner Галины Авдеевой.

Документ устанавливает, что агрегаторы обязаны предоставлять покупателям полную информацию о себе, товаре, продавцах, исполнителях и производителях, в том числе названия компаний, адреса, режимы работы и ОГРН. В случае, если агрегатор представил неполную или недостоверную информацию, он обязан возместить полученные из-за этого покупателем убытки.

При этом, если агрегатор опубликовал полученную от продавца информацию в неизменном виде, он освобождается от ответственности за её возможную недостоверность. В этом случае ответственность ложится на продавца, так как по закону он обязан предоставлять маркетплейсам корректные данные и уведомлять площадку в течение суток при их изменении.

Если клиент не получил товар или услугу в установленный срок и отправил продавцу уведомление об отказе от покупки, он может потребовать возврат денег от агрегатора. Маркетплейс обязан вернуть средства в течение 10 дней. При этом площадка может не возвращать средства, если продавец передал ему подтверждение того, что покупатель получил товар. В таком случае агрегатор должен передать покупателю копию этого подтверждения. Если клиент не согласен с отказом, он может обратиться в суд.

В «Яндекс.Маркете» считают, что законопроект ставит российские маркетплейсы в неравное положение с иностранными площадками и офлайн-посредниками. «По нашему мнению, законопроект об ответственности товарных агрегаторов должен быть сбалансирован с точки зрения соблюдения прав и законных интересов всех игроков», — приводит vc.ru мнение компании.

В группе «М.Видео-Эльдорадо» указывают, что законопроект учитывает интересы как клиентов, так и продавцов. «Введение понятие «агрегатор» делает рынок электронной коммерции более прозрачным и понятным для потребителей, клиенты могут чувствовать себя более защищенными», — указали в пресс-службе группы.

«Expert Online»

МОЖНО ЛИ ВОССТАНОВИТЬ ЛЬНЯНУЮ ОТРАСЛЬ

«Мы для себя ставим амбициозную задачу по возвращению Смоленщине лидерских позиций в стране по льнопроизводству». О стратегии развития отрасли в Смоленской области рассказывает губернатор Алексей Островский.

- Алексей Владимирович, как, на ваш взгляд, сегодня обстоят дела с льнопроизводством в России?

- Вынужден констатировать, что в последние годы, и это отмечают профильные Министерства, в нашей стране не уделяли должного внимания льноводству – приоритет был отдан синтетическим и искусственным волокнам как популярному современному тренду, поскольку они составляют основу высокотехнологичных материалов. По состоянию на начало 2018 года - эти данные приводит Министерство промышленности и торговли - на долю синтетических волокон приходится 60% объема потребления волокна, а на лен – всего 1%. Мировой рынок продукции изо льна оценивается на уровне 2,2 миллиарда долларов в год, доля России на этом рынке – 0,5%, Белоруссии — 3,5%.

Анализ рынка показывает, что в Европе сосредоточено 70% мирового объема выращиваемого льна. Наибольшие объемы посевных площадей и производства льноволокна приходятся на Францию, где выращивают около 100 тыс. гектаров льна-долгунца и производится более 200 тыс. тонн льноволокна. Россия же по объемам производства льна занимает второе место в мире.

В отрасли производства пряжи и тканей изо льна наблюдается тенденция перемещения производства из Западной Европы (с большим объемом производства сырья) в Восточную Европу (в частности, в Беларусь) и Китай. Отмечу, что Китай является основным экспортером льняной продукции.

Мировой дефицит льноволокна на сегодняшний день превышает 200 тыс. тонн: в нашей стране он составляет 30 – 40 тыс. тонн. В то же время потенциальный рынок переработки и сбыта льняной продукции в России оценивается теми же экспертами на уровне 300 тыс. тонн. Кроме того, производимая продукция изо льна является экспортной позицией и целесообразно также развивать ее поставки на мировой рынок. В долгосрочной перспективе экспорт продукции льноводства на мировые рынки может занять лидирующие позиции после экспорта зерна.

- Каким образом эту ситуацию можно изменить?

- В конце 2016 года, исходя из поручений президента, начались положительные изменения по этому вопросу. В прошлом году прошел ряд региональных совещаний с участием федеральных органов власти, руководства регионов и представителей бизнес-сообщества, в ходе которых были проанализированы ключевые потребности отрасли, а уже в феврале этого года на площадке Российского инвестиционного форума в Сочи состоялась отдельная тематическая сессия «Реновация льняного комплекса России», где все заинтересованные стороны обсудили перспективы данного направления с учетом современных реалий внутреннего и мирового опыта.

В начале апреля в Министерстве промышленности и торговли России прошло совещание, где глава ведомства Денис Мантуров заявил о необходимости реновации льняного комплекса России и применении продукции изо льна для разных отраслей. Участники тематической сессии назвали проблемы льноводства, в том числе, дефицит льносеющей и льноуборочной техники, необходимость реконструкции заводов по льнопереработке. По итогам совещания было принято решение о том, что Минпромторг совместно с Министерством сельского хозяйства при участии бизнес-сообщества до конца 2018 года должны разработать Стратегию развития льняной отрасли. Ситуация в данной отрасли анализируется максимально полно, начиная с совершенствования технологий производства в поле, заканчивая технологиями теребления льна и получением соответствующих выходов длинного и короткого волокна.

Смоленская область – один из регионов, где сохранились традиции льноводства, и ведется модернизация, применяются современные технологии. На базе наших наработок и опыта других субъектов федерации эту работу можно вывести на новый уровень. Сегодня Смоленщина выступает одной из площадок, где производится мониторинг ситуации в отрасли льноводства. Это даст возможность оценить эффективность разрабатываемых мер и позволит реализовать комплекс необходимых мероприятий, чтобы поднять льноводческую отрасль. Мы для себя ставим амбициозную задачу по возвращению Смоленщине лидерских позиций в стране по льнопроизводству.

В начале апреля на заседании Государственного совета по вопросу приоритетных направлений деятельности субъектов РФ по содействию развитию конкуренции в стране я обратился к президенту с предложением поручить правительству РФ, профильным Министерством и ведомствам совместно с регионами провести ревизию возможных отраслевых точек роста регионов, исходя из их специфики, наработанной еще во времена Советского Союза. Для Смоленской области такой точкой роста как раз и может быть льноводство.

- Какие основные проблемы для развития льноводства в технической части сегодня существуют в стране?

- Начав системную поддержку льноводства, наш регион столкнулся с проблемами, которые необходимо решать на федеральном уровне. Льноводство будет динамично развиваться лишь в том случае, когда сельскохозяйственное и промышленное производства работают как единый комплекс.

Одна из проблем, с которой сталкиваются сельхозтоваропроизводители, заключается в том, что для выработки высоковолокнистого волокна необходима качественная льнотреста, а для ее производства требуется парк современных самоходных и прицепных льноуборочных машин. В настоящее время российский льняной рынок не обеспечивается поставками высокотехнологичной техники и оборудования, а сами мы не производим необходимый объем техники – сегодня на территории России, а также в Республике Беларусь действуют 12 заводов, занимающихся производством специализированной льноуборочной техники, причем, основными производителями техники являются именно белорусские заводы. Российские предприятия либо перепрофилированы, либо снизили ежегодные объемы производства техники из-за отсутствия спроса, который сейчас фактически выявляется по заявкам самих предприятий. При этом производительность льноуборочной техники импортного производства выше отечественной в 3

раза. По различным прогнозам, потребность отрасли в технике сегодня составляет от 600 до 1000 единиц.

