

ДАЙДЖЕСТ ЦЕНТРАЛЬНЫХ СМИ

26 июня 2020г.

ВЫЯВЛЕНИЕ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ КОНТРАФАКТА — ВОПРОС СИСТЕМНОЙ ПРАВОВОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Автор: **Андрей РАЗБРОДИН**, президент СОЮЗЛЕГПРОМА

Оборот непродовольственной контрафактной продукции в РФ по итогам прошлого года составил около 5,2 трлн руб., подсчитали в аналитическом Тиар-Центре на основе данных Роспотребнадзора и Росстата. Это сопоставимо с 4,7% ВВП страны. Наиболее подделываемые товары – детские игрушки (около 35%), одежда и обувь (29%), потребительская электроника и аксессуары, включая смартфоны, зарядки, чехлы (17,5%), батарейки (15%), бытовая химия (12,5%) и парфюмерия (10%). В целом же почти 30% непродовольственных товаров повседневного спроса — контрафакт (подробнее см., например, https://www.ng.ru/economics/2020-06-17/1_7887_counterfeit.html).

Столь сложная ситуация, сохраняющаяся с контрафактом на потребительском рынке, обусловлена, прежде всего, падением реальных доходов населения. Что ориентирует на потребление товаров дешевого сегмента, при этом показатели качества и потребительской безопасности для большинства покупателей уходят на второй план. Эти обстоятельства — главный стимул «живучести», популярности ввозимого контрафакта и его изготовления. В то же время, доброкачественная продукция обходится, по понятным причинам, всё более дороже в производстве и реализации.

При этом введение маркировки изделий, в её нынешнем формате, едва ли решает проблему, поскольку это дополнительные расходы для предприятий, где себестоимость производства и без того увеличивается. А сам процесс маркировки и её функциональность пока недостаточно вмонтированы в систему оценки качества и потребительской безопасности продукции. Последнее же связано с отсутствием в стране целостной системы стандартизации и сертификации товаров и услуг. Потому, скажем, «налепить» всемирно известный бренд на сфальсифицированный товар и продавать его по низкой цене не составляет большого труда.

Кроме того, еще только формируется единая система прослеживаемости/оборачиваемости товаров, включая импортные, в рамках ЕАЭС. Промедление в этом вопросе — со времени создания ЕАЭС, то есть почти уже 10 лет — обусловлено и тем, что незаконный реэкспорт стал весьма прибыльным сектором экономики партнеров РФ по ЕАЭС. «Разрушать» который, похоже, ещё не под силу Евразийскому союзу.

WWW.SOUZLEGPROM.RU

29 ИЮНЯ СОСТОИТСЯ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИЯ СОУЗЛЕГПРОМА: «ОПЫТ МАРКИРОВКИ ОБУВИ И ЕГО ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ В ПРЕДСТОЯЩЕЙ МАРКИРОВКЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

29 июня 2020 в 15:00 МСК - Час СОУЗЛЕГПРОМА, традиционная встреча в онлайн

Тема:

**«ОПЫТ МАРКИРОВКИ ОБУВИ И ЕГО ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ В
ПРЕДСТОЯЩЕЙ МАРКИРОВКЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

Спикер мероприятия - Чернышёв Алексей

Коммерческий директор компании **AKFA**, которая входит в Рабочую группу по маркировке обуви и Рабочую Группу по маркировке одежды.

Онлайн-встреча проводится при поддержке журнала **SHOES**

Для участия в конференции пройдите процедуру регистрации по ссылке: [ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ](#)

После регистрации вы получите электронное письмо с подтверждением, содержащее информацию о входе в конференцию.

www.souzlegprom.ru

ЭКСПЕРТЫ ОТРАСЛИ ОБСУДИЛИ ПРОБЛЕМАТИКУ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОТРАСЛЕЙ

Очередная онлайн-встреча экспертов в СОУЗЛЕГПРОМе, состоявшаяся 22 июня с.г., была посвящена проблематике устойчивого развития производственных отраслей: "SUSTAINABILITY – ВЗГЛЯД С ВОСТОКА НА ЗАПАД".&NBSP;

Эта проблематика весьма актуальна сегодня, поскольку, как отметила модератор конференции Вера Иванова, экономические последствия пандемии коронавируса выдвинули в повестку дня именно вопросы стабилизации положения легпрома и его оперативного реагирования на тренды потребительского спроса в постпандемический период.

По мнению спикера конференции Виктории Семеновой, доктора технических наук, профессор, вице-президента Союза дизайнеров России, тематика устойчивого развития напрямую связана с вопросами экологии. Соответственно, с использованием экологически чистых материалов и оборудования. Что, в свою очередь, актуализирует вопросы сокращения

производственных мощностей. Это, по мнению эксперта, неизбежно и ввиду резкого падения потребительского спроса за последние полгода. Причем спрос, едва ли восстановится в обозримой перспективе. "К тому же сами натуральные материалы сильно разнятся по своим свойствам и по безопасности готовой продукции для здоровья потребителей", - отметила эксперт.

Но сугубо экологические критерии, в том числе в сфере дизайна, в разы повышают конечную стоимость продукции: способен ли это "выдержать" потребительский спрос? - Едва ли.

Кроме того, речь должна идти и о добросовестности производителей. В России в последние 10 лет проводится кампания за производство и сбыт экологических товаров, но маркировка "ЭКО" зачастую не соответствует реальному содержанию продукции. А проверить обоснованность такой маркировки в РФ, по оценке В.Семеновой, невозможно ввиду ряда изъянов в нормативно-правовой базе производства и реализации различных товаров. Немало таких вопросов и в сфере упаковки продукции, с этикетками на товарах. Нужно максимально сократить эти компоненты.

Ответственность и честность производителя по отношению к потребителю, как считает В.Семенова, "очень важна. На мой взгляд, в теме устойчивого развития сегодня приоритетны: локальный цикл производства товаров, минимализм в дизайне и в потреблении". То есть, нужно научить дизайнеров "думать над каждым новым изделием и с точки зрения экологии".

Поэтому тема устойчивого развития отрасли, по оценке эксперта, связана, прежде всего, с сокращением объемов производства и с приоритетом критерия достаточности объемов и ассортимента для обеспечения спроса.

Владислав Иванов, директор по развитию ООО «Термопол», в своем выступлении сакцентировал внимание на максимальном уровне "перемешивания" видов сырья и полуфабрикатов в нетканых материалах и текстиле. Поэтому целиком исключить использование чего-либо, заменив это другим продуктом, в данном секторе легпрома технологически невозможно. Причем даже известные эксперты зачастую не могут определить: какое конкретно сырье или его производные использованы в конечном продукте.

Как отметил В.Иванов, по данным недавних исследований в Великобритании и США, на одного человека в мире ежегодно приходится до нескольких сотен килограммов продукции текстиль- и легпрома. А при переработке, например, вторичного пластика расходуются многие десятки килограммов этого сырья для выработки условной единицы конечной продукции. Так что, в целом, нужно ставить вопросы разумности, достаточности потребления и на этой основе выстраивать производство.

Эксперт напомнил, что еще 9 июня 1964 г. было подписано постановление союзного совмина "О мерах по сбору и использованию вторичного сырья для нужд народного хозяйства". Но, как видим, проблема с тех пор приобрела новые, более масштабные грани.

Между тем, "Термопол" освоил технологические цепочки производства утеплителей и других нетканых материалов с применением вторичного сырья. Готовая продукция отличается высоким качеством, при этом оптимизирован расход сырья. Хотя и не для всех изделий "нетканки" применимо вторсырье, такой подход имеет очевидные экономические и экологические преимущества.

Схожее мнение по обсуждаемым вопросам высказал Олег Кашеев, проректор по научной работе РГУ им. А.Н. Косыгина. Эксперт напомнил, что многие зарубежные бренды ныне ставят во главу угла своей эффективности именно

экологические и социальные критерии. Выдвигая соответствующие требования поставщикам сырья и его переработчикам: такой подход составляет у этих брендов основу концепции устойчивого развития.

Такой вектор развития отрасли, по мнению О.Кашеева, обозначен поддержкой Президентом РФ федеральной программы комплексного развития льняного комплекса, в которой очевидны и экологические, социальные составляющие. В рамках этой программы, РГУ ведёт НИОКР совместно с Кашинским льнокомбинатом (Тверская область).

Алексей Плеханов, завкафедрой Текстильного Института, сообщил о разработке этим Институтом технологии использования отходов переработки хлопка-сырца. Они весьма значительные, достигая, как правило, половины от всего объема потребляемого хлопкосырья. При этом продукты переработки этих отходов, как показывает зарубежная практика, всё более широко используются во многих отраслях, включая, например, химпром, стройиндустрию, лесохимию.

Схожие возможности могут быть реализованы при переработке других видов сырья для легпрома, особенно для изготовления нетканых материалов, техтекстиля. Тем более, что производство и спрос по льняным, хлопчатобумажным, шерстяным тканям, в лучшем случае, не растет, а спрос на "нетканку" и техтекстиль увеличивается.

Как отметил А.Плеханов: "Операционный директор Фонда "Второе дыхание", рассказал мне о специализации Фонда на утилизации и переработке текстильной одежды". Их опыт, по словам эксперта, позволяет обосновать наиболее оптимальную технологию переработки такого сырья в волокно на основе 3-х главных параметров: требуемых, т.е. заданных длины волокна, его линейной плотности (толщины) и прочности. Представляется, по мнению А.Плеханова, что такая практика в отечественном легпроме должна активнее развиваться, поскольку такое направление работы - составное звено инновационного развития отрасли.

Участниками были обсуждены и ряд других вопросов стратегии развития текстильного комплекса.

ЗАПИСЬ ОНЛАЙН-ЭФИРА можно посмотреть [ЗДЕСЬ >>](#)

НОВОСТИ ОТРАСЛИ

www.souzlegprom.ru

УТВЕРЖДЕН ПЕРЕЧЕНЬ ПРЕЗИДЕНТА РФ ВЛАДИМИРА ПУТИНА ПО ИТОГАМ СОВЕЩАНИЯ О СИТУАЦИИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Президент утвердил перечень поручений по итогам совещания о ситуации в лёгкой промышленности, состоявшегося 3 июня 2020 года.

