

Цены на ткани, в том числе и остатки, выросли на 20-40%,

многие магазины одежды закрылись. Что ждет рынок?

Юлия Иванова: «Нам стесняться российской текстильной отрасли»

ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДНЫЕ БРЕНДЫ СТРЕМИТЕЛЬНО ПОКИНУЛИ РОССИЙСКИЙ РЫНОК. КТО И ВО ЧТО ОДЕНЕТ РУССКИХ МОДИЦ? ЭТОТ ВОПРОС СЕГОДНЯ ВОЛНУЕТ МНОГИХ. БОЛЕЕ 10 ЛЕТ И СЕГОДНЯ ОНА ДЕЛИТСЯ, КАКИМ МОЖЕТ БЫТЬ БУДУЩЕЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО

ВЫПУСКНИЦА МОСКОВСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АКАДЕМИИ СФЕРЫ БЫТА И УСЛУГ, ЗАЩИТИВШАЯ ДИПЛОМ ПОД РУКОВОДСТВОМ ВЯЧЕСЛАВА ЗАЙЦЕВА, РАЗВИВАЕТ СОБСТВЕННЫЙ БРЕНД. РЫНОК ОДЕЖДЫ И КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЕМУ ПРИДЕТСЯ ПРЕОДОЛЕТЬ.



ЮЛИЯ ИВАНОВА, дизайнер, академик Национальной академии индустрии моды.

Юлия, сегодня многие мировые бренды ушли с российского рынка. Текущую ситуацию воспринимаете как возможность для роста и развития российских производителей или как то, что скоро россияне останутся без одежды?

- Говорят, в китайском языке слово, обозначающее понятие «кризис», состоит из двух иероглифов - «опасность» и «возможность». И хотя, по мнению лингвистов, это не соответствует действительности, лично я предпочитаю использовать это видение критической ситуации.

Мне кажется, что выход, даже временный, с российского рынка многих общезвестных мировых брендов - это ошибка, связанная с глобальным политизированием сложившейся ситуации. Это не хорошо для всех. Конечно, часть освободившейся ниши будет занята российскими производителями, и для нас это, безусловно, новые возможности. Но ведь и конкуренция очень нужна и важна - в первую очередь для потребителя. Так что лично я совершенно не радуюсь уходу брендов с российского рынка. Учитывая то, с каким объемом покупок выходили люди из магазинов крупных модных ритейлеров все эти дни, многим этого объема хватит на год вперед, так что голыми людьми вряд ли останутся. Но таких крупных игроков, как закрывшие свои двери и интернет-магазины INDITEX или H&M, у нас попросту нет. Крупные сети, также арендуемые места в торговых центрах, как правило, закупают ткани, а порой и отшивают часть ассортимента в Азии - Китае, Вьетнаме, Индии. Есть достаточно хорошие российские производители, имеющие полный цикл производства в России - начиная от дизайнеров и заканчивая собственными фабриками. Это, как правило, вещи, которые вы можете увидеть в мультибрендовых шоу-румах, на профессиональных

крупных оптовых выставках в Москве. Но существует и проблема - люди привыкли покупать иностранные вещи даже не потому, что они дешевле или выбор больше, а потому, что это европейская раскрученная марка или крупная сеть, делающая модные вещи на сезон. Наверняка сейчас всем понятно, какого модного ритейлера я упомянула.

Хочу подчеркнуть этот момент - отсутствие мировых брендов в свободной продаже отнюдь не заставит российского потребителя перераспределить на русских производителей. В первую очередь мы должны переломить внутреннее предубеждение россиянина о том, что завазенное с Запада - лучше. У нас есть очень хорошие дизайнеры и промышленные марки, делающие модную и качественную одежду в абсолютной разности сегментах.

РЫНОК ПОДВИЖЕН
- Как вообще изменилась ситуация у российских производителей одежды за последние годы?

- Рынок текстильной и легкой промышленности - в любой части, включая производство постельного белья или одежды, - постоянно растет. Нельзя сказать, что он стабильно, поскольку один компания «умирают» и уходят с рынка, но им на смену тут же приходят новые. Более стабильны, конечно, крупные производства с большим объемом. На Кубани работают свыше 100 предприятий легкой промышленности, в числе которых производители одежды, обуви, текстильных и кожаных изделий - и это только более-менее крупные. Небольшие же локальные производства, дизайнерские компании, бренды и ателье возникают в огромном количестве. В любом регионе нашей необъятной страны есть местные производители, создающие и выпускающие модную, интересную одежду, обувь, аксессуары, косметику.