Смоленская область уже сделала первые шаги в решении этой проблемы – в начале года я провел переговоры с собственником французского холдинга DEHONDT, по итогам которых принято решение о локализации производства льноуборочной техники у нас в регионе. На Петербургском международном экономическом форуме мы скрепили эти договоренности, подписав официальное соглашение о сотрудничестве между администрацией региона и холдингом «DEHONDT technologies Développement». В рамках реализации соглашения французские инвесторы планируют разместить на базе АО «Вяземский машиностроительный завод» производственный комплекс по выпуску льноуборочной техники и оборудования по первичной переработке длинного льноволокна. Подчеркну, что компания уже зарегистрировала представительство на территории России. При этом уже в нынешнем году по льнотеребилкам, например, локализация запланирована в районе 15%, а к 2021 году составит 50%.

Еще одной проблемой является то, что современная льноуборочная техника стоит достаточно дорого, а у производителей не всегда хватает финансов, чтобы ее купить. Зачастую кредитные организации не выдают заемные средства на покупку техники и модернизацию оборудования, т.к. предприятия, которые работают в сфере льноводства, не имеют достаточного залогового обеспечения. Мы очень рассчитываем на то, что Минсельхоз внедрит федеральные субсидии на покупку техники, а мы со стороны региона готовы добавить еще и региональную субсидию (20% от стоимости техники). Считаю, что такую региональную меру поддержки целесообразно внедрить всем регионам, которые занимаются либо планируют заниматься льноводством. Такая совместная поддержка со стороны федерации и регионов сможет создать для сельхозтоваропроизводителей особые условия, благодаря которым достаточно дорогая льноуборочная техника станет по карману российским фермерам.

Сегодня в стране наблюдается дефицит семян отечественной селекции в связи с отсутствием системы семеноводства. До мая этого года решением данной проблемы занималось Федеральное агентство научных организаций – оно реализовывало федеральную научно-техническую программу по созданию селекционно-семеноводческих центров в регионах. Однако, агентство не привлекало к обсуждению этого вопроса субъекты федерации. Фактически регионы самостоятельно решали поставленные перед агентством задачи, но при этом оставалась неясной роль региональных научных институтов. Из-за отсутствия необходимых нормативно-правовых документов затягивалось создание системы инновационного развития семеноводческих центров.

Мы возлагаем большие надежды на то, что созданное недавно министерство науки и высшего образования активизирует деятельность по решению данной проблемы.

- Какие основные пути для развития льноводства, на Ваш взгляд, существуют сегодня в стране?

- В продолжение предыдущего вопроса отмечу необходимость поднимать рентабельность всей сферы, которая на данный момент колеблется от + 5% до - 10%. Полное соблюдение технологий выращивания и переработки с учетом субсидий может увеличить этот показатель до 16–18%, что позволяет отрасли выживать, но не развиваться. Важно перерабатывать, в первую очередь, длинное волокно, т.к. оно более маргинальное. Если в каждом льносеющим регионе появится современный льнокомбинат по глубокой

переработке, то он может рассчитывать на серьезную поддержку властей всех уровней.

Мы привлекли крупного инвестора, который уже приступил к проектированию и строительству нового льнозавода – первого в России за последние 30 лет. Инициатор проекта – компания «Русский лен» входит в дивизион «Текстиль» агропромышленного холдинга «ПромАгро» и уже стала резидентом индустриального парка «Сафоново», строящегося при поддержке Министерства экономического развития. Реализация инвестиционного проекта рассчитана до 2020 года. Общий объем инвестиций составит порядка 2 млрд рублей. Планируется, что предприятие будет перерабатывать 10 тысяч тонн льнотресты, а выпуск льносмесовой пряжи составит почти 4 тысячи тонн. Новое производство направлено на создание высококачественной конкурентоспособной отечественной продукции с ориентацией на импортозамещение и экспорт. Для реализации поставленных задач мы рассчитываем на помощь Министерства экономического развития по выделению необходимой субсидии для строительства современной подстанции. Готовы также дополнительно выделить средства из областного бюджета на эти цели.

С учетом наших предложений Минсельхоз России разработал проект постановления о компенсации до 50% прямых понесенных затрат на строительство и модернизацию льноперерабатывающих предприятий, на приобретение ими специальной техники и оборудования, так называемый CAPEX. Уверен, что такая поддержка будет очень востребована и позволит последовательно наращивать производство.

Подчеркну еще раз, без существенной господдержки рывок в развитии отрасли нам сделать не удастся, несмотря на потенциальный объем спроса на продукцию изо льна. Здесь необходим комплексный подход. В первую очередь, нужно синхронизировать работу двух федеральных ведомств – Минсельхоза и Минпромторга. Как я уже говорил ранее, отрасль долгое время находилась в упадке, начиная от выращивания и подготовки семян, и заканчивая производством современной техники и оборудования, хотя, является очень прибыльной и перспективной.

Одним из первых совместных решений в данном направлении могут стать предложения, которые были внесены именно Смоленской областью. Их цель – сделать льноуборочную технику доступнее для сельхозтоваропроизводителей. Для этого нужно внести изменения в Постановление Правительства РФ от 27.12.2012 N 1432, которые позволят получать увеличенную сумму компенсации затрат на льноводческую технику не менее 50 % (сейчас она составляет 15-20%).

С 2018 года Минсельхозом для льнопроизводящих хозяйств из федерального бюджета была введена субсидия, и, на мой взгляд, очень правильная, в размере 10 тыс. рублей на гектар возделываемого льна-долгунца. Мы со своей стороны дополнительно выделяем еще 1,5 тысячи с учетом возможностей бюджета Смоленской области.

В настоящее время администрация региона ведет диалог с АО «Росагролизинг» для решения задачи обеспеченности современной льноуборочной техникой, ведь необходимо не только вырастить лен, но и вовремя и правильно его убрать. И мы видим реальную заинтересованность «Росагролизинга», который просчитал все экономические показатели, для успешной реализации проекта по созданию машинно-технологических компаний (МТК), которые будут предоставлять малым и средним хозяйствам доступ к использованию техники без дополнительных капитальных вложений на модернизацию собственного парка, способствуя, тем самым, снижению

финансовых затрат сельхозпроизводителей. По другим направлениям поддержки в ряде регионов России МТК уже есть и успешно функционируют, например, в Республике Татарстан и Калужской области. Создание МТК на основе льноуборочной техники – это уже предложение администрации Смоленской области, которое поможет аграриям, пользующимся их услугами, проводить сезонные полевые работы в оптимальные сроки, а также добиваться уменьшения потерь при уборке урожая.

Считаю, что целесообразно рассмотреть возможность и экономическую эффективность закупок льнодержавных продуктов по госзаказу, ведь у наших соседей в Республике Беларусь активно используют продукцию из льна именно при госзакупках.

Большую конкуренцию льну составляет джут, который поставляется в Россию из Азии. Часто его качество оставляет желать лучшего, но стоимость заметно ниже. Для создания условий по развитию льноводства необходимо защищать отечественного товаропроизводителя и рассмотреть вопрос о возможном увеличении пошлины на ввоз джута, конечно, с учетом норм ВТО.

- Каким опытом может поделиться Смоленская область в отрасли развития льноводства?