1. Правительству Российской Федерации:

а) обеспечить выделение бюджетных ассигнований из федерального бюджета на:

увеличение до 1 млрд. рублей ежегодно субсидирования предприятиям легкой промышленности части затрат на обслуживание кредитов, направленных на пополнение оборотных средств;

предоставление субсидий на возмещение потерь в доходах российских лизинговых организаций при предоставлении лизингополучателю единовременной скидки в размере 50% цены приобретения оборудования для предприятий легкой промышленности при уплате авансового платежа;

выполнение мероприятий «Комплексной программы поддержки производства изделий из льна на период до 2025 года» в размере не менее 242 млн. рублей ежегодно.

Срок – 15 августа 2020 г.;

б) утвердить комплекс мер по созданию благоприятных условий функционирования предприятий легкой промышленности по сокращению теневого сектора, предусмотрев в том числе мероприятия, направленные на: снижение доли незаконного ввоза, производства и оборота продукции легкой промышленности, в том числе контрафактной;

создание объектов инфраструктуры и промышленных площадок для производства продукции легкой промышленности;

настройку системы налогообложения отрасли;

развитие дистанционных способов продажи товаров.

Срок – 15 сентября 2020 г.;

в) представить предложения по изменению подходов к формированию и механизмов работы системы государственного материального резерва, в том числе обратив внимание на:

уточнение номенклатуры материальных ценностей государственного резерва и норм (объемов) их накопления исходя из оценки текущих вызовов и угроз, а также рационального использования данных материальных ценностей в повседневной жизни;

обеспечение необходимых объемов финансирования формирования, освежения и обслуживания материальных ценностей государственного материального резерва;

использование системы государственного материального резерва как регулирующего механизма на рынке, проработав вопрос о возможности предоставления производителем гарантии по обратному выкупу поставленных в государственный материальный резерв товаров через определенный период при условии сохранения запаса материальных ценностей;

проработку вопросов уточнения полномочий и ответственности федеральных органов исполнительной власти в данной сфере.

Срок – 31 июля 2020 г.;

г) обеспечить внесение в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации законопроекта «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обращения медицинских изделий», предусматривающего представление производителями и импортерами медицинских изделий в Росздравнадзор сведений о каждой серии (партии) указанной продукции, вводимой в обращение на территории Российской Федерации, и анализ данных сведений при осуществлении мониторинга безопасности медицинских изделий;

д) подготовить предложения по установлению приоритета отечественной продукции легкой промышленности при осуществлении закупок.

Срок – 15 июля 2020 г.;

е) рассмотреть вопрос целесообразности:

включения отдельных подотраслей легкой промышленности в перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) или распространения отдельных мер поддержки, действующих для данных отраслей, на предприятия указанных подотраслей легкой промышленности.

Доклад – до 1 июля 2020 г.;

перехода на контракты жизненного цикла по поставкам текстильных изделий, одежды, средств индивидуальной защиты многоразового использования отечественного производства для федеральных и региональных медицинских организаций, государственных корпораций, государственных компаний и хозяйственных обществ, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации в совокупности превышает 50 процентов, а также их аффилированных юридических лиц;

Доклад – до 31 июля 2020 г.;

ж) включить в общенациональный план действий, обеспечивающих восстановление занятости и доходов населения, рост экономики и долгосрочные структурные изменения, меры по развитию легкой промышленности в целях повышения ее конкурентоспособности.

Срок – 30 июня 2020 г.;

з) при участии высших исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации обеспечить увеличение доли отечественной спортивной продукции, используемой субъектами физической культуры и спорта в Российской Федерации.

Срок – 31 июля 2020 г.

Ответственный: Мишустин М.В.;

и) совместно с Правительством Ивановской области представить предложения по вопросу государственной поддержки пилотного проекта создания технопарка на территории Ивановской области, направленного на привлечение и развитие предприятий легкой промышленности, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, при участии ведущих организаций, осуществляющих торговую деятельность посредством продажи товаров дистанционным способом, и возможного тиражирования данного проекта на территории Российской Федерации.

Доклад – до 31 июля 2020 г.

Ответственные: Мишустин М.В., Воскресенский С.С.

2. Минпромторгу России совместно с Минфином России с учетом складывающейся ситуации обеспечить актуализацию показателей эффективности предоставления субсидий из федерального бюджета предприятиям легкой промышленности на возмещение части затрат на обслуживание кредитов, направленных на пополнение оборотных средств.

Срок – 1 октября 2020 г.

Ответственные: Мантуров Д.В., Силуанов А.Г.

3. Высшим исполнительным органам государственной власти субъектов Российской Федерации рекомендовать рассмотреть вопрос и принять при необходимости решения о предоставлении субсидий предприятиям легкой промышленности на возмещение части затрат на продвижение отечественной продукции легкой промышленности на электронных торговых площадках и (или) на оплату услуг по созданию собственного интернет-магазина.

Срок – 1 сентября 2020 г.

Ответственные: высшие исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации.

WWW.SOUZLEGPROM.RU

ДО 1 ИЮЛЯ ПРАВИТЕЛЬСТВО РАССМОТРИТ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ВКЛЮЧЕНИЯ РЯДА ПОДОТРАСЛЕЙ ЛЕГПРОМА В ПЕРЕЧЕНЬ ПОСТРАДАВШИХ ОТ КОРОНАВИРУСА ОТРАСЛЕЙ

Президент РФ Владимир Путин поручил правительству до 1 июля 2020 года рассмотреть вопрос целесообразности включения подотраслей легкой промышленности в перечень наиболее пострадавших от коронавируса. Такое решение содержится в **перечне поручений** по итогам совещания о ситуации в легкой промышленности.

"Рассмотреть вопрос целесообразности включения отдельных подотраслей легкой промышленности в перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) или распространения отдельных мер поддержки, действующих для данных отраслей, на предприятия указанных подотраслей легкой промышленности. Доклад - до 1 июля 2020 года", - отмечается в документе.

Сейчас в список наиболее пострадавших из-за ситуации с коронавирусом включено 12 отраслей, в том числе авиаперевозки, аэропортовая деятельность, автоперевозки; пассажирские перевозки на ж/д и водном транспорте; культура, организация досуга и развлечений; физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт; деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма; гостиничный бизнес; общественное питание; деятельность организаций дополнительного образования, негосударственных образовательных учреждений; деятельность по организации конференций и выставок; деятельность по предоставлению бытовых услуг населению; деятельность в области здравоохранения, стоматологическая практика; розничная торговля непродовольственными товарами.

Владимир Путин дал поручение правительству РФ обеспечить увеличение субсидий на обслуживание кредитов предприятиям легкой промышленности до 1 миллиарда рублей в год.

"Правительству РФ: обеспечить выделение бюджетных ассигнований из федерального бюджета на: увеличение до 1 млрд рублей ежегодно субсидирования предприятиям легкой промышленности части затрат на обслуживание кредитов, направленных на пополнение оборотных средств; предоставление субсидий на возмещение потерь в доходах российских

лизинговых организаций при предоставлении лизингополучателю единовременной скидки в размере 50% цены приобретения оборудования для предприятий легкой промышленности при уплате авансового платежа; выполнение мероприятий "Комплексной программы поддержки производства изделий из льна на период до 2025 года" в размере не менее 242 млн рублей ежегодно. Срок - 15 августа 2020 г.", - говорится в документе.

С перечнем поручений Президента РФ В.Путина по итогам совещания по ситуации в легпроме можно ознакомиться [ЗДЕСЬ >>](#)

WWW.SOUZLEGPROM.RU

УЧАСТНИКИ ИНТЕРНЕТ-ФОРУМА ОБСУДИЛИ СТРАТЕГИЮ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ИНДУСТРИИ МОДЫ

18 июня в рамках РИФ - ОНЛАЙН (Российский Интернет Форум) состоялся круглый стол посвященный стратегии цифровой трансформации для лёгкой промышленности и индустрии моды: "Как изменился модный бизнес после COVID: Новая цифровая стратегия FashionTech для России".

Организатором круглого стола стал бизнес-кластер РАЭК / FASHION TECH, модератором выступил Антон Алфер, председатель кластера РАЭК / FASHION TECH и комитета по цифровым технологиям СОЮЗЛЕГПРОМА.

Пандемия изменила ландшафт всей fashion индустрии, разрушила устоявшиеся цепочки поставок, изменила поведение потребителя и поставила под сомнение тенденцию глобализации, распределенного и удаленного производства. В свою очередь это повлекло за собой стремление к консолидации игроков рынков, чтобы обеспечить бесперебойность бизнес - связей. И, конечно, переход модного бизнеса "в цифровое измерение" - от B2C до B2B, от дизайнеров до производителей, - наконец-то все в одночасье поняли, что жить как прежде дальше не получится.

Мировые бренды вынуждены оптимизировать бизнес, отказываться от большого количества магазинов, ускорять циклы производства, чтобы улучшить оборачиваемость средств и тем самым снизить риски. Отсутствие горизонтальных связей и информационной среды одна из ключевых проблем индустрии моды в России.

"Очевидно, что пандемия подтолкнула переход многих процессов в онлайн и цифру, но многие компании оказались не готовы к резкой и глубокой трансформации бизнеса. Чтобы подхватить тенденции перехода Российского Легпрома в цифровое измерение, как это уже происходит во всем мире, в первую очередь в США, Азиатском регионе и большинстве Европейских стран, необходимо действовать на опережение, а не ждать следующего кризиса, который может оказаться еще сильнее, необходимо спланировать и как можно скорее начать реализовывать (а не только обсуждать!) комплексную, рыночную, но хорошо скоординированную интеграционную программу действий, - прокомментировал Антон Алфер, председатель кластера РАЭК / FASHION TECH и Комитета по цифровым технологиям СОЮЗЛЕГПРОМА.

В рамках деятельности рабочей группы (РАЭК и СОЮЗЛЕГПРОМ), мы проработали идеи реализации такой программы, и видим возможности и острую необходимость оперативного запуска процессов построения

вертикальных платформ и их тестирование на реальных пилотных проектах, которые позволят используя уже существующий опыт и технологии, интегрироваться с локальными структурами поддержки бизнеса и ведущими участниками индустрии.

Сейчас как никогда важны платформенные решения, которые смогут помочь компаниям переходить в цифру, упрощать, ускорять и улучшать процессы взаимодействия не только в каждом офисе, фабрике отдельно, но и внутри локально - глобальных цепочек поставок.