В том, что их не знаем, зачастую виноваты мы сами: нам просто ленится информировать о российских производителях, да и их объем рекламы, естественно, не способен тягаться с гигантами. И заметьте, многие российские бренды носят иностранные названия.
- Какими, на ваш взгляд, будут основные модные тренды в текущей ситуации?
- В мире постоянная ускорения уже давно намелились два основных пути развития

индустрии моды. С одной стороны, это крупные объемы промышленного производства упрощенных и «средних» предметов одежды базового гардероба. И здесь безусловным лидером есть и остается в ближайшей перспективе Китай. А с другой - активизация развития креативного начала личности, в том числе и через одежду. И здесь на первый план будут активно выходить небольшие подвигшие марки, чутко реагирующие и даже превосходящие ожидания потребителей. В том числе развития новых инновационных технологий переработки - ресайклинга. А также за счет апсайклинга - еще одного востребованного во всем мире модного тренда, обеспечивающего еще более долгосрочное использование уже созданных вещей и предметов. Небольшие бренды, например, уже давно вливаются в эту систему. Я считаю, что изначально нужно выбирать качественные ткани, чтобы изделие носилось дольше; делать вещи «долготрающие» - вневременные тенденции всегда можно дополнять остроумными деталями. Сейчас вообще стоит делать помимо основной коллекции с полным размерным рядом единичные вещи - сочетая ткани и фактуры предыдущих сезонов, даже перерабатывая коллекционные или бывшие в употреблении вещи в новые формы и силуэты. Многим нравится именно такая история - любимую вещь можно обновить, использовать детали и так далее.

ЧЕГО ЖДАТЬ В БУДУЩЕМ
- Как вся ситуация отразится на конечном потребителе - ждать повышения цен, дефицита?

- Конечно, будет повышение цены на конечные изделия, и даже не потому, что вырос курс евро и доллара. Изменилась и стала дороже логистика доставки, дорожает электроэнергия - это тоже входит в конечную стоимость продукта. Однако перспективно мыслящие производители будут искать пути снижения стоимости изделий хотя бы для того, чтобы не шокировать покупателя резким скачком цен. А вот дефицита и нехватки товаров ждать однозначно не стоит. И здесь особенно уместно будет напомнить, что «разумное потребление» не просто слова. Если говорить об одежде, стоит прове-

Отечественному дизайну и производству одежды еще только предстоит заявить о себе, но такой шанс у него уже появился.



Фото: voenpro.ru

сти ревизию гардероба. Все эти вещи носят? Может быть, есть смысл обновить в соседнем ателье старый пиджак, чтобы он вновь радовал? Или отнести в мастерскую туфли, чтобы их покрасили в другой цвет? Все это делают совсем рядом очень талантливые и креативные люди.

Я Б В ДИЗАЙНЕРЫ ПОШЕЛ...

- Все прекрасно знают историю о том, как Chanel устроила показ в Москве в 1967-м, а потом французские манекенщицы проглядели по столу, и все поняли, насколько плохо одеты советские женщины. Как оцениваете уровень российских дизайнеров сегодня?

- Вообще не согласна с такой позицией. Не стоит сравнивать по внешнему виду красную икру и бородинский хлеб. Даже в 1967 году огромное количество наших женщин прекрасно одевались. Просто эта одежда выглядела намного скромнее, чем наряды французских манекенщиц от дома Chanel. Например, в том же 1967 году гениальное красное платье советского модельера Татьяны Осмеркиной покорило зрителей в Монреале. И конечно, известный всем и каждому Вячеслав Зайцев - он тоже начал свой творческий путь в этот период. Так что в России были, есть и всегда будут талантливые дизайнеры и художники.