- Природно-климатические условия Смоленской области наиболее благоприятны для возделывания льна-долгунца, и исторически эта отрасль во многом определяла социально-экономическое состояние региона. Во времена Советского Союза Смоленщина традиционно лидировала по производству льноволокна, за прошедшие шесть лет мы вернули эти позиции, став в последние годы первыми среди шести льносеющих регионов Центрального федерального округа и вторыми среди 18 льносеющих субъектов Российской Федерации.

Что касается господдержки, то с нынешнего года льносеющие хозяйства региона получают займы на льготных условиях для проведения сева льна - долгунца. Предоставленные займы могут быть направлены как на проведение сева льна-долгунца, так и на инвестиционные цели – для приобретения специализированной техники, необходимой для возделывания льна-долгунца. Микрозаймы предоставляются на срок до 3 лет. На проведение сева льна-долгунца займы предоставляются под процентную ставку 1% годовых и с отсрочкой первоначального платежа на 6 месяцев, на инвестиционные цели – 5% годовых под залог приобретаемой техники.

На сегодняшний день в области действует комплекс региональных мер поддержки сельхозтоваропроизводителей в виде субсидий на возмещение части затрат на приобретение сельскохозяйственной льноуборочной техники и оборудования, необходимого для производства и первичной переработки льна-долгунца в размере до 40%, а также на приобретение элитных семян данной культуры.

Как я уже сказал выше, проблема с семенами должна была решаться Федеральным агентством научных организаций, а теперь в виду изменения структуры Правительства России, его правопреемником - министерством науки и высшего образования Российской Федерации. Сегодня необходимо ускорить процесс создания селекционно-семеноводческих центров и активизировать работу с ведущими льносеющими регионами страны, используя их передовой опыт. Например, на территории Смоленской области на базе ООО «Извеково» - одного из крупнейших в стране предприятий по сортировке и очистке семян многолетних трав совместно с Всероссийским научно-исследовательским институтом льна уже реализуется проект создания селекционно-семеноводческого центра в области льноводства. Данный проект предусматривает полную автоматизацию всех процессов. Для этого

предприятие уже закупило сушильное и сортировальное оборудование при поддержке администрации региона в виде компенсации 40% затрат в рамках реализации областной государственной программы по предоставлению субсидии сельскохозяйственным товаропроизводителям. Этот проект позволит не только повысить качество семенного материала и исключить человеческий фактор, но и успешно конкурировать с европейскими компаниями. Уже сейчас стоимость произведенных на ООО «Извеково» травосмесей на 70% меньше, чем стоимость подобной импортной продукции. В настоящее время для обеспечения мощностей по хранению и увеличению количества производимых семян требуется строительство хранилищ семян, и мы уже прорабатываем данный вопрос.

Стоит отметить, что с 2012 года в РФ работают три новых крупных предприятия по сортировке и очистке семян многолетних трав. Одно размещается в Смоленской, а два других – в Новосибирской и Липецкой областях.

Мощность импортного оборудования, установленного на производственных мощностях ООО «Извеково», расположенного в Новодугинском районе Смоленской области, – 2 тысячи тонн семян в год. Несмотря на это, завод в настоящее время работает лишь на 20% от своей полной мощности. Под урожай текущего года заготовлено 150 тонн семян, что на 18% больше, чем годом ранее.

«Извеково» сотрудничает с несколькими аграрными организациями Новодугинского, Смоленского, Угранского, Сафоновского и Починковского района Смоленской области. Сотрудничество с местными сельхозпроизводителями дает возможность в перспективе обеспечить предприятие сырьем местного производства. Также предприятие взаимодействует с научными организациями, что способствует выведению новых сортов сельскохозяйственных культур, отличающихся высокой продуктивностью. Возможности этого центра мы планируем презентовать в ближайшее время, в том числе и на Всероссийском Дне льняного поля.

- Что это за «День поля»?

- Учитывая наши успехи в области льноводства, я предложил руководству министерства сельского хозяйства провести на Смоленщине Всероссийский День льняного поля – 2018. Мероприятие состоится 31 июля.

На открытой площадке развернется экспозиция всех самых современных агротехнологий, которая продемонстрирует передовые достижения сельскохозяйственной науки и производства в области льноводства.

В мероприятии примут участие Минсельхоз, Минпромторг, научные селекционные центры, семеноводческие хозяйства, филиалы федеральных структур в сфере растениеводства, образовательные учреждения высшего и среднего профиля, ведущие сельскохозяйственные организации и перерабатывающие предприятия, представители передовых компаний, занимающихся защитой растений, компаний по поставкам биопрепаратов, минеральных и органических удобрений, кредитные учреждения, микрофинансовые организации и страховые компании.

На специализированных площадках будут представлены новейшие достижения сельскохозяйственного машиностроения: комплексы машин на всех этапах производства льна-долгунца. В выставке примут участие более 50 компаний, которые представят свыше 100 образцов новой прогрессивной сельскохозяйственной техники.

Запланирована насыщенная деловая программа, включающая в себя проведение совещаний и отраслевых «круглых столов», а также практическую

часть с осмотром сортовых посевов льна-долгунца и демонстрационного показа специализированной льноуборочной техники в работе.

Мы ожидаем, что в мероприятии примут участие более 500 профильных специалистов и приглашаем заинтересованные организации присоединиться ко Всероссийскому Дню льняного поля. Добро пожаловать в Смоленскую область!

«Московский комсомолец»

СЛИЯНИЕ ДВУХ КОЛЛЕДЖЕЙ ВОЗМУТИЛО СТУДЕНТОВ-МОДЕЛЬЕРОВ: НЕ ПО ПРОФИЛЮ

«Мы лишаемся того уровня специального образования, на который рассчитывали при поступлении!»

По словам студентов теперь уже бывшего колледжа легкой промышленности, год назад они поступали туда на специальность «конструирование, моделирование и технология швейных изделий». Их выбор квалификации «технолог-конструктор» в этом среднем профессиональном учебном заведении был осознанным: за 60 лет своего существования колледж обрел репутацию элитарного. Учеба радовала. Однако летом ребят огорошило известие о начавшемся слиянии их альма-матер с колледжем малого бизнеса №4. И как само это неожиданное слияние с непрофильным учебным заведением, так и методы, которыми оно велось, возмутили учащихся.

— Мы выбрали колледж легкой промышленности для получения качественного образования у опытного педагогического состава. Наш колледж уникален, он существует более 60 лет и продолжает традиции аналогичного техникума, который был известен на всю страну, — пишут студенты в «МК». — В нашем колледже преподают лучшие в легкой промышленности педагоги и специалисты, являющиеся авторами учебников и методических пособий. Колледж ведет активную деятельность в индустрии моды. Наши студенты являются золотыми и серебряными медалистами чемпионата профессионального мастерства по стандартам WorldSkills. Понятно, что по окончании 1-го курса никто из нас не собирался отчисляться и продолжать обучение в других колледжах или у других педагогов. Мы выполняли учебный план, соблюдали дисциплину, поэтому каких-либо оснований для отчисления нас из колледжа в качестве дисциплинарного взыскания у администрации никогда не было. Так почему же нас отчисляют?