В особенности это необходимо малому и среднему бизнесу, у которого меньший запас прочности и более слабая устойчивость к потрясениям. Нужны цифровые сервисы для взаимодействия компаний и специалистов, от создания продукта до закупок, продаж и до утилизации продукции. Нужно дать компаниям возможность интеллектуального поиска контрагентов и выявление компаний на совместимость по определённым параметрам.

У многих участников рынка России, есть инструменты и понимание как это реализовать на российском рынке уже в ближайшее время, возможно и даже необходимо, привлекая, где нужно опыт успешных иностранных партнеров, но не забывая о необходимости локализации know-how, создание собственных инструментов для цифровизации бизнеса, и что тоже критично важно, сохранение и обработка данных, в наших локальных системах, платформах, инструментах. Конечно такие инициативы будут эффективными только при активном участии отраслевых ассоциаций, таких как СОЮЗЛЕГПРОМ и при должной поддержке государства.”

Запись эфира можно посмотреть [ЗДЕСЬ >>](#)

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

www.souzlegprom.ru

ТКАНИ "ЧАЙКОВСКОГО ТЕКСТИЛЯ" ПРИМУТ УЧАСТИЕ В ПАРАДЕ ПОБЕДЫ НА КРАСНОЙ ПЛОЩАДИ

24 июня тканям «Чайковский текстиль» предстоит выполнить еще одну важную и ответственную миссию - прошеествовать торжественным праздничным Парадом по Красной площади в Москве в честь 75-летия Победы нашей страны в Великой Отечественной войне.

В униформу из тканей компании будут одеты военнослужащие сухопутных войск и морской пехоты ВМФ, воздушно-космических сил (ВКС) и воздушно-десантных войск (ВДВ) Вооруженных Сил России, военнослужащие Росгвардии и МЧС. Также ткань «Панацея 160» в камуфлированном рисунке использована для пошива маскировочных костюмов времен Великой Отечественной войны в исторической части Парада.

Ткань Компания «Чайковский текстиль» является основным поставщиком тканей для силовых структур России. Для министерств и ведомств страны компания производит ассортимент для повседневной и полевой формы одежды, для сорочек и для специального обмундирования.

Защита страны, обеспечение правопорядка и ликвидация чрезвычайных ситуаций – униформа из тканей «Чайковский текстиль» защищает военнослужащих при выполнении этих ответственных и сопряженных с риском заданий.

Группа компаний «Чайковский текстиль» (осн. в 1962 г.) – ведущий российский производитель тканей для спецодежды, униформы военнослужащих и школьной формы. Благодаря проведенной в 2012-2019 гг. масштабной модернизации на базе существующей инфраструктуры компании создан уникальный для России производственный комплекс полного цикла по выпуску современных тканей любых смесовых составов для спецодежды и униформы. Компания на постоянной основе ведет НИОКРы по созданию инновационных тканей, получены патенты на изобретения. Вся продукция является полностью российской, что подтверждено заключением Министерства промышленности и торговли РФ. Предприятие входит в число системообразующих предприятий страны.

Компания является членом СОЮЗЛЕГПРОМа.

«Блокнот»

ГОРДОСТЬ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ РАСПРОДАЕТ ШВЕЙНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

В Волгоградской области продолжается банкротство бывшего флагмана регионального легпрома - ООО "Урюпинский трикотаж". Предприятие, которое в одно время путало регион сетью собственных магазинов, выставляет на продажу швейное оборудование.

Оборудование и материалы распродают в составе девяти лотов, в котором самая низкая начальная цена выставлена за швейную машинку оверлок JukiMO6704S - 8 тысяч рублей. Самый дорогой из представленных лотов включает профессиональный комплект швейного оборудования, куда входят более 20 швейных машин. Наконец, за 15 тысяч рублей можно приобрести материалы для швейного оборудования, в число которых вошли сотни килограмм весового лоскута, тысячи этикеток, в том числе и "100 лучших товаров", молнии, тесьма, стразы, люверсы, кружева и пуговицы в промышленных масштабах. По инвентаризационной описи 115 наименований товарно-материальных ценностей были оценены в 214 тысяч рублей.

Арбитражный суд Волгоградской области признал ООО «Урюпинский трикотаж» банкротом в сентябре прошлого года и открыл в отношении его конкурсное производство. Ранее на торгах уже удалось продать партию нереализованной продукции на 363 тысячи рублей. Целая гора халатов, трусов и трикотажных маек досталась победителю торгов по символической цене в 20 рублей за штуку. Заодно предприниматель выкупил и товарный знак ООО «Урюпинский трикотаж» за 50 тысяч рублей.

ООО "Урюпинский трикотаж" было создано в 2015 году. Учредителем с уставным капиталом 2370285,72 рубля стала администрация Урюпинска. Долгое время предприятие было неизменным участником тематических выставок легпрома. Однако конкуренцию с дешевым китайским товаром не выдержало. На сегодняшний день больше половины предприятий из списка

поставщиков "Урюпинского трикотажа" ликвидированы или находятся в процессе ликвидации.

МАРКИРОВКА

www.retail.ru

МИНПРОМТОРГ И ОПЕРАТОР МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ ПОСЧИТАЛИ ЗАТРАТЫ НА МАРКИРОВКУ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Затраты малых предприятий на работу с маркированным товаром не должны исчисляться несколькими десятками тысяч рублей. Об этом в ходе Прямой линии по маркировке сообщили представители Минпромторга и Оператора системы – Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ).

Фото: [ictnews](#)

В качестве примера они привели производителей и продавцов обуви, так как в этом сегменте необходимо маркировать остатки. Затраты торговых точек, продающих табак, будут ниже, так как товар к ним поступает маркированным.

«Для малого обувного производства оснащение стоит около 22 тыс. рублей: принтер для печати этикеток, который стоит в районе 10–11 тыс. рублей, сканер – 2–4 тыс. рублей, аппликатор – 5–6 тыс. рублей, электронная цифровая подпись – 2–4 тыс. рублей. Все это 22–25 тысяч рублей, а у некоторых бывает и поменьше. Маркировка, и мы говорили об этом с бизнесом, снижает определенные издержки – это факт. Поэтому, с одной стороны, есть базовая инвестиция: для больших производств дороже, для маленьких – небольшие деньги, но, с другой стороны, открываются другие преимущества, которые позволяют снижать свои издержки уже в процессе производственной деятельности и в процессе идентификации продукции», – сказал замглавы Минпромторга Виктор Евтухов.

Уже работающие производства должны быть оборудованы принтерами. Техрегламент Таможенного союза требует наносить этикетку на товар, соответственно, компьютер и принтер у производителя должен быть. Поэтому нужно провести донастройку в программе принтера, чтобы на нее выводился в том числе и код.

Председатель совета директоров ЦРПТ Михаил Дубин привел пример затрат на маркировку 1 тыс. пар остатков обуви небольшим магазином.

«От 3 до 8 с небольшим тыс. рублей – такой разбег по расходам на маркировку в зависимости от набора услуг. Есть два варианта: либо идти и делать все самому, прикладывать большие усилия для того, чтобы это было возможно, тогда стоимость будет ниже. Для тех, кто по ряду причин не готов и нет желания делать самому, можно привлекать компании-партнеры, которые будут помогать внедрять. Но на что хотелось бы обратить внимание: услуги компаний-партнеров не могут, не должны исчисляться в каких-то десятках тысяч рублей. Если вы видите такие – услуга столько не стоит. Во-вторых, сообщайте нам об этом, потому что мы стараемся мониторить эти услуги, они стоят в том диапазоне, который я назвал, включая и печать кодов», – сказал Дубин.

Он напомнил, что согласно 54-ФЗ, у предприятий уже должна быть онлайн-касса. Кроме того, малому и среднему бизнесу доступен бесплатный сервис электронного документооборота. Для медицинских организаций разработан сервис «Фарма.Просто» и приложение «Фарма.Сканер».

«Такое приложение есть для «Фармы», оно в очень скором будущем появится для других товарных групп», – отметил Дубин.

При работе с маркированным товаром рознице может понадобиться обновление программного обеспечения. Стоимость такого обновления зависит от поставщика ПО. Напоминаем, что обновления типовых решений одной из самых распространенных систем «1С:Предприятие 8» пользователи могут получить в сервисе «1С:Обновление программ». Для получения доступа к обновлениям программа должна находиться на официальной поддержке <https://portal.1c.ru/support>.

www.74.ru

МАРКИРОВКА ОБУВИ: МНЕНИЯ, ДОВОДЫ, ФАКТЫ

Ударили по контрафакту или по ценам?

Экспериментальное и добровольное кодирование различных товаров в России началось ещё несколько лет назад. Власти заявляли, что главная цель — убрать поддельную продукцию с прилавков, защитить потребителя и обеспечить прозрачность движения товаров, а значит, и контроль за уплатой сборов и налогов.

Представители оператора национальной системы маркировки — Центра развития перспективных технологий — объяснили, как происходит маркировка продукции:

— Каждому товару присваивают индивидуальный код, своеобразный цифровой паспорт. Он наносится на упаковку ещё на заводе и позволяет проследить весь путь товара: от производства до прилавка магазина или аптеки.

Любой покупатель сможет отсканировать код с помощью бесплатного мобильного приложения «Честный знак» и получить всю информацию о товаре:

- страну-производителя;
- срок годности;
- состав;
- и даже данные о его возврате предыдущим покупателем, если такое имело место.

Обмануть или перебить новый код не получится, он защищён специальной криптографической меткой. Если лекарство уже числится за больницей, перепродать его из-под полы втридорога не смогут. Контрафакт просто не пройдёт.

Производители говорят о сбоях новой системы и не верят в её пользу

Челябинские обувщики раньше надеялись, что специальные коды — мера правильная и может помочь в борьбе с контрафактом при должном контроле. Но сейчас генеральный директор обувной фабрики «Юничел» Владимир Денисенко заявил, что маркировка не решит никаких проблем.

