

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ FASHION FUTURUM. ВТОРОЙ ДЕНЬ

Финальный день **Fashion Futurum** начался с важной темы «**Государственное регулирование модной индустрии: международный опыт**». Поделились своими идеями статс-секретарь, заместитель министра промышленности и торговли Российской Федерации Виктор Евтухов, президент Camera Nazionale della Moda Italiana (Италия), Игнасио Сиерра – президент European Branded Clothing Alliance (Бельгия), генеральный директор Grupo Cortefiel (Испания) и исполнительный президент Палаты моды Александр Шумский. Виктор Евтухов подчеркнул связь модной индустрии с производственными мощностями легкой промышленности. Он рассказал о недавно подписанной Дмитрием Медведевым программе по развитию легкой промышленности, включающей финансовую поддержку производств Фондом развития промышленности, Россельхозбанком и посредством лизинга. Также из бюджетных средств производится закупка высокотехнологичного оборудования для производств, ориентированных на экспорт. Организуются встречи производителей и ритейлеров, активно поддерживаются российские и международные fashion-конкурсы и показы, основано несколько Интернет-платформ для профессионалов, вовлеченных в процесс создания одежды. Очень важными начинаниями являются переключение компаний, в том числе зарубежных резидентов российского рынка на российских поставщиков, строгий контроль над качеством ткани для школьной формы, борьба с контрафактной и нелегально ввезенной продукцией, разработка радиочастотных меток, содержащих информацию о родословной товара. Уход с российского рынка европейских масс-маркет брендов, девальвация валюты и снижение импорта замминистра видит, в том числе, как условия для развития национального производства, возможность занять эту нишу. Игнасио Сиерра согласился, что предложенные методы могут привести к хорошему результату, как это произошло с Испанией. Крупные компании, занимающиеся экспортом, стали покупать дизайнерские бренды, продвигать свою продукцию на модных показах через электронную торговлю, развивать свою производственную базу, подключать локальных поставщиков. В результате этих процессов у компаний появилась собственная цепочка создания стоимости, обеспечивающая устойчивое развитие. Игнасио Сиерра также сделал акцент на логистике, ставшей особенно важной в контексте глобальной Интернет-торговли. В Италии производство одежды люксовых брендов – это бизнес национального масштаба. Карло Капаса рассказал об эффективной для Италии системе промышленных округов, важности инновации и традиции. Итальянские студенты, выпускники дизайн-школ и молодые бренды в первые 5 лет деятельности имеют возможность обмениваться опытом, стажироваться в компаниях с мировой известностью и бесплатно демонстрировать свои коллекции в рамках модных Недель. Их обучают не только тонкостям профессии, но и продвижению, подбору ткани, надежных поставщиков, вводят в бизнес постепенно и всесторонне. Однако и задачи у рынка Италии совершенно иные – поддержание высоко уровня экспорта и постоянное улучшение качества продукции.

Панельная дискуссия «**Будущее fashion-ритейла: новые форматы против традиционных форм дистрибуции**» собрала представителей крупных ритейлеров. О специфике российского модного рынка рассказал Денис Пак, директор Департамента развития внутренней торговли, легкой

промышленности и потребительского рынка Министерства промышленности и торговли РФ. Для небольших производителей Интернет-торговля в России становится ключевой возможностью, им тяжело попасть в большой сетевой магазин, а на собственный вряд ли хватит средств на этом этапе. На государственном уровне происходят попытки создания крупной национальной ритейл-платформы. Существуют барьеры для экспорта небольших партий товаров из России, нужно улучшить таможенное администрирование, упростить логистику, чтобы это было выгодно для небольших компаний. Ли Энн Грант (вице-президент Shopstyle.com) представила платформу товаров Shopstyle.com американской компании Popshugar. Это контент-компания, специализирующаяся на продвижении товаров для женщин. Сейчас их показатели составляют 85% от всех онлайн-продаж в США. Ли Энн Грант советует начинающим дизайнерам хорошо изучить свою аудиторию. Например, поколение «Z» – дети, родившиеся после 1990 – способно концентрировать внимание на одной вещи или теме не более 8 секунд, что в 2 раза меньше, чем это было раньше. Это огромная аудитория и для нее эффективнее будет размещать рекламу в соцсетях, с быстрой возможностью купить товар, в том числе через смартфон. Швед Карл Вальдекранц (генеральный директор Tictail) также в основном работает с американским рынком. Его сервис Tictail был создан в помощь небольшим производствам, которые отлично делают одежду, но не умеют правильно подать свой продукт. Отдельные удобные и для продавца и для покупателя сайты сейчас превратились в единую международную сеть, где каждый может легко и просто создать свой Интернет-магазин. Tictail исследует новые технологии ритейла, сотрудничает с другими площадками и сейчас открывает первый оффлайн-магазин. Джулио ди Сабато работал в шоу-румах ритейла на самом разном уровне. Сейчас он является президентом Ассоциации Assomoda (Италия). Джулио остановился на поворотных моментах работы Assomoda, когда из продающей эта фирма превратилась в агентство с бесплатными консультациями по специфике спроса для начинающих. Assomoda стали поддерживать молодых дизайнеров, выкупая вещи по назначенной для продажи цене, гарантируя доход и страхуя риски. Это очень важный момент поддержки, как и коучинг, считает Джулио. Все спикеры видят будущее ритейла в мультимедийной и пересекающейся дистрибуции, поддержке онлайн-продаж открытием оффлайновых магазинов и, наоборот, быстрой доставке и доступности. Также в обсуждении принял участие Бланка Моро (сооснователь консалтинговой фирмы O’Shea&Moro, специалист в сфере креативного менеджмента fashion-компаний).