Социальные сети сделали свое дело - невероятное число инстаграм-брендов, продающих одежду, появилось за последние пять лет. Кто-то просто перешивает лейблы на вещах из Китая, да, есть и такие, кто-то шьет дома на колеске, кто-то рисует модели и заказывает отшив на производстве. Быть дизайнером стало модно - стилисты, блогеры создают бренды имени себя. Здесь уже вопрос выбора и доверия потребителя. Уровень дизайна, естественно, разный. И сидеть и вести себя в носке вещь будет

СЕЙЧАС ВНУТРЕННЕМУ РЫНКУ ОДЕЖДЫ ОСТРО НУЖНЫ ИНВЕСТИЦИИ.

по-разному. Надо всегда помнить, что профессиональный повар, конечно же, лучше приготовит для вас тот же самый бутерброд с икрой, чем любитель.

КВАЛИФИКАЦИЯ ВАЖНА

- Есть ли в стране сегодня условия для подготовки необходимых кадров?
- Вопрос одновременно сложный и простой. Дизайнеры нынче готовят на каждом углу, а многие называют себя ими и без всякой подготовки. Но дизайнер - это лишь вершина айсберга, ко-

торая оказалась на виду. Российская индустрия моды ощущает острый голод квалифицированных кадров - портных, швей, конструкторов, технологов, инженеров. И решать этот вопрос начали недавно, поэтому кадровый голод пока еще ощутим. Я бы сказала так: условия для подготовки кадров у нас есть. Но нет самих кадров. Да и управленцев высшего звена с соответствующей квалификацией тоже не хватает. Слишком долго все были направлены на покорение Европы, мы потеряли

умах. Так что на пути развития индустрии дизайна и моды в нашей стране скорее повлияют не ограничения, а желания людей. А уж возможности у нас точно будут.

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ЛЕГКАЯ, НО ТЯЖЕЛАЯ

- В свое время СССР сам производил все для легкой промышленности, включая ткани. Сохранились ли сейчас такие производства и могут ли они обеспечить модную индустрию страны? Если есть производство, насколько оно конкурентоспособно? Откуда сегодня вообще поступают ткани?

- Для начала давайте вспомним, что Советский Союз был содружеством 15 республик, между которыми были налажены связи по производству сырья, его переработке и дальнейшему производству готовой продукции. Конечно, было очень много непродуманных моментов, но сама схема действовала. Теперь же республики превратились в 15 самостоятельных государств. И все схемы взаимодействия, полностью разрушенные в 1990-е, нужно выстраивать заново с учетом изменившейся логики.

Конечно, часть производств сохранена. И даже успешно работает. Но в основном это крупные предприятия, заказчики на которых начинают с трех тысяч метров. А в эпоху бесконечно меняюще-

го мира очень важно быть мобильным. Поэтому даже такие «тканевые крупняки» ищут возможности для сокращения минимальных объемов производства.

Плюс к этому благодаря развитию технологий появилось много небольших производств, делающих печать на разных видах тканей. Правда, оборудование и расходные материалы у них, как правило, иностранного производства. Но здесь, полагаю, нам поможет Китай.

Многие подбирают материалы для своего бренда не по стране-производителю, а по соотношению цены и качества. Поэтому работают, к примеру, и с российским и белорусским льном, и с итальянскими полотнами, и с прекрасным китайским трикотажем. Сейчас, естественно, цены на льбные ткани, в том числе и остатки, выросли на 20-40%.

- Насколько российская легкая промышленность сегодня не зависит от импорта? Говорят, что даже отечественный трикотаж производят из зарубежного сырья.

- В любой стране мира легкая промышленность зависит от импортных составляющих, просто в разных пропорциях. Ведь производство того же трикотажного полотна - сочетание многих факторов. Например, шерсть или лен можно производить в России. А вот для производства хлоп-

ДОСЬЕ «YUGTIMES»

Юлия Константиновна Иванова, академик Национальной академии индустрии моды, член союза дизайнеров России. Родилась в Сочи. Окончила Государственную академию сферы быта и услуг по специальности «художник-проектировщик изделий текстильной и легкой промышленности». После защиты диплома под руководством Вячеслава Зайцева успешно работала в Доме моды Людмилы Ивановой в Сочи.

Также сотрудничала с крупной российской торговой маркой в качестве ведущего дизайнера наряду с выпуском собственных сезонных коллекций бренда.

Обладатель 2-го места в конкурсе профессиональных художников-модельеров имени Надежды Ламановой, 1998 год.