— Это не закон, а безобразие. Просто издевательство над рынком, над производителями, над всем честным народом. Новая система не даст ничего, кроме мороки и дополнительных затрат. Уже сейчас идут массовые сбои, стоит крик и стон по всей цепочке — в оптовом звене, в рознице. Столько проблем вылезает. Можно только представить, что будет, например, при возврате обуви. А оператор национальной системы никакой ответственности не несёт, — прокомментировал Владимир Денисенко. — Всё сделано для того, чтобы всю страну поставить на уши, а кто-то заработал на этом 50 копеек. Наши затраты на каждую марку уже 10 рублей. Мы же оборудование купили, обучение провели, «системщики» постоянно над этим работают. При этом проблема контрафакта никак не решится, рынок это не поможет обелить. В России уже продано два миллиарда кодов на обувь при годовой потребности 500 миллионов штук. Набрали на четыре года вперёд — купили коды под остатки на складе.

Промышленники говорят, что маркировка неизбежно скажется на росте цен на обувь — и зарубежных, и отечественных производителей

— На дорогих сапогах и ботинках это будет не сильно заметно, один-два процента. А вот летняя дешёвая обувь может подорожать до 10%. Причём не в нашей торговле, мы не будем поднимать цены. Это больше коснётся мелких предпринимателей, неорганизованной розницы. Они покупают марки на стороне, и у них большие проблемы с внедрением, — добавил Владимир Денисенко.

В самой тяжёлой ситуации — розничная торговля обувью, отметили эксперты. Из-за пандемии коронавируса многие обувные магазины не работали, а те, что находятся в ТРК, закрыты до сих пор. Ритейлеры даже доступа к закупленной продукции не имеют, но обязаны сделать маркировку. Иначе им грозят солидные штрафы.

Понятно, что маркировки не избежать, она узаконена и рано или поздно скажется на ценах

— Но у разных производителей маркировка по-разному сказывается на себестоимости. Крупная компания достаточно легко переживёт введение кодов. Для маленьких производств удар будет тяжёлым, потому что у них нет высокотехнологичного оборудования и больших резервов. Тут многое зависит не от того, какую продукцию выпускают, а кто производит, от величины предприятия, — отметил аналитик группы компаний «Финам» Алексей Корнев. — В очередной раз малый бизнес оказался в числе мальчиков для битья. Хотя именно таких предпринимателей везде в мире поддерживают. По словам экспертов, многие компании были бы рады заложить расходы на маркировку в очередное повышение цен. Но конкуренция не позволит — она сгладит колебания, поэтому рост цен будет постепенным, без резких скачков. Несмотря на все сомнения промышленников и ритейлеров, официальные лица настаивают на явной пользе от цифровой маркировки:

- Например, в ходе эксперимента по маркировке лекарств выявили нарушений на 500 миллионов рублей;
- По данным Центра развития перспективных технологий, вскрылись вторичные продажи дорогих лекарств для лечения тяжёлых заболеваний, которые государство закупило для больниц. В итоге в

прошлом году оборот недоброкачественных лекарств, по данным Росздравнадзора, снизился в два с половиной раза;

- После введения маркировки табачной продукции на производстве удалось выявить несколько масштабных партий контрафактных сигарет, которые продавались в крупных сетевых магазинах по всей стране.

Обувной рынок за счёт введения маркировки ещё на пилотном этапе удалось обелить примерно в пять-шесть раз. Ожидается, что цифры в итоге будут еще больше,

— добавили в пресс-службе оператора национальной системы маркировки.

Если пандемия не изменит планы правительства, то в этом году начнётся маркировка и других товаров: с 1 октября — духи, фотоаппараты, с 15 декабря — шины, с 1 января 2021 года — часть изделий лёгкой промышленности.

К 2024 году систему маркировки планируют распространить на большинство товаров.

В РЕГИОНАХ

ТАСС

ПУТИН ПОРУЧИЛ ПОДДЕРЖАТЬ ПРОЕКТ ТЕХНОПАРКА ЛЕГПРОМА В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Президент РФ Владимир Путин поручил кабмину совместно с правительством Ивановской области представить предложения по господдержке пилотного проекта создания на территории области технопарка, направленного на привлечение и развитие малых и средних предприятий легкой промышленности.

Перечень поручений по итогам совещания о ситуации в легкой промышленности опубликован на сайте Кремля.

"Правительству Российской Федерации <...> совместно с правительством Ивановской области представить предложения по вопросу государственной поддержки пилотного проекта создания технопарка на территории Ивановской области, направленного на привлечение и развитие предприятий легкой промышленности, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, при участии ведущих организаций, осуществляющих торговую деятельность посредством продажи товаров дистанционным способом, и возможного тиражирования данного проекта на территории Российской Федерации", - говорится в перечне поручений.

Ответственные за выполнение поручений - глава правительства РФ Михаил Мишустин и губернатор Ивановской области Stanislaw Воскресенский. Доклад по поручению - до 31 июля 2020 года.

«Российская газета»

СУБСИДИИ ДЛЯ ЛЕГПРОМА

Государство поможет текстильным предприятиям пополнить оборотные средства и снизит тарифы страховых взносов

В ходе видеосовещания, посвященного первоочередным мерам помощи текстильной отрасли, которое провел президент России в начале июня, было отмечено: с началом эпидемии COVID-19 промышленники смогли в короткие сроки в десятки раз нарастить производство масок, перчаток, защитных костюмов для снабжения врачей, среднего и младшего медперсонала больниц, служб скорой помощи. Но сейчас представителям легпрома самим потребовался "спасательный круг". Из-за введения вынужденных ограничений, закрытия магазинов и падения доходов жителей спрос на продукцию легкой промышленности резко упал. Предприятия, на которых трудятся порядка 300 тысяч человек, оказались в сложном финансовом положении. Как исправить ситуацию?

Между отсрочкой и предоплатой

Показательным в этих условиях оказался опыт Ивановской области, где выпускается около 90 процентов хлопчатобумажных тканей страны, свыше 90 процентов марли и треть отечественной спецодежды. Как рассказал ивановский губернатор Станислав Воскресенский, с первых дней пандемии текстильщики включились в производство средств индивидуальной защиты. На сегодняшний день предприятия региона, на которых трудятся около 25 тысяч человек, произвели почти 18 миллионов масок всех видов и почти полмиллиона защитных костюмов.

По мнению главы Ивановской области, для поддержки текстильной отрасли, где работают около 40 процентов от общего числа занятых в промышленности региона, нужны не только антикризисные, но и системные меры. Первая - это субсидирование процентной ставки на пополнение оборотных средств предприятий в размере ключевой ставки Банка России.

- Поставки текстильной и швейной продукции осуществляются в основном с отсрочкой платежа от 90 до 120 дней, а закупки сырья, наоборот, по предоплате. В результате на предприятиях складывается такая ситуация, когда 60, а то и 70 процентов средств являются заемными, поэтому себестоимость продукции очень чувствительна к процентной ставке, - пояснил Станислав Воскресенский.

Он напомнил, что механизм субсидирования действовал до 2020 года, и попросил его вернуть. В качестве второй антикризисной меры глава региона назвал снижение страховых взносов для отрасли, где в себестоимости продукции фонд оплаты труда составляет от 25 до 50 процентов. Чтобы отечественные предприятия могли конкурировать с производителями из Турции или Узбекистана, необходим пониженный тариф страховых взносов для отрасли сроком на пять лет со ставкой в 7,6 процента, как это в свое время было сделано для территорий опережающего развития.

- Это решение позволит повысить конкурентоспособность отрасли и, откровенно говоря, отрасль "обелить". Это проблема старая. Но, действительно, часть зарплат, к сожалению, по-прежнему выплачивается "всерую", как говорят, из-за высокой налоговой нагрузки на фонд оплаты труда, - заявил Станислав Воскресенский.

Чтобы отечественные предприятия могли конкурировать с производителями из Турции или Узбекистана, необходим пониженный тариф страховых взносов

Он предположил, что частично выпадающие доходы бюджета могут быть покрыты за счет легализации отрасли, как это в свое время произошло в

сфере информационных технологий, когда было принято решение об установлении там пониженных взносов страховых платежей.

Ставка на лен

По мнению экспертов, для выхода на внешние рынки отечественным производителям необходимо решить как минимум две проблемы: сохранить рабочие места и не допустить снижения темпов инвестирования в отрасль. Генеральный директор предприятия "Шуйские ситцы" Анна Богаделина предложила выделить средства федерального бюджета на финансирование комплексной программы поддержки производства изделий из льна до 2025 года - по 242 миллиона рублей в год. По ее мнению, внедрение программы позволит частично заменить импортный хлопок на отечественный лен.

- Лен - традиционно русское сырье, - отметила Анна Богаделина. - И сейчас, когда цепи поставок разрушаются, нам тем более необходимо воспользоваться имеющимися возможностями и возродить льноводство как отрасль до глубокой переработки и получения готовой продукции. А учитывая то, что лен обладает высокими потребительскими и бактерицидными свойствами, что сейчас актуально, можно смело говорить о том, что продукция из него востребована на мировом рынке и обладает высоким экспортным потенциалом.

Она также предложила увеличить текстильщикам сумму компенсации из федерального бюджета с 30 до 50 процентов при покупке оборудования в лизинг, что ускорит модернизацию производств.

- Мы приобрели ткацкое оборудование, отделочное оборудование, освоили новые технологии и в период пандемии смогли обеспечить защитными средствами и граждан, и медицинских работников, которые трудятся в "красных зонах". Все это стало возможным только благодаря проведенной модернизации, - рассказала Анна Богаделина.

Няня для швеи

В ближайшее время в Ивановской области может появиться пилотный промышленно-логистический парк. Открыть его планируют совместно с логистической компанией "Вайлдберриз". По словам представителя компании Татьяны Бакальчук, парки стоимостью от 2,5 до 7,5 миллиарда рублей создадут в каждом регионе от двух до шести тысяч рабочих мест и обеспечат поступление в бюджет от 0,5 до 1,5 миллиарда рублей в год. В новых центрах предприниматели смогут найти цеха, склады, офисы, всю необходимую инфраструктуру и даже детские комнаты, чтобы мамы могли спокойно работать, пока их дети играют рядом.

- Мы считаем, что это в первую очередь увеличит количество рабочих мест в регионах, повысит занятость и даст возможность молодежи, в первую очередь девушкам, без всякого риска и страха для себя попробовать себя в качестве предпринимателя. Это также поможет поднять уровень зарплаты в регионах и вывести бизнес из тени, - убеждена Татьяна Бакальчук.