«Музейные экспонаты: мода как искусство» – следующая тема пресс-конференции, модератором которой выступила Елена Пантелеева (руководитель культурных проектов Инновационного центра «Сколково»). Спикеры обсудили произведения дизайнеров с точки зрения их художественной ценности для музеев и подчеркнули важность сохранения дизайнерских работ в архивах. Василий Церетели (исполнительный директор Московского музея современного искусства) рассказал о сотрудничестве музея с дизайнерами и художниками, отметив, что их «музей в дальнейшем планирует более активно заниматься fashion-сегментом и коллекционированием». Сирил Дюваль (директор спецпроектов международного журнала об искусстве Flash Art) рассказал о нюансах грамотного формирования экспозиции для молодых дизайнеров и о том, как важно показывать, что означает культура бренда. Кроме того, в обсуждении приняли участие Кейт Бетьюн (старший научный сотрудник Victoria&Albert Museum) и Каат Дебо (куратор, директор Mode Museum Antwerpen Momu).

В рамках международного форума Fashion Futurum в «Манеже» прошел мастер-класс **«Как напечатать коллекцию на 3D-принтере»**. Профессиональными советами делилась Данит Пелег – дизайнер из Израиля, создатель первой fashion-коллекции, полностью напечатанной на 3D-принтере.

Над воплощением некоторых моделей Данит работала около 300 часов. Процесс изготовления оказался совсем несложным: все элементы одежды печатаются на формате А4, а затем склеиваются вручную специальным клеем. Дизайнер утверждает, что 3D-печать – это будущее fashion-индустрии: ведь цены на принтеры становятся доступнее, а скорость их работы, наоборот, увеличивается. 3D-принтер имеют специальную установку – экструдер, он работает слоями, начиная снизу. До того, как начать печать, используется специальное программное обеспечение. Сначала создается проект, затем вносятся дополнительные настройки, а лишь потом эскиз идет в печать. Примерная стоимость каждого изделия – 30 долларов. Это стоимость одной катушки необычных пластмассовых «нитей», из которых изготавливается сама вещь.

На завершающей конференции **«Цифровое будущее: технологии, которые меняют модную индустрию»** обсуждали перспективы развития fashion и виртуальной реальности. Эдди Маллон (президент Fashion GPS, электронного сервиса для дизайнеров, брендов и СМИ) рассказывал об особенностях системы взаимодействия GPS. Крейг Арэнд (fashion-фотограф, консультант, эксперт виртуальной реальности) заявил о том, что «виртуальная реальность повышает уровень конверсии». Владислав Черновецкий (директор Creative Content, студии, производящей fashion-контент в формате виртуальной реальности) уверил, что «технологии будут править миром, они уже это делают», и поделился мыслями о том, что скоро возможно будет смотреть и художественные фильмы в формате 360. В виде доклада прошло выступление Александра Шульгина (визионера, венчурного инвестора, автора), уверенного в том, что до 2030 года мир fashion ждут глобальные перемены. «У нас будет до миллиарда вещей, подключенных к сети, – заявил он. – Любой предмет будет иметь свой #hashtag, любые вещи будут «разговаривать» друг с другом». Также в обсуждении принял участие Юрате Гураускайте, главный редактор InStyle Russia.

Фотографии с мероприятия доступны для скачивания по ссылке

<https://yadi.sk/d/PURoQYIRqBZJW> и www.image.net.

Дополнительная информация:

Российская Палата моды

E-mail pr@russianfashioncouncil.ru

Следите за новостями о **Fashion Futurum**

на официальном сайте fashionfuturum.ru, в **Instagram** – [@fashionfuturum](https://www.instagram.com/fashionfuturum), в **Facebook** – [facebook.com/fashionfuturum](https://www.facebook.com/fashionfuturum), **VK** – vk.com/fashionfuturum и **YouTube** – [FashionFuturum](https://www.youtube.com/FashionFuturum).

Официальный хэштег мероприятия - **#FashionFuturum**.

**RUSSIAN
FASHION
COUNCIL**

107031, Москва
Кузнецкий мост, 7

+7 (495) 232-14-77
info@russianfashioncouncil.ru