Победитель российского тура международного конкурса молодых дизайнеров DREWS (Германия), 1999 год.

Обладатель Гран-при пятого фестиваля моды «Бархатные сезоны в Сочи», коллекция «Китайский синдром», 2005 год.

ка и шелка другие климатические условия нужны. Все существующие текстильные производства уже давно прошли переоснащение парка оборудования. А сырье, я надеюсь, мы будем закупать, как в советские времена, у наших ближайших соседей, не меньше нашего заинтересованных в развитии двусторонних связей. Так что несостоятельность текстильных производств в России очень относительна.

ПРОБЛЕМЫ ТОЖЕ ЕСТЬ

- Каковы, на ваш взгляд, основные сложности развития российской легкой промышленности? Чего нам не хватает?
- Легкая промышленность - не тот сегмент, в котором можно решить вопрос по шелчку пальцев. Чтобы де-

Yulia Ivanova: "We Should Stop Being Shy of Russian Textile Industry"

Our today's guest is Yulia Ivanova, designer and Academician of the National Academy of Fashion Industry.

Q.: Many global brands have left the Russian market. How can you assess such situation?

A.: I think that their exit - even if it would not last for long - was a mistake related to the politicizing of the current situation. It is bad for all. Certainly, the vacant niche will partly be occupied by Russian producers which will mean new opportunities for us. But competition is very needed and important - first of all, for consumers. So I am not happy at all about the exit of brands from the Russian market. Looking at the volumes of the sales of all major fashion industry retailers during the past days, we can say that it will be enough for a year or so, and people will hardly find themselves 'naked.' But we simply do not have such large [Russian] players as INDITEX or H&M Internet shops.

Q.: How has the situation with Russian clothing makers changed over the past few years?

A.: The market of textile and light industry - all its parts, including manufacture of bed linen and clothing - is growing constantly. In all Russian regions, there are local manufacturers that make fashionable and interesting clothes, footwear, accessories and perfumes. Quite often it is our fault that we know little if anything about them - we are too lazy to search for information about Russian producers or their advertising campaigns are very much inferior to those offered by gigantic companies. Besides, many Russian brands bear foreign titles.

Q.: How will this situation affect the final consumers - shall we expect shortage of products and rising prices?

A.: Of course, prices for finished products will go up - and even not because of the growing currency exchange rate. The logistics and electricity whose cost is part of the final price became more expensive. However, producers that think about their future will be looking for the ways to reduce the cost of their products - at least not to shock their buyers with a steep jump of their prices. As for the shortage, it will not be the case.

Q.: Are there conditions needed to train the staff available in the country?

A.: This is a complicated and at the same time simple question. Designers are now trained everywhere, and many dare call themselves designers even without any preparation whatsoever. However a designer is just the visible summit of the iceberg. The Russian fashion industry is facing want of qualified tailors, dressmakers, garment designers, engineers, etc. And we can feel the personnel gap, because we began to deal with this issue not long ago. I would say that we do have conditions to train the personnel, but we do not have the personnel yet.

What is more, there is want of qualified top managers. For a long while, everyone had been looking to conquer Europe; we lost the knowledge of peculiarities of the Russian market.

каждому из нас рублем. Покупать молоко и хлеб, произведенные в своем регионе, платья, брюки и ботинки, которые шиты в вашем городе, ездить на выходные в соседнюю область - там ведь тоже есть много интересного.

НУЖНЫ КОНТРОЛЬ И УЧАСТИЕ

- Нужны ли сегодня какие-то меры государственной поддержки отрасли легкой промышленности? Если да, то какие, на ваш взгляд?
- Сегодня наше государство активно поддерживает отрасль субсидии, займы, участие в выставочных мероприятиях. Но могу констатировать с сожалением, что очень часто люди, принимающие решения по вопросам перспективного развития отрасли, не обладают необходимыми для этого компетенциями. Зачастую то, что мы видим сегодня в отрасли, это затыкание дыр и поддержка исключительно крупных производств или информационных барьеры для развития сегодня только возросли в связи с ограничениями социальных сетей и массовым исходом печатных изданий из России. И тем не менее я уверена, что отечественный рынок текстильной и легкой промышленности сможет перестроиться и активно развиваться только в одном случае - когда он перестанет стесняться того, что российский.

Ирина Сизова