По данным правительства Ивановской области, те решения, которые были приняты на совещании по легкой промышленности у президента России, уже начали приносить позитивные плоды. Например, выделение финансирования на комплексную программу по льноводству помогло разрешить непростую ситуацию, сложившуюся на "Яковлевской текстильной мануфактуре" из города Приволжска. Как отметил финансовый директор компании Александр Андронов, в год 150-летнего юбилея предприятия принято решение о продолжении работы и сохранении трудового коллектива. "Колобовский текстиль" также сохранил производство в период пандемии, получив льготный кредит под 8,5 процента на оборотные средства и кредит на заработную плату под два процента годовых.

Как отметил Станислав Воскресенский, меры господдержки будут касаться в первую очередь тех предприятий, которые сохраняют трудовые коллективы и расширяют производство.

- Не стесняйтесь инвестировать в людей, в обучение. Чтобы мы уверенно смотрели в будущее, самое главное - беречь людей, - обратился к представителям отрасли глава региона.

Компетентно

Виктор Афанасин, хранитель музея "Новой костромской льняной мануфактуры":

- России без своей ткани жить нельзя, и лен в этом вопросе - стратегическое сырье. Сегодня, как никогда, очевидно, что программой "Лен" надо заниматься, причем не от совещания к совещанию, а всерьез и по-настоящему. Мероприятия нужно утверждать в августе - на следующий год. Для этого требуются кадры, техника. В Москве специалистов готовит академия. Но беда в том, что из столицы в регионы никто не поедет ни сеять, ни убирать, ни перерабатывать лен. Нужны решения на местах. У нас в этом году посеяли 300 гектаров льна, но только на семя. Из него ни одной ниточки нельзя получить: льнозаводов нет. По стране сеют меньше 50 тысяч гектаров. А когда-то сеяли больше миллиона! Нашу мануфактуру создали братья Третьяковы. Можно сказать, что Третьяковскую галерею спряли и соткали в Костроме. На своей странице в "Фейсбуке" я провожу мысль, что в нашей стране должен быть создан "Ленпром". Общими усилиями мы должны возродить славу костромского льна. Со своей стороны я стараюсь делать, что могу. К 75-летию Победы мы смонтировали выставку "С плащ-палаткой до Берлина", она будет действовать до августа. Как только снимут связанные с коронавирусом ограничения, сможем возобновить проведение экскурсий. Мы выиграли президентский грант. В рамках этого проекта я сейчас делаю ремонт в нашем музее, уже заменил всю выставочную мебель, создал фотозону. Через две недели мы планируем ремонт закончить. До конца года у нас будут выставки, к ноябрю готовим научно-практическую конференцию. В этом году при помощи помощников я посеял лен в трех местах, в том числе у себя в саду и на территории нашего предприятия - своеобразный опытный участок. Сделал это, чтобы люди не забывали, как, собственно, выглядит легендарный костромской лен. Он быстро взошел, растет хорошо. После сбора урожая мы сделаем снопы для выставочных мероприятий. Верю, что лен вернется на поля России, и вернется в большом количестве.

"Рабочий путь" (г. Смоленск),

В СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РАССКАЗАЛИ О ХОДЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ЛЬНОЗАВОДА

Губернатор Алексей Островский провел рабочую встречу с руководителями компании «Товарищество Льняная Мануфактура» («ТЛМ») Александром Кондраковым и Геннадием Ковалевым, в ходе которой обсуждались вопросы реализации на территории Смоленской области инвестиционного проекта, направленного на создание предприятия по возделыванию и первичной переработке льна. Мероприятие состоялось в формате видеоконференцсвязи. Стоит отметить, что «ТЛМ», используя передовой опыт, специализируется на выращивании льна и первичной переработке льнотресты с последующей

углубленной переработкой короткого льноволокна. В 2019 году компания приступила к осуществлению в Рославльском районе инвестпроекта, предполагающего создание льнозавода. Ожидается, что запуск первой линии производства состоится уже в нынешнем году. Поставка продукции (короткого, длинного, короткого очищенного льноволокна, а также льноватина) будет осуществляться в основном на экспорт – в страны Европейского Союза, ЕАЭС, Китайскую Народную Республику. Суммарный объем инвестиций в проект составит 60 млн рублей. Социальный эффект выразится в создании 25 новых рабочих мест.

- Коллеги, в очередной раз подчеркну, что привлечение инвестиций всегда было и остается одним из ключевых направлений деятельности Администрации области. От этой работы, в том числе, зависит выполнение всех социальных обязательств, взятых властями перед населением, а также реализация поручений Президента страны Владимира Владимировича Путина. Каждый инвестиционный проект – это новые рабочие места для смолян, увеличение налогооблагаемой базы, успешное, поступательное развитие всего нашего региона в целом. Александр Михайлович, Геннадий Борисович, расскажите, пожалуйста, о ходе реализации проекта, - обратился губернатор Алексей Островский к своим собеседникам.

Генеральный директор и учредитель «Товарищества Льняная Мануфактура» Александр Кондраков отметил, что их компания «пришла» в регион в 2019 году: «На сегодняшний день нами приобретен имущественный комплекс в Рославльском районе, где уже произведен ремонт помещений, а также осуществлена закупка техники, необходимой для первичной переработки льна и получения длинного и короткого льноволокна. В настоящее время мы готовимся приступить к монтажу оборудования, который планируем завершить в июле-августе нынешнего года. Ориентировочно в октябре-ноябре намерены запустить первую производственную линию. Также в наших планах - осуществить подготовку земель для возделывания льна и в следующем году приступить к посевам. Участок уже определен – порядка тысячи гектаров в Шумячском районе».

- Благодарю Вас, Александр Михайлович, за то, что приняли решение локализовать свое производство именно в нашем регионе, что готовы инвестировать в развитие льняного сектора агропромышленного комплекса Смоленской области. Льноводство является одним из безусловных приоритетов нашей аграрной политики, в рамках которой нам уже удалось добиться определенных успехов. Мы всесторонне поддерживаем инвесторов, специализирующихся на данном направлении, особенно тех, кто, как и Вы, нацелены на создание предприятий полного цикла – от обработки земель до производства тех или иных изделий, - подчеркнул глава региона.

Далее и.о. начальника департамента по сельскому хозяйству и продовольствию Александр Царев, а также и.о. начальника департамента промышленности и торговли Игорь Соколов проинформировали инвесторов о действующих в регионе мерах государственной поддержки, которые могут быть предоставлены компании. В частности, речь шла о выделении субсидий для приобретения специализированной льноуборочной или иной сельскохозяйственной техники, предоставлении льготного кредитования на проведение посевной и уборочной кампаний, возмещении части затрат на создание и модернизацию льноперерабатывающих предприятий и пр.

- По поручению главы региона мы оказываем поддержку льноводческим предприятиям на всех стадиях производства – от приобретения элитных семян льна-долгунца до его посевов и переработки. Например, мы готовы возмещать до 70% затрат на покупку льноуборочной техники – к слову, эта

цифра самая высокая по стране, ни в одном другом регионе нет таких показателей.

Кроме этого, благодаря существующим договоренностям между администрацией области и ПАО «Дорогобуж» льносеющим хозяйствам в приоритетном порядке оказывается спонсорская помощь в части получения минеральных удобрений. Также, учитывая, что у руководства компании есть планы по введению неиспользуемых земель в сельхозоборот и посеву на них льна, хочу обратить внимание на возможность возмещения до 60% затрат на проведение культуртехнических мероприятий, - сказал Александр Царев.

Г-н Соколов, о своей стороны, добавил, что «в рамках областной государственной программы «Развитие промышленности Смоленской области и повышение ее конкурентоспособности» предприятиям может быть предоставлена субсидия на возмещение части затрат, связанных с модернизацией и техническим перевооружением производственных мощностей, в размере до 30%».

Также он отметил, что в регионе действуют меры поддержки, направленные на технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства, уплату первого взноса (аванса) по договорам лизинга оборудования.

- Есть ли какие-нибудь вопросы касательно перспектив получения тех или иных мер господдержки? - поинтересовался Алексей Владимирович у представителей ТЛМ.

- Алексей Владимирович, мы благодарны за предоставление столь подробной информации. Очень рассчитываем на получение ряда мер поддержки. Вопросов нет. Если они возникнут – будем решать в рабочем порядке, - ответил гендиректор и учредитель компании Александр Кондраков.

- Отлично. Рассчитываю на успешное, плодотворное сотрудничество и реализацию всех имеющихся договоренностей. Желаю удачи в осуществлении ваших проектов, - подытожил губернатор.

В ТАМОЖЕННОМ СОЮЗЕ

"Евразия ФМ"

ЕАЭС: РАСТУЩАЯ ВОСТРЕБОВАННОСТЬ «ХЛОПКОВОЙ» ИНТЕГРАЦИИ

Россия, Белоруссия и Армения по-прежнему на 100% зависят от импорта хлопка-сырца и большинства продуктов его переработки, особенно первичной.

Причем импорт этой продукции осуществляется, более чем наполовину, из других стран СНГ и из дальнего зарубежья — то есть, за конвертируемую валюту. Да, во всех странах ЕАЭС, особенно в РФ, Белоруссии и Армении, реализуются программы по сокращению потребления сырца в легпроме, в т.ч. за счет использования других видов натурального и/или сырья химпрома.

Но эти проекты нередко более дорогостоящие или, по крайней мере, более длительные по реализации, в сравнении с традиционным использованием сырца и его производных. Впрочем, имеются реальные возможности интеграционного взаимодействия в хлопковом секторе ЕАЭС, но ЕЭК пока не

принимает стимулирующих решений для этого.

По оценкам СОЮЗЛЕГПРОМа, потребность российских предприятий в хлопковом волокне по импорту ныне составляет не меньше 70 тыс. тонн в год, а с его полуфабрикатами ежегодный объем импорта — до 230 тыс. тонн: в стоимостном измерении это примерно 470 млн. долл./год (в среднем за последние 6 лет). Причем Узбекистан — традиционно основной поставщик сырца и его полуфабрикатов в РФ (свыше 60% по объему) — сокращает с середины 2010-х экспорт хлопка в виде сырья, поскольку властями поставлена задача увеличить хлопкопереработку на местных фабриках и экспортировать готовую продукцию.

Частично эта ситуация восполняется в РФ за счет импорта из других стран ЕАЭС — Казахстана и Киргизии, а также из Азербайджана, Таджикистана, Туркменистана, КНР, Пакистана, Турции: в основном, это тот же инвалютный импорт.