История, по словам студентов, развивалась так:

— 8 июня 2018 года и.о. директора нашего колледжа Марина Семенович неожиданно предложила нам заполнить заранее заготовленные заявления об отчислении из колледжа легкой промышленности, а после того как мы пожаловались в прокуратуру и Департамент образования Москвы, были изготовлены новые бланки заявлений: об отчислении и зачислении в колледж малого бизнеса №4 г. Москвы. При этом никаких правовых документов, подтверждающих необходимость таких перемен, нам предоставлено не было. Семенович сослалась на то, что они «находятся в разработке», но это не соответствует действительности. Никаких законных оснований для требования о нашем отчислении и переводе в другой колледж не имелось и не имеется.

Законные основания для решения о ликвидации колледжа и в самом деле не просматриваются. Как рассказала «МК» студентка 2-го курса Александра Николаева, и она сама, и другие студенты неоднократно слышали, как их директор говорила, что «приказа Департамента образования о слиянии нет и не будет, а объединение колледжей пройдет по договоренности двух директоров с устного согласия департамента». Увы, достоверной информации о том, зачем «договорились» два директора, студентам тоже не предоставили. То глава колледжа легкой промышленности «ссылалась на то, что колледж не имеет высокого рейтинга, что это «совок» и у учителей низкие зарплаты», рассказывают студенты. То поминала «якобы недостаточный контингент и надуманные проблемы с ремонтом и обновлением материально-технической базы»...

Студентов в итоге это не убедило, и многие, считая ликвидацию их колледжа незаконной, подписать заявления о переводе отказались. Тем более что предлагаемая им новая альма-матер — по их словам, «учебное заведение, приоритетным направлением работы которого является социальная реабилитация учащихся из числа выпускников коррекционных школ и школ-интернатов, детей-сирот»: «При обучении в колледже малого бизнеса №4 используются методы обучения исходя из их доступности для обучающихся инвалидов и обучающихся с ОВЗ, а также адаптированные программы. Колледж не является профессионально ориентированным на легкую промышленность и творчество и не имеет соответствующей материально-технической базы. Поэтому мы категорически отказываемся обучаться в колледже малого бизнеса №4».

Увы! «Не имея законных оснований для перевода нас в колледж малого бизнеса №4, и.о. директора обманом, шантажом и угрозами заставляет учащихся и их родителей соглашаться на отчисление и перевод в другой колледж, — сообщают студенты. — Ведется настоящая травля тех, кто хочет продолжить обучение в колледже легкой промышленности».

Есть и другие непонятные моменты. Так, в колледже малого бизнеса, рассказывают студенты, «квалификаций модельеров-технологов сроду не было»: «Набор первокурсников на нашу квалификацию до недавнего времени по-прежнему шел с сайта колледжа легкой промышленности. А когда абитуриенты приезжали поступать, администрация подкладывала им заявления, где указывалось, что зачисляются они в колледж не легкой промышленности, а малого бизнеса».

Короче, куда ни ткни — вопросы. Вот только задать их некому: «Все в отпуске, — сообщили «МК» в столичном Департаменте образования. — И замруководителя, и директор». Тем временем студенты получают письма, предписывающие им подать заявления о переводе до 1 августа. Эдакие «письма издалека»...

В ТАМОЖЕННОМ СОЮЗЕ

РИА «Мода»

СПЕЦИАЛИСТЫ МИНЗДРАВА И ГОССТАНДАРТА ПРОВОДЯТ ПРОВЕРКИ ЛЕГПРОМА В БЕЛОРУССИИ

Как сообщили в министерстве антимонопольного регулирования Белоруссии (МАРТ), в настоящее время в стране проводятся проверки товаров легпрома, этим занимаются специалисты Минздрава и Госстандарта.

«За нарушения проверяющие сделали уже 363 предписания об изъятии из обращения более 14 тыс. единиц непродовольственных товаров. К административной ответственности привлечено более 250 юридических и физических лиц на общую сумму более 25 тыс. рублей», – передает портал tut.by со ссылкой на информацию, полученную в МАРТ.

При этом за последние полтора года в стране проверили больше 20 тысяч товаров легпрома, большинство из которых — импортные (90%).

Как подчеркнули в министерстве, среди самых частых нарушений — декоративные вставки в товарах для новорожденных сделаны из синтетики, а в детской обуви не соблюдена высота каблука и использована подкладка из текстильных материалов с вложением химических волокон больше 20%. Из других типичных нарушений — несоответствие по показателям безопасности «гигроскопичность» и «воздухопроницаемость», а детские туфли сделаны с открытой пяточной частью. В ведомстве советуют при выборе товаров легпрома обращать внимание на маркировку (состав изделий).

ТЕХНИЧЕСКИЙ ТЕКСТИЛЬ

Агро-Бизнес

ГЕОСИНТЕТИКА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ: ТРИ ПРОБЛЕМЫ — ОДНО РЕШЕНИЕ

В современном мире геосинтетика все чаще находит свое применение в различных непрофильных сферах. Она помогает решать множество задач и заменяет устаревшие неэффективные материалы в гражданском и промышленном строительстве, ландшафтном дизайне, при возведении инфраструктурных, гидротехнических объектов и в других направлениях.

Сельское хозяйство не стало исключением. В этой сфере геосинтетические материалы позволяют справиться как с технологическими, так и с экологическими проблемами. Компания «ГЕОмонтаж» сотрудничает с организациями АПК на протяжении более 10 лет, поэтому ее специалисты отлично понимают, с какими основными трудностями приходится сталкиваться сельхозпроизводителям. Большинство из них можно преодолеть посредством применения инновационных геосинтетических материалов «Геофлакс»®.

СОХРАНИТЬ ВОДУ

Одной из проблем нередко становится неэффективное использование водных ресурсов в водоемах-накопителях, предназначенных для орошения сельскохозяйственных территорий в засушливых районах. Основная задача этих хранилищ — вовремя предоставить нуждающейся в поливе почве достаточное количество воды, тем самым сохранив и преумножив урожай. Технология строительства таких водоемов до недавнего времени включала в себя несколько этапов: создание котлована необходимых размеров, установку бетонных оснований на его стенки и дно, а также прокладку подводных каналов от созданного углубления до орошаемых территорий. Однако даже

при выполнении всех этапов в строгом соответствии с нормативными актами и предписаниями невозможно оградить водоем от потери воды, которую впоследствии приходится докупать. В результате появляются постоянные дополнительные расходы материальных и трудовых ресурсов.

Главная причина подобного явления — утрата после определенного срока эксплуатации бетонными основаниями должных гидроизоляционных свойств. По этой причине данный метод строительства водоемов уже устарел, и его реализация не представляется рациональным решением. Сегодня более эффективным и современным способом является использование на дне и стенках котлована полимерного геосинтетического материала «Геофлакс»®. Он позволяет удерживать до 100 процентов влаги и существенно экономить ресурсы. Помимо этого, реализация подобного метода является более дешевой и простой по сравнению с установкой бетонных оснований.

ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Другая важная проблема, напрямую связанная с первой и являющаяся наиболее острой, — опасность осушения пожарных водоемов. Объем воды в таком хранилище обычно рассчитывается в зависимости от площади территории, за которой он закреплен. В процессе эксплуатации подобных прудов, в основании которых также лежит бетон, вода по-прежнему просачивается в грунт, поэтому при образовании серьезного очага возгорания оставшейся на тот момент времени жидкости может не хватить для эффективного пожаротушения. Предотвратить возникновение этой опасной ситуации может использование геомембраны «Геофлакс»®, заблаговременно уложенной на стенки и дно пожарного водоема вместо бетонных оснований. Данный материал предотвращает отход воды, вследствие чего может гарантировать ее сохранность.

