

05 ноября 2014 года

В Москве создана Российская Палата моды

Одним из самых важных результатов 29-го сезона Mercedes-Benz Fashion Week Russia стало появление Российской Палаты моды. В ЦВЗ «Манеж» состоялось учредительное заседание российской Палаты моды, в котором приняли участие президент Mercedes-Benz Fashion Week Russia Александр Шумский, известные российские дизайнеры – Вячеслав Зайцев, Алена Ахмадуллина, Елена Карнаухова, Юлия Далакян, руководитель консалтинговой компании Espeg Group Дарья Ядерная, программный директор MBFW Russia Елена Кулецкая, генеральный директор ООО «Уфимский трикотаж» Зухра Исмаилова, ректор Московского художественно-промышленного института Алексей Егоров, президент РАСО Станислав Наумов и другие.

Национальные палаты моды, главной целью которых является поддержка fashion-индустрии в стране, существуют на всех основных fashion-рынках. Теперь такое общественное объединение появилось и в России. Палата объединит модельеров Российской Федерации, специалистов в области образования, продвижения и других экспертов, активно участвующих в развитии моды в России.

По итогам учредительного заседания общественного объединения Российской Палаты моды на пост почетного председателя был избран Вячеслав Зайцев. На должность исполнительного президента – Александр Шумский. В ближайшие месяцы Палата моды сформирует органы управления и создаст интерактивную платформу для взаимодействия участников рынка. Главные задачи Палаты моды: поддержка и развитие российской индустрии моды, помощь российским производителям и дизайнерам одежды в области продвижения продукции, лоббирование интересов участников Палаты в федеральных и региональных государственных структурах, обеспечение социальных и иных гарантий, необходимых для развития моды России. Палата уже разрабатывает программу поддержки молодых российских талантов, а также программу взаимодействия с профильными ассоциациями и палатами моды по всему миру. В рамках этой стратегии состоялись переговоры с Джейн Рив, CEO Национальной палаты моды Италии, которая посетила Москву с официальным визитом. На встрече обсуждалась совместная программа по поддержке молодых брендов – у итальянцев есть большой опыт на примере программы NUDE (New and Upcoming Designers), которым они готовы поделиться с российскими коллегами. А первым соглашением, заключенным официально Российской Палатой моды, стал 3-летний договор о сотрудничестве с China Fashion Association, который был подписан на этой неделе в Пекине в присутствии заместителя министра промышленности и торговли РФ Виктора Евтухова и вице-президента Китайского национального совета в области текстиля и одежды (China National Textile and Apparel Council, работает в ранге профильного министерства) Гао Енга.

Александр Шумский, исполнительный президент Российской Палаты моды: «Необходимость создать палату моды как мостик между образовательными учреждениями, Неделями моды, дизайнерами и производителями стала особенно очевидна год назад, когда в рамках Mercedes-Benz Fashion Week Russia мы провели первый промышленный день по поручению Министерства промышленности и торговли РФ. Попытка сблизить мир моды и крупных игроков легкой промышленности дала результат: были заключены первые сделки между фабриками и дизайнерами. Другой важнейший аспект – структурная помощь молодым дизайнерам. Наша Неделя моды в Москве уже давно занимается распределением грантов для молодых талантов, но с помощью Палаты мы планируем сделать этот процесс более качественным и широким».

Алексей Егоров, ректор МХПИ: «Главная проблема творческих вузов в России – это то, что этими вузами зачастую управляют люди, не имеющие к творчеству никакого отношения. Они отличные управленцы, организаторы, но им никогда не понять до конца всей специфики образования в сфере дизайна, что отражается на организации образовательного процесса. Задача Палаты моды – создать межведомственную образовательную программу с привлечением крупнейших дизайнеров,

О Федеральном пресс-центре легкой промышленности Российской Федерации. Федеральный пресс-центр создан с целью реализации задач продвижения легкой промышленности Российской Федерации на внутреннем и зарубежном рынках. Эти задачи сформулированы в государственной программе Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 328).

Деятельность Федерального пресс-центра осуществляется в 8 федеральных округах РФ (Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Южный, Северо-Кавказский, Уральский, Сибирский, Дальневосточный) и предусматривает весь блок интегрированных коммуникаций, включая Интернет и социальные сети, печатные и электронные СМИ, маркетинговые и экспертные исследования и мероприятия, образовательные программы.

производителей и ритейлеров, то есть практиков, чтобы вопросы карьеры для талантливых людей не были настолько острыми».

Елена Карнаухова обозначила необходимость в повышении престижа прикладных профессий – швей, скорняков и прочих представителей технических направлений: «Сейчас все хотят сразу быть дизайнерами, создавать свои коллекции, никто не хочет проходить все ступени на пути становления профессионального модельера. Швеи и другие наши помощники – такие же художники, как и сами дизайнеры, без них невозможно существование fashion-индустрии».

Федеральный пресс-центр легкой промышленности:

+7-916-467-63-86, pressa@lprom.org, Позднякова Ольга, Галаева Ксения

О Федеральном пресс-центре легкой промышленности Российской Федерации. Федеральный пресс-центр создан с целью реализации задач продвижения легкой промышленности Российской Федерации на внутреннем и зарубежном рынках. Эти задачи сформулированы в государственной программе Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 328).

Деятельность Федерального пресс-центра осуществляется в 8 федеральных округах РФ (Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Южный, Северо-Кавказский, Уральский, Сибирский, Дальневосточный) и предусматривает весь блок интегрированных коммуникаций, включая Интернет и социальные сети, печатные и электронные СМИ, маркетинговые и экспертные исследования и мероприятия, образовательные программы.