В последние годы восстанавливается хлопководство на Нижнем Поволжье, Ставрополье, Дагестане (а также в Армении), директивно прерванное руководством СССР в конце 50-х — начале 60-х, но целевой государственной программы по хлопководству нет до сих пор. Да и, по наиболее оптимистичным экспертным прогнозам, максимально возможная доля южно-российского хлопководства в обеспечении спроса в РФ на сырец и его полуфабрикаты вряд ли превысит 15%.

Ситуацию вполне способен изменить интеграционный подход к этим вопросам в ЕАЭС, но к настоящему времени такой подход едва ли просматривается.

Относительно хлопкообеспечения в контексте упомянутых факторов, то, по оценке президента СОЮЗЛЕГПРОМа А. Разбродина, «с учетом массивной господдержки хлопкоперерабатывающей отрасли Узбекистана — основного поставщика сырца в РФ — российскому профильному бизнесу целесообразно поактивнее встраиваться в узбекистанскую хлопкопереработку, что, заметим, уже делает белорусский «Беллегпром». Параллельно развивая кооперацию с участвующими в ЕАЭС «хлопковыми» Казахстаном и Киргизией».

Если поподробнее, то, по информации ЕЭК (2018-2019 гг.), «Казахстаном экспортируется (включая взаимную торговлю в Союзе) свыше 75 % объема производимого хлопкового волокна, Кыргызской Республикой — около 90 %». В то же время, в этих странах «база селекции и семеноводства хлопчатника в значительной степени разрушена, сохранившиеся семеноводческие хозяйства в Казахстане и Кыргызстане не имеют необходимой научно-технической базы и ресурсного обеспечения. Отсутствие хороших семян снижает иммунитет растений, в результате чего распространяются различные болезни, и урожайность культуры падает зачастую на 30-40 %».

По тем же данным, «на внутренний рынок государств-членов Союза в 2012-2017 годах Казахстаном ежегодно поставлялось от 8,3 до 23,0 тыс. тонн хлопкового волокна (от 15 до 44 % от общего объема экспортных поставок сырья из республики). Из Кыргызстана ежегодные поставки хлопкового волокна партнерам по Союзу в 2012-2017 годах составляли от 5,3 до 22,4 тыс. тонн (от 35 до 68 % таких поставок из республики)».

При этом, предприятия текстильной промышленности Белоруссии «в 2012-2017 гг. ежегодно импортировали от 7,7 до 14,1 тыс. тонн хлопкового волокна. Потребность за счет внутрисоюзных поставок (ввоза) обеспечивалась на уровне от 12,3 до 41 % от общего объема его импорта в республику. Предприятия текстильной промышленности РФ за тот же период ежегодно импортировали от 25,6 до 76,9 тыс. тонн хлопкового волокна. Потребность за счет

внутрисоюзных поставок (ввоза) обеспечивалась на уровне от 42 до 57 % от общего объема его импорта в страну».

Но отмечается, что «...Потребности текстильных и швейных предприятий государств-членов Союза в значительной мере удовлетворяются за счет поставок из третьих стран пряжи и тканей хлопчатобумажных».

В то же время, «...По прогнозным оценкам, в Республике Казахстан к/в 2020 году планируется стабилизировать посевные площади хлопчатника на уровне 100 тыс. га при валовом 290-300 тыс. тонн хлопка-сырца (около 65 тыс.тонн хлопковолокна). В Кыргызской Республике возможно увеличение к/в 2020 году производства хлопка-сырца до 78 тыс.тонн (около 20 тыс.тонн хлопковолокна)».

Более того: «...Казахстан и Кыргызстан могут существенно нарастить производство хлопчатника и продукции его переработки, расширить объёмы экспортных поставок и взаимной торговли государств-членов ЕАЭС на этом рынке». Такой сценарий, разумеется, существенно сократит инвалютный — т.е. высокочрезвычайный импорт сырца и его полуфабрикатов. А реализация такого сценария возможна при налаживании именно интеграционного сотрудничества между странами ЕАЭС во всех сегментах хлопководства-хлопкопереработки. Тем более что во всех странах ЕАЭС имеется весомый потенциал, например, для профильных НИОКР, отладки/внедрения современных «хлопко-технологий», развития селекционного сотрудничества, апробации наиболее эффективных систем орошения, технологий комплексной переработки хлопкосырья.

Но вывод ЕЭК, мягко говоря, озадачивает: «...По итогам состоявшегося обсуждения вопроса на заседании экспертов государств-членов Союза, принято решение о нецелесообразности подготовки в настоящее время проекта рекомендации Коллегии Комиссии по развитию сотрудничества в хлопководстве»

Похоже, настало время пересмотреть эту рекомендацию?..

ПРЕМИЯ «ПРИОРИТЕТ»

WWW.SOUZLEGPROM.RU

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ «ПРИОРИТЕТ» ПРОДЛИЛА ПРИЕМ ЗАЯВОК В РАМКАХ II ОТБОРОЧНОГО ЭТАПА КОНКУРСА ДО 15 ИЮЛЯ

Оргкомитет Национальной премии в области эффективного использования передовых технологий «Приоритет-2020» продолжает прием заявок на участие от компаний, желающих побороться за звание самых технологичных и заявить о своих разработках и решениях как в промышленности, так и в IT.

Национальная премия «Приоритет» берет свое начало с 2015 года, когда с целью достижения экономического и технологического суверенитета страны была утверждена программа импортозамещения Правительства РФ на 2015-2020 годы. Тогда была поставлена задача создать постоянную площадку для выявления и поощрения лучших предприятий страны, достигших наибольших успехов в области импортозамещения, обеспечить им высокий медийный охват и общественный интерес.

Сегодня Национальная премия в области эффективного применения передовых технологий «Приоритет 2.0» - это новый этап развития целей и задач всероссийского конкурса. Теперь Премия вручается за достижения в области разработки, внедрения и продвижения передовых отечественных технологий во всех сферах промышленности и ИТ. По мнению Заместителя Председателя Правительства РФ Ю.И.Борисова, «Премия «Приоритет» является общественно-значимым событием, она стимулирует развитие производства отечественной высокотехнологичной продукции и способствует повышению конкурентоспособности нашей промышленности на внутреннем и внешнем рынках».

Для участия в конкурсе приглашаются российские предприятия, которые хотят заявить на рынке о своих достижениях, а также привлечь к себе внимание общественности и СМИ. Принимая участие в Премии, компания получит уникальные коммуникационные инструменты, ориентированные на продвижение продукции и решение текущих бизнес-задач, становится полноправным участником диалога между представителями власти, экспертным сообществом и предпринимателями, усиливает позиции на конкурентных рынках.

В этом году для участников открыты 30 отраслевых и межотраслевых номинаций, которые охватывают самые различные отрасли экономики России. Среди них: «Нефтегазовая промышленность», «Медицина и здравоохранение», «Электроника и робототехника», «Информационные технологии», «Легкая промышленность», «Промышленное оборудование и приборостроение», «Атомная энергетика», «Химия и биотехнологии», «Машиностроение» и др. Ознакомиться со всеми номинациями, а также с условиями участия можно на официальном сайте премии.

Номинанты премии 2020 года имеют расширенные возможности – медийная поддержка, продвижение в СМИ и интеграцию информационной кампании через личный кабинет номинанта, где участники могут вносить правки в данные своей заявки, самостоятельно управлять медиа-материалами, следить за текущим статусом участия. Впервые премия организует онлайн-мероприятия «Технологии здесь и сейчас» с участием топ-менеджмента ведущих предприятий страны, представителей органов власти и институтов развития, руководителей крупнейших отраслевых союзов и ассоциаций.

Итоговое голосование жюри и результаты конкурса запланированы на начало октября 2020 года. **ЗАЯВИТЕ О СВОЕЙ КОМПАНИИ УЖЕ СЕГОДНЯ!**

ТОРГОВЛЯ

«Известия»

ВЫБРАТЬСЯ ИЗ СЕТИ: БИЗНЕС ПРОСИТ ДОПУСТИТЬ К РАБОТЕ КРУПНЫЕ МАГАЗИНЫ

Во многих регионах торговые точки площадью более 400 кв. м закрыты до сих пор

Ритейл попросил правительство допустить к работе в регионах непродовольственные магазины, площадь которых составляет более 400 кв.

м. Об этом «Известиям» рассказали в Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ, объединяет крупнейшие непродовольственные сети). С аналогичной просьбой к президенту обратились и представители Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ). Более чем в 50 субъектах еще не сняты ограничения, поэтому торговые точки теряют выручку и покупателей. В Москве все магазины уже работают, хотя регион — в лидерах по заболеваемости. В АКОРТ опасаются, что общие потери сетей превысят 6,1 трлн рублей. В Минпромторге поддерживают стремление торговли вернуться к работе, но многое зависит от санитарно-эпидемиологической обстановки, говорят в ведомстве.

Запретная торговля

АКИТ обратилась в Минпромторг и Минэкономразвития с просьбой допустить к работе непродовольственные магазины площадью более 400 кв. м. Об этом рассказали «Известиям» в организации. Если торговые точки останутся закрытыми, то уже к концу года совокупные потери сетей составят 6,1 трлн рублей, оценили, в свою очередь, в Ассоциации компаний розничной торговли.

Как отметили в АКОРТ, около половины непродовольственных розничных точек по всей стране закрыты. Всего в России у компаний, входящих в ассоциацию, 3,9 тыс. магазинов, которые связаны с реализацией непродовольственных товаров, из них сейчас работает лишь 1,9 тыс. При этом среди магазинов, которые продают товары легкой промышленности (одежда, спортивная продукция), функционирует лишь 55%, а из тех, что специализируются на торговле бытовой техникой и электроникой, — уже 80%. Также действует почти 100% точек, реализующих стройматериалы.

— В каждом регионе есть своя политика по работе магазинов, губернаторы принимают решения о снятии ограничений самостоятельно, — подчеркнул пресс-секретарь АКОРТ Илья Власенко. — Поэтому ситуация в субъектах совершенно разная.

Больные точки: более половины ритейлеров будут закрывать магазины

О планируемом сокращении сетей говорят и рестораторы

На прошлой неделе во время отраслевых совещаний ассоциации обратились в Минэкономразвития и Минпромторг с просьбой ускорить процесс снятия ограничений в регионах, отметили в АКИТ. С таким же предложением АКОРТ выступила во время видеосовещания с президентом Владимиром Путиным в минувшую пятницу (19 июня), подчеркнул представитель организации.