ИСКЛЮЧИТЬ ЗАГРЯЗНЕНИЕ

Для владельцев животноводческих ферм актуальным является вопрос экологической безопасности лагун для жидких отходов, поскольку в этом случае помимо воды почва поглощает продукты жизнедеятельности животных. Они оказывают пагубное влияние на окружающую среду: почва в большом радиусе от очага загрязнения отравляется, теряет свою плодородность, а все культуры, выращиваемые в ней, быстро погибают. Для исключения подобной ситуации следует сооружать хранилища жидких отходов с применением геосинтетических материалов «Геофлакс»® — специальных мембраны и текстиля. Первая позволяет полностью изолировать жидкие отходы от почвы, а вторая составляющая — защитить эту тонкую пленку от неблагоприятных механических воздействий со стороны грунта: проколов, трения и прочих.

Таким образом, использование геосинтетических материалов «Геофлакс»® дает возможность аграрию не только сэкономить на традиционных гидроизоляционных средствах, но и существенно увеличить их эффективность, решить проблему безопасности и повысить рентабельность сельскохозяйственной деятельности.

ИА «Коминформ»

ПЛЕНЭР "КЛЮКВА"-2018 ПОСВЯТЯТ СОЗДАНИЮ ТЕКСТИЛЬНЫХ И ВИРТУАЛЬНЫХ ТКАНЕЙ

Эксклюзивный проект Республики Коми "Клюква" заявил об очередном творческом эксперименте.

Пресс-конференция, посвященная седьмому художественному пленэру визуальных искусств "Клюква", прошла сегодня в центре культурных инициатив "Югор".

С 26 июля по 29 июля состоится выездная часть пленэра в южные районы Коми.

С 30 июля по 5 августа художники, дизайнеры и искусствоведы будут работать в Финно-угорском этнопарке в с. Ыб, а 9 августа в "Югоре" состоится открытие выставки, где все желающие смогут оценить конечный продукт эксперимента.

Как рассказала руководитель проекта Анжела Разманова, идея "Клюквы"-2018 - создание ткани из любого материала, как архаичной - созданной ручным способом, так и виртуальной, существующей в мультимедийной проекции.

"Путешествие произойдет в далекие деревни и места где ткот, где когда-то ткали, где сохранились ткани, - рассказала А.Разманова. - В этом году будет исследовано южное направление республики. Ткань помогают создать такие предметы как веретено, прялка, ткацкий стан, рамы, набивные доски и многое другое... все это тоже источник вдохновения, повод для размышления, поэтому предметный мир тоже часть выставки и инсталляций. Возможно, ткань будет из слов, звуков, жестов".

По итогам работы пленэра может получиться коллекция одежды, коллекция тканей, мультик или философский продукт — организаторы точно не знают. Участники обещают придумать мужской текстиль. Ценность концентрации творческих мозгов как раз в том, что на выходе обязательно получается оригинальный продукт.

Народный художник Коми Татьяна Васильева считает, что пленэр будет представлять собой переплетение художественных замыслов и судеб.

"Это должна быть очень дружная команда, чтобы все получилось. Если одна нить порвется, все разрушиться", - отметила художница и участник пленэра.

В ходе пресс-конференции организаторов спросили, что происходит с работами, которые создавали в прошлые годы.

Как рассказала эксперт и неизменный участник "Клюквы" Ольга Орлова, работы ездят с выставками по всей России.

Информация о "Клюкве" озвучивается на научных конференциях. Академия художеств РФ оценила эксклюзивный продукт Коми. "Клюкву" представляли даже на Арктическом форуме.

Организаторы в этом году предлагают ценителям искусства и всем неравнодушным познакомиться с творчеством художников на сайте культурного центра "Югор". Там размещены экспертные статьи и работы прошлых лет.

Имиджевый проект республики интересен и высоко ценится на международном уровне. Но, как было отмечено на пресс-конференции, ресурс и энергетика организаторов не бесконечны. Участники пленэра выставляются в Европе, но уже самостоятельно. На каждой конференции говорится о том, что "Клюква" нуждается в поддержке, но она пока недостаточна.

"Клюква" - для кого-то любимый проект, для кого-то стартовый, а кто-то с помощью "Клюквы" держится на плаву. Как заметила А.Разманова, практика

эта очень полезна. С работами, рожденными на пленэре, люди вступают в Союз художников России.

Именно с "Клюквы" возрождалась художественная жизнь Коми, поэтому проект является мотивирующим. А кроме этого, он украшает художественное пространство республики.

В завершении пресс-конференции организаторы предложили жителям Коми поделиться с фондом пленэра архаичным текстилем, который может залежался в бабушкиных сундуках. Из старинных красивых вещей художники создадут современный эксклюзивный продукт.

БРЭНДЫ

New-retail.ru

ТОМ TAILOR СМЕНИЛ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ПО РОССИИ И СНГ

Сергей Кондаков назначен на место Софии Кофманн, которая приняла решение покинуть компанию.

Москва – вертикально-интегрированный международный холдинг Tom Tailor Group сообщает об изменениях в топ-менеджменте компании. Сергей Кондаков сменил Софию Кофманн на посту Генерального директора Tom Tailor в России и СНГ.

Его основной задачей станет дальнейшее усиление позиций компании на рынке фэшн-ритейла в России и СНГ.

София Кофманн приняла решение продолжить свою карьеру вне группы Tom Tailor.

Сергей Кондаков имеет большой опыт управления компаниями как на российском, так и на международных рынках, в том числе в сфере ритейла. До прихода в Tom Tailor он отвечал за собственную розницу Quiksilver по всему миру (более 700 магазинов). Ранее являлся Генеральным директором Quiksilver в России, также руководил продажами и маркетингом в Финляндии, Дании и Казахстане. До этого работал Генеральным директором Reebok Russia и Gant. Имеет 9-летний опыт работы в ресторанном бизнесе.

Хайко Шефер, генеральный директор Tom Tailor Group:

«София Кофманн проработала в Tom Tailor более 10 лет и внесла значимый вклад в развитие нашего бизнеса. Она инициировала выход на российский рынок, фактически построила здесь бизнес с нуля, вместе со своей командой добилась впечатляющего роста по всем каналам дистрибьюции и продвижения бренда в России и СНГ. В результате Россия сейчас является одним из ключевых рынков для Tom Tailor Group. Перед компанией стоят еще более амбициозные задачи. Уверен, что опыт и экспертиза Сергея Кондакова помогут компании достичь поставленных целей».

Fashionnetwork.com

БРЕНД EDUN, ОСНОВАННЫЙ БОНО И ЕГО ЖЕНОЙ, ЗАКРЫВАЕТСЯ

Основанный в 2004 году вокалистом U2 Боно и его женой Али Хьюсон бренд Edun закрывается. Последней выпущенной коллекцией марки станет весна-лето 2018.

В 2009 году в Edun инвестировал французский концерн LVMH, который владеет сейчас 49% акций бренда и планирует продать их обратно основателям. Официальный представитель LVMH подтвердил, что крупнейший конгломерат мировой модной индустрии вернет свою долю Edun – не по финансовым соображениям. Данный шаг LVMH ставит под сомнение будущее лейбла.

Единственный бутик Edun по адресу Лафайет-стрит, 265 – в престижном торговом месте Нью-Йорка – в прошлом месяце закрыл свои двери. И, по-видимому, производство новых коллекций не значится в ближайших планах fashion-марки.

