

## Интервью с организаторами выставки Fashion Industry в Санкт-Петербурге

Индустрия  
Выставки  
Иновации  
коллекция  
Подиум  
Дизайн  
Медиа  
Рекламные кампании  
Зимненности  
События  
назначения  
Тенденции

ВАКАНСИИ  
НЕДЕЛИ МОДЫ  
ВИДЕО  
КАЛЕНДАРЬ

Новостные рассылки

Бесплатная регистрация  
Посмотреть последний выпуск журнала

Автор *Daliya Galeeva* - 22 Март 2017 г.

## Интервью с организаторами выставки Fashion Industry в Санкт-Петербурге

По случаю проведения крупнейшей на Северо-Западе выставки моды и легкой промышленности Fashion Industry, проходившей в Санкт-Петербурге с 16 по 19 марта, мы поговорили с ее PR-менеджером – Еленой Виноградовой.

По случаю проведения крупнейшей на Северо-Западе выставки моды и легкой промышленности Fashion Industry, проходившей в Санкт-Петербурге с 16 по 19 марта, мы поговорили с ее PR-менеджером – Еленой Виноградовой.



**FashionNetwork:** Елена, какие изменения произошли в этом сезоне? Касательно стран и не только?

**Елена Виноградова:** В этом году к нам приехало огромное представительство Белоруссии - 25 компаний, они очень активно осваивают рынок Санкт-Петербурга и Северо-Запада, появилась 1 румынская компания - Tapex - они искали производителя из России, впервые приехала компания из Австрии. Ну и, конечно, стало больше россиян: из Краснодар, расширилось представительство из Уфы. На нашей выставке завязывается очень много внутриотраслевых контактов и приятно, что это происходит у нас, в Петербурге.

**FNW:** Некоторые экспоненты считают, что выставка становится все более розничной, так ли это?

**Е.В.:** Нет, подобные случаи – это исключение. В первую очередь, сюда приезжают оптовые компании, так как Fashion Industry – специализированная B2B-выставка. Розничные продажи происходят только в последние два дня.

**FNW:** Сколько экспонентов приехало на мартовскую выставку и как вы предварительно можете оценить результаты?

**Е.В.:** Экспонентов в этот раз у нас более 200 из 11 стран, увеличилось количество участников, а выставочная площадь выросла на 10%.

**FNW:** Чем, по-вашему, весенний сезон отличается от осеннего?

**Е.В.:** Осенний сезон почему-то считается более продуктивным. Наверное, потому, что весенне-летние коллекции – более яркие и легкие, но не все готовы их отшивать: все работают на перспективу, на осень. В 2017 году мы наблюдаем большее разнообразие ассортимента, больше производителей детской одежды, кожгалантереи, ассортимент расширился.

**FNW:** Планируете ли вы что-то менять в следующей, 50 сессии выставки?

**Е.В.:** Мы не останавливаемся на достигнутом. Несколько лет подряд у нас были национальные разделы: турецкие, итальянские, в прошлом году был болгарский павильон. Сейчас расширяется присутствие Латвии в России после некоторого затишья. Также на Fashion Industry мы готовим серьезную деловую программу. Вы наверняка слышали, что перед правительством стоит глобальная задача – сделать Санкт-Петербург центром индустрии моды и легкой промышленности, и именно этому была посвящена первая

конференция нашей выставки. На Fashion Industry приезжают представители европейских марок, ищущих партнеров по пошиву. Выставку посетил, например, представитель транснационального гиганта Inditex. Следующая выставка будет 50, юбилейная, надеемся, она займет достойное место в международном календаре.

**FNW:** Как организаторы выставки поддерживают молодых дизайнеров?

**Е.В.:** Много сезонов мы проводим конкурс «Поколение Next», в этот раз он прямо выстрелил! У студентов очень зрелый уровень работ. Появились новые направления: графический дизайн и дизайн в промышленности, в отборочном туре приняли участие более 160 человек. Хотелось бы, чтобы эти ребята нашли себя. Им надо что-то предложить в мире моды, они должны занять свою нишу: может быть, найти работу на фабриках, в fashion-компаниях, создать собственную марку или выйти на международный рынок. Может быть, предложить какие-то стажировки. Специфика российского рынка моды - сочетание моды и легкой промышленности. Фабрики промышленных масштабов не всегда умеют себя подавать. У многих компаний нет достойных сайтов, они не могут себя представить. Но на выставку приезжать, безусловно, нужно: за один день можно найти большое количество контактов, все посмотреть и пощупать.



**FNW:** В связи с вышеозначенной программой по созданию из Санкт-Петербурга центра моды и легкой промышленности, думаете ли вы, что в секторе начнутся реальные изменения?

**Е.В.:** Изменения будут однозначно. Программа рассчитана до 2030 года, но уже в ближайшее время начнется субсидирование по детской одежде, по лизингу, по участию в выставках. Это дополнительные деньги, финансы. Могу сказать, что выставка Fashion Industry также включена в эту программу. Наш российский потребитель не отличит, произведена ли вещь в Европе или в России, так как уровень сопоставим, но если он узнает, откуда она, то сделает выбор в пользу Европы, при условии одной ценовой категории. Поэтому российскому потребителю надо объяснять, что отечественное производство тоже нужно продвигать, ведь Made in Italy знают все, а Made in Russia, к сожалению, пока нет.