Обязательные рекомендации

Президент АКИТ Артем Соколов сказал «Известиям», что, как правило, регионы ориентируются на рекомендации Роспотребнадзора. Они предусматривают, что ограничения нужно снимать постепенно, в три этапа, а каждое послабление должно быть увязано с улучшением эпидемической ситуации в субъекте. Документ носит рекомендательный характер, но, несмотря на это, есть территории, которые следуют ему достаточно строго. В итоге власти более чем 50 регионов страны не допускают к работе непродовольственные магазины, если их площадь превышает 400 кв. м. и у них нет отдельного входа, подчеркнул Артем Соколов.

— К примеру, в Москве все торговые объекты уже функционируют, хотя с начала распространения коронавируса город был лидером по заболеваемости в стране. Тем не менее торговые точки обеспечили необходимые условия

пребывания людей в залах в соответствии с рекомендациями Роспотребнадзора, — сказал он.

Артем Соколов также добавил, что представители ассоциации не заметили очередей в магазинах с большой площадью. Обычно продавцы мебели на 10 тыс. кв. м или спортивных товаров на 2 тыс. кв. м даже в самые пиковые нагрузки не наблюдают скопления людей. Такая площадь позволяет покупателям рассредоточиться и безопасно выбрать товары, отметил он.

Дошли до выручки: оборот малого и среднего бизнеса упал в мае на 41%
А средний чек покупок, наоборот, вырос

Сложные решения

В Минпромторге «Известиям» напомнили, что торговля непродовольственными товарами, предприятия общепита и ТЦ — наиболее пострадавшие секторы потребительского рынка. Многие из организаций до сих пор закрыты, подтвердили в ведомстве.

— Учитывая это, Минпромторг всесторонне поддерживает усилия бизнес-сообщества по скорейшему снятию действующих ограничений на работу объектов торговли в субъектах, — сказали в министерстве. — Однако многое зависит от санитарно-эпидемиологической обстановки в конкретном регионе. Если ситуация благоприятная, то региональные власти сами не заинтересованы в нагнетании и способствуют скорейшему открытию магазинов, добавили в ведомстве.

Последняя одежда: что будет с индустрией моды после пандемии

Показы и продажи уходят в интернет, богатые покупатели рвутся в бутики

В пресс-службе Роспотребнадзора «Известиям» подтвердили, что деятельность объектов возобновляется на основании решения глав регионов и предложений местных санитарных врачей. В Минэкономразвития на запрос «Известий» на момент публикации не ответили.

Директор Института стратегического анализа компании ФБК Игорь Николаев полагает, что при снятии ограничений стоит руководствоваться прежде всего эпидемиологической ситуацией. Эксперт подчеркнул, что в России высокие показатели заболеваемости COVID-19. Это следует учитывать при пересмотре запретительных мер, которые пока действуют в том числе для розницы. Даже уже принятые послабления могут негативно сказаться на здоровье горожан, но это можно будет оценить лишь со временем, говорит он. Главный инвестиционный стратег «БКС Брокер» Максим Шеин напомнил, что магазины непродуктового сектора были закрыты на протяжении трех месяцев, поэтому стремление сетей вернуться к работе вполне объяснимо. Речь идет о серьезных потерях выручки, притом что обязательства по выплате арендной платы (даже сокращенной по договоренности с арендодателем), зарплат, налогов и т.д. сохраняются, подчеркнул он.

ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ

www.retail.ru

ЧИСЛО ПАРТНЕРОВ LAMODA ВЫРОСЛО БОЛЕЕ ЧЕМ НА 30%

Lamoda с начала года увеличила количество партнеров маркетплейса – более 1,5 тысяч брендов.

В период самоизоляции ежемесячное количество заявок на подключение к маркетплейсу было в среднем на треть больше по сравнению с началом года. Наиболее активно к Lamoda подключались малые и средние компании. Так, доля малых предприятий на маркетплейсе сейчас составляет 39%, а средних – 37%. Также к маркетплейсу с начала года присоединился целый ряд крупных брендов – «Спортмастер», Sandro, Maje, Mothercare, «ВкусВилл» и другие.

Lamoda в период пандемии оптимизировала процесс подключения к маркетплейсу новых поставщиков. Среднее время ответа на заявки сократилось в 1,5 раза. 64% партнеров маркетплейса специализируются на одежде – мужской, женской и детской. На втором месте по популярности – аксессуары, их продают 16% поставщиков. Около 50% партнеров маркетплейса предлагают товары российского производства.

«В этом году многие бренды начали развивать или усиливать онлайн-каналы продаж, чтобы обеспечить стабильность бизнеса в период пандемии. Мы рады быть надежным e-commerce партнером как для всемирно известных брендов, так и для небольших продавцов, обеспечивая полный цикл продаж модных товаров, от создания изображений для каталога и до доставки заказов клиентам», – прокомментировала Александра Артюшкина, управляющий коммерческий директор Lamoda.

ТЕХНОЛОГИИ

gorodfinansov.ru

УЧЕНЫЕ РАЗРАБОТАЛИ НОВЫЙ ТИП «УМНОЙ» ТКАНИ С ФУНКЦИЕЙ ТЕРМОРЕГУЛЯЦИИ НА ОСНОВЕ ГРАФЕНА

Ученые Манчестерского университета разработали новый тип «умной» ткани, которую можно внедрить в адаптивную одежду – она сохраняет прохладу в теплую погоду и наоборот. Материал достигает этого благодаря использованию графена, который можно настроить на изменение теплового излучения ткани, сообщает *gorodfinansov.ru*.

Текстиль на основе графена охлаждается в жару и нагревается на холоде. Одежда может регулировать это самостоятельно или с помощью команд от пользователя.

Этот прорыв основан на предыдущих работах той же исследовательской группы, которая использовала способности графена для создания теплового камуфляжа, скрывающего тепло от инфракрасных камер. Этот материал пропускал небольшой электрический ток, который подавался на слои графена, встроенные в материал.

Это приводит к изменению количества инфракрасного излучения, испускаемого через поверхность материала, что в одной демонстрации позволило настроить его таким образом, чтобы замаскировать тепловой след руки человека от инфракрасной камеры. После этого команда стала уделять больше внимания настраиваемому текстилю.

Чем теплее человеческое тело, тем больше инфракрасного излучения оно испускает, поэтому некоторые модели одежды предназначены для того, чтобы это излучение свободно проходило через ткань, помогая поддерживать температуру тела на низком уровне. В то же время другая одежда сохраняет тепло. Теперь команда адаптировала свой умный текстиль, чтобы она могла выполнять обе роли с помощью специальной настройки.

«Способность контролировать тепловое излучение – ключевая необходимость сразу для множества областей, – объясняет профессор Коскун Кокабас, который руководил исследованиями. – Поддержание обеих функций по мере того как окружающая среда нагревается или охлаждается – это сложная задача».

Команда продемонстрировала динамический контроль теплового излучения, создав прототип одежды с активным устройством – заплаткой на груди, которую можно включать и выключать. В ближайшей перспективе команда хочет решить проблему экстремальных температурных колебаний, с которыми сталкиваются спутники на орбите.

МОДА

«Собака»

АНАСТАСИЯ ПИОРУНСКАЯ: «МОДНАЯ ИНДУСТРИЯ БУДЕТ ИСКАТЬ ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ»

Мир уже не будет прежним – фраза, которую в последние месяцы мы слышим чаще всего. Не будет прежним и мир моды: пандемия и кризис заставили всех задуматься о том, что нам действительно нужно от одежды. Поговорили с Анастасией Пиорунской – CEO петербургского бренда стильной технологичной одежды URBANTIGER, которая задалась этим вопросом еще три года назад и нашла ответ.

Модная индустрия сейчас стремится к тем принципам, на которых строится бренд URBANTIGER: экологичность, использование технологичных тканей, замедление модного цикла. Вы пришли к этому уже три года назад. Как у вас появилась идея создать подобный бренд? Как вы почувствовали уже тогда, что это будет актуально?

На самом деле мы только недавно осознали, что мы бренд из будущего. Тема экологии и раньше была актуальна, но именно пандемия актуализировала эти вопросы и заставила людей задуматься о планете, потреблении и собственных потребностях. URBANTIGER создавался скорее от обратного. Я всю жизнь проработала в масс-маркете, где видела, что цифры приоритетнее других важных вещей: ткань нужно подешевле, произвести и продать побольше, наценку увеличить. Это не плохо и не хорошо, но лично я от этого устала в какой-то момент. Когда мы задумывали URBANTIGER, ставили для себя две задачи. Первая – сделать технологичную одежду, а вторая – модную. Такого не было на рынке: outdoor-бренды не хотелось надевать, потому что они выглядят не очень актуально, а вещи сегмента fashion тебя никак не защищают и зачастую носятся лишь несколько раз. Поэтому мы решили

создать одновременно качественную и стильную одежду из технологичных тканей. Просто к этому лежала душа, а оказалось, что мы предвосхитили тренды.

Есть мнение, что легкая промышленность у нас находится в состоянии стагнации. В чем особенности и сложности производства именно технологичной одежды в России, ведь это одно из ваших основных отличий на рынке? Как вам удалось наладить этот процесс?

Легкая промышленность в России действительно переживает не самые лучшие времена. В частности, очень сильно пострадало и не развивалось швейное производство – долгое время другие страны демпинговали цены, и бизнесу, конечно, было выгоднее там отшиваться. Но сегодня в стране есть и технологии, и производственные локальные мощности. И наша компания сосредоточилась на том, чтобы все это сохранить и приумножить. Главное преимущество URBANTIGER в том, что у нас есть доступ к уникальному оборудованию, которого не так много в России: по проклейке швов (чтобы делать герметичные швы для горнолыжной одежды), для производства высокотехнологичного текстиля с мембранным и полиуретановым покрытием, для различных нанонанесений. Но мы используем не только свои, но и мировые разработки, конечно.

Анастасия в брюках и жакете HELLENIA из льна и футболке BAMBUSA.

Расскажите о ваших инновационных разработках и тканях.