Напомним, бренд был создан как этический проект, который много сотрудничал с африканскими мастерами и ремесленниками, поддерживал локальные производства и привлекал внимание к Африке остального мира. Так, марка на протяжении шести лет работала с фермерами с хлопковых плантаций из Уганды.

Пока не известно, есть ли у Edun надежда на возрождение. BoF отмечает, что основными проблемами руководства марки стали неспособность выстроить правильную ценовую политику и создать четкую визуальную идентичность.

«В рамках пересмотра бизнес-стратегии Edun реструктурирует свои операции, чтобы затем начать новую главу в своей истории, и LVMH возвращает находившуюся в распоряжении концерна долю основателям лейбла. Последние сохраняют приверженность ключевому принципу Edun – устойчивой моде и благодарят LVMH за поддержку и вовлеченность в течение всего совместного путешествия», – говорится в выпущенном люксовой группой релизе.

Бренд долгие годы остается убыточным. Согласно опубликованной отчетности, в 2016 году Edun понес убытки в размере 5,3 млн евро. Таким образом, со времени основания компании ее общие потери составили огромную сумму – 65,8 млн евро. Из имеющихся подсчетов также видно, что за последний год чистый долг Edun вырос с 43,4 до 47,9 млн евро.

На протяжении своей истории Edun пользуется значительной информационной поддержкой от fashion-журналов и других СМИ, привлекательным фактором для которых является участие в данном бизнесе рок-звезды мирового масштаба. Однако в связи с неудовлетворительными показателями роста Edun ожидания LVMH относительно лейбла не оправдались. Еще одним поводом для решения, принятого люксовым конгломератом, стали неудачи бренда в ритейле: Edun не преуспел в получении крупных заказов от универмагов и модных бутиков.

FASHION.RU

ПОСЛЕ НАТУРАЛЬНОГО МЕХА GUCCI ОТКАЗЫВАЮТСЯ ОТ АНГОРСКОЙ ШЕРСТИ

Итальянский модный Дом Gucci, который осенью 2017 года отказался от натурального меха, заявил, что не будет использовать в своих коллекциях ангорскую шерсть. Таким образом, бренд присоединился к ряду других модных компаний, запретивших в своем производстве эти натуральные материалы. В их числе Calvin Klein, Ralph Lauren, Anthropologie, Asos, VCBG Max Azria и Gap.

Такое решение компания приняла, основываясь на отчетах организации по защите животных PETA (People for the Ethical Treatment of Animals). Зоозащитники утверждают, что ангорскую шерсть получают на фермах, где жестоко обращаются с животными: мех срывают с живых кроликов — и они кричат от боли. По информации PETA, 90% ангорской шерсти производится в Китае, «где отсутствуют наказания за жестокое обращение с животными на фермах и нет никаких стандартов, которые позволили бы регулировать отношение к ним». Представитель организации отметил, что на данный момент PETA старается убедить компанию Kering, которой принадлежит Gucci, запретить использование ангоры всем своим брендам. То же самое касается и крупных ритейлеров, например, Nordstrom.

По словам представителей организации, сегодня от использования ангоры отказались уже 330 брендов и поддержка экодвижения компанией Gucci могла бы еще больше склонить чашу весов в его сторону, учитывая влияние на индустрию креативного директора модного Дома Алессандро Микеле.

«Запретив ангорскую шерсть, Gucci сделали важный шаг в борьбе с жестоким обращением с животными, — говорит исполнительный вице-президент PETA Трейси Рейман. — PETA призывает других модных дизайнеров следовать примеру бренда».

МОДА

www.lenta.ru

ВСЕ ОТТЕНКИ ДЕНЕГ

Кто заставляет людей носить одежду одинакового цвета

Сезонные цвета в одежде и аксессуарах — один из самых во всех смыслах очевидных трендов в моде. Практически каждый год какой-то оттенок в очередной раз называют «новым черным». Накануне появления в магазинах вещей из новой осенне-зимней коллекции и появления новых актуальных цветов «Лента.ру» поразмышляла над причинами таких перемен.

Виссон и пурпур

В старину отношение к цветам в одежде серьезно отличалось от принятого в наши дни. Подбор оттенка ткани, так же как ее фактуры, выделки и, как следствие, стоимости (например, затканная золотной нитью парча стоила просто-таки астрономических денег) был во многом обусловлен не только вкусами владельца и его доходом, но и его социальным положением.

Самые дорогие ткани, и в их числе виссон (дорогая очень тонкая шерсть) пурпур, упоминаются еще в Библии. В римское и византийское время пурпурные ткани (шерсть и шелк, окрашенные тирским пурпуром —

веществом, извлекавшимся из морских брюхоногих моллюсков-иглянок) ценились на вес золота: чтобы получить 200 граммов краски, требовалось 3 килограмма сырого красителя, а для получения килограмма сырца нужно было добыть 10 тысяч моллюсков. Это могли себе позволить только императоры, их приближенные аристократы и самые богатые торговцы. Разумеется, их одежда не выходила из моды: одежду, стоимость которой на современные деньги более 25 тысяч долларов, каждый сезон менять не станешь.

Самыми «трендовыми», если брать в расчет массовость, в древности были натуральные, грязноватые оттенки — серый, бурый, коричневый: их носили бедняки и люди среднего достатка. Цвета получали, обрабатывая грубую ткань дешевыми натуральными красителями вроде дубовой коры, луковой шелухи или ягодного сока. Любые привозные красители при плохом развитии торговли в целом и морских перевозок в частности были очень дороги: это касалось и пурпура, и кошенили, которую привозили, в частности, с Канарских островов, и других экзотических красок, необычных для Европы оттенков.

Цвета одежды были каноническими и для религиозных конфессий. Так, на всех иконах богородица изображается в одеяниях белого, синего и красного цвета, символизирующих чистоту, небесную мудрость и любовь соответственно. В исламе зеленый цвет — цвет знамени пророка Мухаммеда — считается священным.

Искусницы модных лавок

Настоящий расцвет интереса к цвету в моде наступил тогда, когда промышленники изобрели первые искусственные, а затем и синтетические красители. Внезапно оказалось, что разброс оттенков гораздо шире, чем может предложить природа: цветами коры, луковой шелухи, ягод и кошенили эта палитра отнюдь не ограничивается. Лидерами в окраске тканей, как и в их производстве, стали самые развитые в экономическом отношении страны Европы: Англия и Шотландия, Франция, позже — Германия.

Типографии в середине XIX столетия еще не располагали возможностью печатать много цветных картинок (собственно, до изобретения цветной фотографии как таковой оставалось около века). В модных журналах публиковали раскрашенные гравюры, и женщины, которые не могли выписать себе платья непосредственно из Парижа, пристально разглядывали картинки с нарядами нежных или более темных цветов, чтобы купить ткань точь-в-точь нужного оттенка.

Кстати, придумывая названия этих оттенков, художники, а затем и текстильные фабриканты изощрялись в тонкости чувства языка. Например, «цвет бедра испуганной нимфы» — не шутка, он существует в действительности, но отличить его от цветов всех прочих бедер может только действительно хорошо наметанный глаз.

Реклама 29

Уже в XVIII столетии цветные, переливчатые лионские шелка самых разных оттенков начали завоевывать рынок и безраздельно царили на нем весь следующий век. О том, какой утонченности достигли французы в текстильном производстве, рассказывают (иногда просто-таки в захлеб) почти все модные писатели и даже поэты того времени. Например, Пушкин в «Евгении Онегине» и Грибоедов в «Горе от ума» с разными интонациями и моралью рассказывают о модных лавках Москвы и Петербурга, где женщины становятся суетными, а мужчины — нищими.

Еще подробнее, с раскрытием всей подноготной модного, в частности текстильного, бизнеса о нем рассказывает Золя в «хрестоматии модной

торговли» второй половины позапрошлого столетия — романе «Дамское счастье». В нем вообще много о шопинге и покупательской психологии (пожалуй, неожиданно много для писателя того времени), но тканям уделено особое место, поскольку в годы, когда разворачивается действие книги, готовой одежды продавали очень мало: в основном женщины покупали ткань и шили сами или у портних.

В завязке романа владелец крупного универсального магазина буквально и очень последовательно «душит» более мелкого конкурента, специализирующегося исключительно на тканях, тем, что делает огромные заказы на большие партии одинаковых тканей. Продавец исключительно текстиля, привыкший предлагать клиенткам большой выбор разнообразных материй (и тем самым позволявший им самовыражаться) терпит крах, поскольку мелкий опт всегда менее выгоден, чем крупный.

Бизнес на цветах

Этот фрагмент беллетристического, в общем-то, произведения полуторастилетней давности в упрощенном виде демонстрирует всем, кто знает о модном бизнесе только по содержимому витрин и контенту модных журналов, как на самом деле это все работает. Тренды задают производители тканей: именно они, по сути, решают, в каком направлении будет двигаться вся модная индустрия в ближайшие год-полтора. Для весомости этих выводов привлекаются специальные учреждения, вроде института цвета Pantone, который выпускает каталоги оттенков для всех отраслей индустрии (весьма недешевые) и ежегодно торжественно определяет тона сезона и главный цвет года.

Сначала люксовые производители текстиля пополняют тканями свои и без того громадные каталоги образцов (например, на итальянской фабрике марки Loro Piana тома таких каталогов занимают целую библиотеку, а компания основана всего лишь в 1924 году). Затем эти ткани закупают ведущие модные дома, отшивают из них коллекции, которые становятся заявкой на тренд ближайшего сезона. А уже после гигантские масс-маркетные бренды, чьи представители исправно отслеживают все процессы, происходящие с люксом, наполняют подобиями подиумных коллекций свои магазины в самых дальних уголках планеты.

Разумеется, то, что продает масс-маркет, не может полностью копировать люксовую одежду. Прежде всего это невозможно с точки зрения качества: ни такое качество тканей, ни уровень выполнения всех многочисленных операций демократичным брендам недоступны.

Они просто не станут тратить на это деньги — у них другие задачи и приоритеты, главный из которых — громадный оборот и молниеносная ротация коллекций (так называемая fast fashion, «быстрая мода»). Клиент, а особенно клиентка, должна купить, несколько раз надеть и выбросить или сдать на переработку, чтобы тут же купить новое.

Тут-то и проявляется во всей красе роль и значение цвета в моде. Продукция современных производителей красителей для ткани доступна в равной мере и для дорогих, и для демократичных марок. Чтобы сделать вещь узнаваемой даже издали, достаточно, чтобы она была трендового оттенка. Следом за лиловыми, фуксийными или ярко-желтыми коллекциями с подиумов мировых домов моды соответствующий оттенок буквально захлестывает улицы и сетевые магазины брендов вроде Zara, Uniqlo, Nike и adidas, а за ними и нижнюю ступень — рынок безымянной одежды для малообеспеченных.

Ротация «главного модного цвета сезона» происходит по своим законам. Неизменно популярны офисные тона, предписываемые дресс-кодом: черный,

белый, серый, бежевый, грейдж, синий оттенка navy. Их принято называть «классическими», вещи этих цветов продаются всегда: для офисных клерков, интеллектуалов, предпочитающих черное и асфальтовое при любых обстоятельствах, и, наконец, для тех, кто просто не желает заморачиваться, выбирая одежду.

А вот сезонные цвета, для тех модниц и модников, что посмелее, бывают двух видов. Интеллектуальные сравнительно сдержанные оттенки — очередные «новые черные»: красный, коричневый, хаки, охристый. Они никогда не уходят из моды до конца, одежду этих тонов на какое-то время оставляют в шкафу, а потом носят снова. И другие — китчевые, броские, заметные всем и отовсюду цвета: анилиново-желтый, фуксийно-розовый, бешено-изумрудный, лилово-васильковый, коралловый.

Забавно, но их демонстрантом и провозвестником уже долгие годы выступает престарелая королева Великобритании Елизавета II. Впрочем, бабушке простительно: она надевает вырвиглазные цвета для того, чтобы подданные, собирающиеся у дворца гигантской приветственной толпой, видели и узнавали свою монархиню на любом расстоянии.

Очень броские цвета возвращаются в тренд раз в несколько лет — как раз к тому моменту, когда даже самые экстремальные модницы уже успевают поверить, что этот невообразимый тон уже никогда не вернется в моду. Они избавляются от кричаще яркой одежды, не зная законов fashion-индустрии, которой только того и надо: она знает, что клиентки снова, как покаявшиеся блудные дочери, придут в магазины, чтобы купить изумрудное платье или фуксийный топ, подозрительно похожие на те, что они сами год назад отдали за ненужностью на благотворительность.

Стоит ли потакать собственной слабости все время быть на пике тренда и послушно идти на поводу у текстильных фабрикантов и производителей модной одежды, каждый (и, конечно, каждая) решает самостоятельно.

«Интерфакс»

"ЭТНОПОДИУМ" СОБРАЛ НА БАЙКАЛЕ МОДЕЛЬЕРОВ ИЗ ЧЕТЫРЕХ СТРАН

Неделя этнической моды "Этноподиум" состоялась на побережье озера Байкал в Иркутской области.

В ней приняли участие более 150 человек, среди которых были известные модельеры из четырех стран – России, Казахстана, Киргизии и Монголии. В конкурсном показе приняли участие 35 начинающих этнодизайнеров.

"В этом году к нам впервые приехала такая большая и многочисленная делегация из Казахстана, в которую кроме А.Калиева входили президент Ассоциации ремесленников Казахстана Айжан Бейкулова, основатель экологической деревни, матер по войлоку Кулян Жангутты и профессор Казахской национальной академии искусств Сауле Бапанова", - сообщила организатор "Этноподиума", президент Евразийской ассоциации этнодизайнеров Роза Халтуева.

Представители Казахстана не участвовали в конкурсе, поскольку являются уже признанными мастерами, однако представили фрагменты своих коллекций на гала-показе "Этноподиума".

Р.Халтуева также отметила, что на "Этноподиуме" работало порядка 40 манекенщиц из Иркутска, Бурятии и Башкортостана.

Кроме показов коллекций и профессионального общения между модельерами на "Этноподиуме" всю неделю проходили мастер-классы по народным ремеслам – ткачеству, росписи ткани, изготовлению матрешек и костровых игрушек. Вели их мастера из иркутского союза "Оникс", посещали как конкурсанты, так и почетные гости, которые с интересом осваивали новые приемы. Так, гости из Казахстана несколько часов учились работать на старинном ткацком станке.