Из интересных разработок – наша горнолыжная куртка-легенда из первой коллекции со светящимся кантом, который можно включать с помощью пульта, чтобы тебя было видно в темноте. Такого никто не делал, и она была очень популярна, хоть и вышла ограниченным тиражом. В осенней коллекции у нас была куртка из материала, на котором при намокании проявляется принт. Мы представляем нашего покупателя в разных жизненных ситуациях: где он, что делает и в чем ему будет в тот или иной момент максимально комфортно. Если идет дождь, но на улице тепло? У нас есть мембранные пальто, в которых попасть под дождь одно удовольствие, они остаются абсолютно сухими, вода с них просто скатывается. А если снег и минус 25 градусов? Для этого есть другие ткани, которые отлично греют, а за счет их паропроницаемых свойств вам будет комфортно, даже если вы интенсивно двигаетесь. Пуховик при этом тонкий, легкий и, что немаловажно, красивый. Мы всегда пытаемся в тканях найти что-то особенное, чтобы человека порадовать. Жизнь в безумном ритме, среди информационного шума повышает уровень стресса, и уют, которого людям не хватает, они компенсируют тактильностью, отдают предпочтение мягким и комфортным материалам. Поэтому первое, что мы делаем, – начинаем все ткани трогать. Например, наши зимние куртки надеваешь, а внутри мягкий-мягкий плюш. Мы не можем изменить мир, но хотим, чтобы хотя бы немного уюта человек получил от нашей одежды.

Для горнолыжных костюмов мы разработали ткань с эластаном, чтобы она была на мембране и тянулась. Спортсмены тестируют нашу одежду и дают обратную связь. Вообще работа над горнолыжной коллекцией ведется почти два года, в одной куртке больше двухсот наименований сырья и фурнитуры, от ниток до основной ткани. Это очень кропотливая работа, практически ювелирная. Коллекции urban sport, то есть одежда для городской носки, разрабатываются около 6 месяцев. Каждый образец одевается на наших сотрудников, они неделю в нем ходят, мы проверяем, ничего ли с этой вещью не произошло после стирок. Ткани выбираем очень тщательно, даже если это простая футболка, то сделана из хлопка пима, простой мы не возьмем, а летняя – из бамбука, на мне сейчас такая. Мы одни из немногих в России, кто

шьет из него одежду. Это по-настоящему материал будущего: экологичный, антибактериальный, не мнется, обладает способностью отводить влагу от тела, а также на 100 % защищает от вредного ультрафиолетового излучения. Как вам такой набор характеристик для футболки? Любая наша ткань проходит тестирование на пиллингуемость, воздухопроницаемость, влагоотталкиваемость. Чего мы только с ней не делаем, чтобы убедиться, что изделие действительно отвечает концепции slow fashion и покупатели будут его носить долго.

Если говорить о визуальной составляющей – как вам удастся создавать одежду, которая не теряет актуальности через сезон, два, три?

Мы делаем вещи, по которым невозможно определить, из какой они коллекции, какого года. Для этого мы выбираем достаточно универсальные посадки, оверсайз или более классический крой, который всегда будет актуален. Это то, к чему давно пришли прогрессивные европейские бренды. Не используем экстрамодные принты или цвета, потому что все это, на мой взгляд, навязывается, чтобы потребитель больше покупал. Поэтому мы выбираем сложные, но достаточно нейтральные оттенки, чтобы их можно было носить всегда: бежевый, зеленый, черный, серый, синий. Минимизируем фурнитуру, стараемся делать одежду в хорошем смысле простой, без излишних разрезов, карманов и деталей, которые могли бы отнести ее к какому-то конкретному тренду.

Модная индустрия – одна из наиболее загрязняющих окружающую среду. Это сегодня большая проблема, и бренды стремятся уменьшить экологический след. Что URBANTIGER делает в этом направлении?

Я всегда своей команде рассказываю, что происходит в мире с точки зрения экологии и как текстильная промышленность этому способствует. По загрязнению окружающей среды она находится на втором месте после нефтедобывающей. При этом за последние 15 лет потребление увеличилось на 60%! Fast fashion заполнил одежду всю планету. В Гонконге, например, каждую минуту выбрасывается полторы тысячи футболок, а на земле сейчас 90 миллионов тонн текстильного мусора. Если об этом задуматься, становится страшно, поэтому мы стараемся просвещать наших покупателей, что не нужно покупать вещи на один раз или иметь 50 футболок, когда достаточно одной хорошей, которую можно со всем сочетать. Правильный гардероб позволяет при минимуме вещей всегда выглядеть по-разному. И в целом сейчас все менее актуально самоутверждение с помощью одежды: важно не что на тебе надето, а что у тебя в голове.

«Мы поступательно идем к тому, чтобы практически вся наша одежда была из переработанных или экологичных материалов. В актуальных коллекциях у нас около 30% вещей из бамбука и льна, а в новой коллекции весна-лето 2021 больше половины изделий будут из переработанных материалов».

К вопросу о тканях. Качественные материалы и пошив требуют больших затрат. Как при этом вам удастся сохранить бизнес рентабельным, учитывая, что у вещей URBANTIGER вполне доступные цены?

Мы не гонимся за сверхприбылью и да, отчасти жертвуем наценкой ради качества наших изделий, но это совокупность факторов. Во-первых, у нас не очень большая команда, и, соответственно, небольшие расходы внутри как у бэк-офиса. Как я уже говорила, не усложняем наши вещи фурнитурой, которая тоже стоит денег. Минимизируем количество размеров, стараемся делать универсальные. Часть наших вещей – унисекс, это не только актуально, но позволяет тоже отчасти экономить, так как особенности кроя увеличивают себестоимость изделия. Все это помогает нам выбирать более дорогие ткани,

но экономить на ненужных деталях и тем самым поддерживать экономику нашего продукта.

Как вы переживаете этот период пандемии и связанного с ней экономического кризиса?

Конечно, нам тоже непросто в этой ситуации. Все магазины были закрыты, пусть их пока не так много, это все равно было ощутимо. Первое, что мы сделали, – стали наращивать онлайн. Весь мир знал, что к этому идет, но пандемия ускорила процесс. У нас очень хорошие приросты и на маркетплейсах, и в собственном интернет-магазине. А еще, когда стало понятно, что пандемия нас стороной не обойдет, мы собрались командой и решили нашу горнолыжную линейку переориентировать на производство защитных медицинских костюмов. И получилось, что мы создали очень хороший продукт. Во-первых, он полностью герметичный, и для первичной обработки его можно не снимать. У него есть влагозащитная молния, все швы проклеены, а самая главная фишка – он дышащий, поэтому в нем можно находиться в красной зоне, в боксах, в операционных до десяти часов. Обычные костюмы, так называемые противочумные, совершенно не пропускают воздух. Врачам в них очень тяжело. А в нашем можно комфортно работать и при этом не потеть, оставаясь защищенным. Мы их поставляли в больницы от Ростова до Владивостока и получили много положительных отзывов. Даже по телевидению был сюжет, как врач принимал роды у мамы, больной коронавирусом, в нашем костюме. Я теперь точно знаю, что буду рассказывать своим внукам. Мы очень гордимся этим продуктом, тем, что внесли свой небольшой вклад в борьбу с пандемией. Развивать это направление, наверное, не планируем, хотя и получили все сертификаты в НИИ дезинфектологии, в Росздравнадзоре, наш костюм проходит серьезное тестирование в Европе. Но я очень надеюсь, что он нам просто больше не пригодится.

Что, по вашему мнению, ждет модную индустрию в ближайшем будущем? Как отразятся на событиях последних месяцев?

Во-первых, само потребление изменится. Доходы населения уже снизились, и люди будут больше думать, что они покупают и как долго эта вещь прослужит. Начнется дефицит ресурсов – Китай, например, почти два месяца ничего не производил, и это повлияет на то, что одежды станет меньше. А потом это превратится в тренд, коллекции будут выпускаться реже. Еще, мне кажется, сейчас все начнут искать какие-то инновационные решения, например, антибактериальные ткани – это точно будет интересно и брендам, и покупателям. Плюс, опять же, многие останутся дома, и потребление точно изменится в пользу более удобных вещей. Думаю, вся эта история стимулирует нас больше о себе заботиться, не использовать, к примеру, полиэстер и дешевые ткани. Опять же, мы все больше задумываемся о каких-то экологических инициативах, например, о биоразлагаемых материалах. Уверена, нас ждет много новых интересных идей, которые так или иначе попадут в коллекции разных брендов, в том числе и нашего.

Расскажите о ваших планах, как вы собираетесь расширять и развивать бренд URBANTIGER?

Сейчас мы еще активнее стали двигаться в онлайн, а еще ведем переговоры с Японией. В сентябре будем участвовать в выставке в Токио, где планируем подписать эксклюзивный контракт и начать экспортировать наши изделия в Японию. Это для нас большой шаг – переговоры велись давно, но пандемия нарушила наши планы, и сейчас мы к ним возвращаемся. Со следующего года собираемся также начать продажи в Европе – нам кажется, что у нашего продукта очень европейский дух. Что касается России, у нас есть несколько

магазинов, и мы планировали расширение розничной сети, но пока, учитывая ситуацию, нам пришлось его приостановить. Поэтому, когда ситуация изменится, мы продолжим развитие в этом направлении.

Какой, на ваш взгляд, будет мода через 10 лет? Что мы будем носить?

Я верю, что мы будем носить хорошую одежду. Мне кажется, что сейчас миру придется сузиться во всех смыслах, и многие большие масс-маркеты либо поменяют свою стратегию, либо закроются, потому что в таком виде через десять лет планета точно не будет существовать. Пусть брендов и коллекций будет меньше, но одежда станет качественнее. Люди начнут еще лучше разбираться в IT, нанотехнологиях, и в заботе о себе они точно захотят, чтобы их одежда дышала, защищала, приносила им какую-то пользу и была экологична. Наша будущая коллекция, весна-лето 2021, называется Human Design – она про это, про работу над собой, а она касается всех сфер, одежды в том числе. Думаю, через десять лет мы станем лучше во всех смыслах – и мода тоже. Каждый день я повторяю себе фразу Нильса Бора. Когда он разрабатывал атомные станции и на него все накинлись, он сказал: «Человечество не погибнет в атомном кошмаре, оно задохнется в собственных отходах». Каждый из нас может изменить ситуацию, если хотя бы в малом будет поступать иначе.