Экспертный совет "Этноподиума" традиционно возглавляла историк моды Лидия Соколова-Сербская (Москва). Почетными гостями были известный московский модельер Елена Шипилова, дизайнеры Султан Салиев (Татарстан) и Альбина Жерлицына (Башкирия), коллекционер русского традиционного костюма Сергей Глебушкин (Москва), а также известный этнодизайнер из Киргизии Татьяна Воротникова и модельер из Казахстана, постоянный участник европейских Недель моды, основатель казахской Недели моды "Аспара" Айдархан Калиев.

Гран-при "Этноподиума" завоевала Нисе Эрмишаева из Крыма, которая уже второй раз принимала участие в конкурсе – ранее она приезжала в 2014 году.

"Это было единогласное решение жюри", - сообщила Р.Халтуева.

По словам самой Н.Эрмишаевой, в основе ее новой коллекции, выполненной в стиле нео-фольклор, – национальный костюм крымских татар.

"Моя коллекция называется "Заман", в ней сочетаются этника и конструктивизм – рубленые линии конструктивизма нашли отражение в национальном крое. При этом я использую современные цветовые решения и ткани", - пояснила крымский этнодизайнер.

Н.Эрмишаева имеет профильное образование модельера-конструктора, и в настоящее время готовится начать производство собственной линии одежды.

"Я уже давно шью на заказ, а теперь решила открыть небольшое швейное производство", - сообщила она.

Первые места в различных номинациях на "Этноподиуме" заняли дизайнер Баатарблэг Батцэцэг из Монголии с коллекцией вечерних платьев; дизайнер Улзыма Ванзатова из Бурятии с коллекцией современной одежды из войлока; фабрика художественной вышивки "Паха Тере" из Чувашии; союз мастеров народного творчества "Оникс" (Иркутск); союз художников с ограниченными возможностями (Иркутск), а также иркутский творческий дуэт "Лено" Михаила Топорищева и Елены Орловой с коллекцией украшений из кожи и винтажной бронзы. Интересно, что М.Топорищев и Е.Орлова не являются профессиональными дизайнерами: Михаил - IT-специалист, его жена Елена - известный в Иркутске журналист, уже более 10 лет пишущая о культуре.

"В своих украшениях мы используем так называемую конину – металлические элементы конной упряжи, которая была широко распространена в Сибири в конце XIX - начале XX веков. Конина не представляет какой-либо культурной или исторической ценности, и обычно идет на переплавку. Но она очень красивая – это такие литые элементы с солярными символами из старой бронзы с естественной патиной – и, по нашему мнению, достойна "второй жизни", - сообщил М.Топорищев.

ВЫРУЧКА FAMILIA ВЫРОСЛА НА 28% В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ

В компании отмечают увеличение интереса к формату off-price в России.

Федеральный off-price-ритейлер Familia подвел итоги первого полугодия 2018 года. Рост выручки по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил 28%, прирост сети за полгода – более 10%.

Компания открыла 22 новых магазина в 15 городах России (как в регионах присутствия, так и на новых для себя территориях), общее число универмагов Familia на конец периода составило 214. Совокупная площадь магазинов возросла почти на 30 тысяч кв. м и достигла 280 тысяч кв. м.

Наиболее заметным стало расширение присутствия в Сибири: за полгода компания открыла пять новых магазинов, придя в Барнаул, Новокузнецк, Кемерово и увеличив число универмагов в Новосибирске. Также Familia появилась в Архангельске. В Москве и области сеть расширилась до 83 магазинов (+ 9 универмагов, включая новые магазины в «VEGAS Крокус Сити», «Бутово Молл» и «Ритейл Парк»). Самым активным месяцем полугодия стал февраль: Familia открыла сразу девять магазинов.

За полгода число компаний – поставщиков Familia увеличилось более чем на 300. В частности, в сети появились товары таких торговых марок, как Bugatti, Harmont&Blaine, Laura Biagiotti, Mascotte, Tosca Blu, Wrangler. В связи с тем, что за последние полтора года количество дизайнерских брендов, с которыми сотрудничает компания, существенно возросло, в апреле Familia начала реализацию проекта Gold Brands.

В магазинах выделяются специальные зоны – корнеры, где представлены исключительно премиальные торговые марки. Это позволяет сделать посещение магазинов более удобным для покупателей, ориентированных на бренды с мировой известностью и, соответственно, расширить аудиторию за счет данной категории потребителей. Сейчас корнеры работают в нескольких московских магазинах Familia, а ассортимент Gold Brands представлен уже в 47 магазинах сети. Там можно найти одежду, обувь и аксессуары таких брендов, как Armani, Diesel, Fabi, Pierre Cardin, Replay, Roberto Cavalli, Trussardi и др.

Также Familia значительно расширила ассортимент товаров: появился целый ряд новых групп, в том числе спортивный инвентарь (ракетки, мячи, эспандеры, коврики для йоги, гантели и др.), товары для здоровья и личной гигиены (включая подгузники, средства для ухода за полостью рта, бритвенные принадлежности), пополнилась категория книг и канцелярских товаров.

Кроме того, Familia получила патент на собственную разработку – технологию идентификации и распределения товаров на складе, которая позволяет в течение двух секунд идентифицировать товар, проанализировать информацию о нем, определить магазин, где потенциальная скорость его реализации наиболее высока, а также промаркировать. ID-технология позволила в десятки раз увеличить скорость обработки товаров и точность попадания в потребности магазинов.

«Мы планируем сохранить темпы развития и закончить год с позитивной динамикой выручки-LfL несмотря на негативные прогнозы ряда аналитиков о снижении покупательской активности в fashion-сегменте в ближайшие полгода, – отмечает генеральный директор Familia Константин Надеждин. – Мы

нацелены на открытие еще как минимум 20 магазинов до конца года, освоение новых территорий, включая такие города, как Красноярск, Нижневартовск, Старый Оскол, Туапсе, развитие проекта спортивных корнеров, пилот которого сейчас тестируем в нескольких магазинах, а также увеличение числа партнеров – владельцев дизайнерских брендов».

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ

New-retail.ru

ОТТО И QUELLE ПРЕКРАТИЛИ ПРИНИМАТЬ ЗАКАЗЫ В РОССИИ

Закрываются маркетплейсы и в других странах - Otto Group сконцентрируется на маркетплейсе Otto.de для немецкоязычных стран.

Интернет-магазины Quelle и Otto (входят в немецкую Otto Group) перестали принимать заказы в России.

«Уведомляем вас о том, что интернет-магазин компании ООО «Директ каталог сервис» прекращает принимать заказы с 25 июля 2018 года», - говорится на сайте ритейлера. Все заказы, поступившие до этой даты, будут доставлены клиентам. Интернет-магазин otto.ru перестал принимать заказы 17 июля.

О том, что эти магазины прекращают работать в России, СМИ писали в апреле со ссылкой на гендиректора Otto Group Russia Мартина Ширера. Закрываются маркетплейсы и в других странах - Otto Group сконцентрируется на маркетплейсе Otto.de для немецкоязычных стран, не исключая, что в среднесрочной перспективе площадка может выйти на международный уровень.

«Директ каталог сервис» (российское юрлицо Otto Group, также владеет интернет-магазинами witt и bonprix) продолжит работать.

В 2015 году выручка компании, по данным аналитической системы «СПАРК-Интерфакс», сократилась на 9%, до 13,3 млрд рублей. Более поздних показателей нет.

Выручка Otto Group от направления e-commerce в 2017-2018 финансовом году (завершился в конце февраля) составила 7,76 млрд евро (рост на 10,9%).