



www.textilexpo.ru

ВЕСНА 2020

ВЕСТНИК

ТЕКСТИЛЬ
ЛЕГПРОМ
TEXTIL
LEGPROM



Национальная
ассоциация предприятий
Текстильной
и легкой
промышленности



ТЕКСТИЛЬЭКСПО

55

ФЕДЕРАЛЬНАЯ ОПТОВАЯ ЯРМАРКА
ТОВАРОВ И ОБОРУДОВАНИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Текстильлегпром Textilegprom



МОСКВА, ВДНХ

15-18
СЕНТЯБРЯ
2020

ПАВИЛЬОН 75



ОРГАНИЗАТОРЫ:



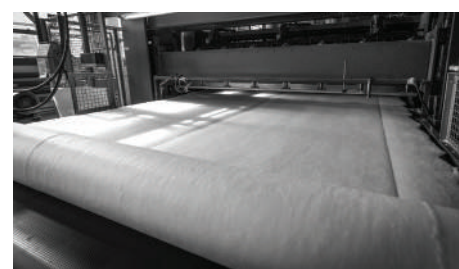
Национальная
ассоциация предприятий
Текстильной и легкой
промышленности



СОДЕРЖАНИЕ



4-8	ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА
10-21	НОВОСТИ
24-27	ИНТЕРВЬЮ
28-31	ХАКАТОН ЛЕГПРОМ
32-39	МАРКИРОВКА
40-42	НАЛОГИ
44-49	E-COMMERCE
50-53	ПЕЧАТЬ ПО ТЕКСТИЛЮ
54-63	ИННОВАЦИИ
64-66	ПРОЕКТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
68-73	ТЕХТЕКСТИЛЬ, ПРОГНОЗЫ
74-77	ПОКОЛЕНИЕ Z
79-83	ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ
84-92	ДОМАШНИЙ ТЕКСТИЛЬ
94-104	СЫРЬЕ
106-111	ТОРГОВЛЯ
112	КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК



Редакционный совет:
Ртищева Галина, Науменко Мария, Аристархова Татьяна
Тел.: (495) 748-69-44 (доб. 308)
reclama@textilexpo.ru

Электронная версия «Вестника Текстильлегпрома»
на сайте textilexpo.ru.

Редакция не несет ответственности
за содержание материалов, присланных авторами.





Галина РТИЦЕВА

Президент Национальной ассоциации предприятий текстильной и легкой промышленности, генеральный директор АО «Текстильэкспо»

Зачем нужны выставки

В последнее время я часто слышу от производственных компаний, что выставки, как физический объект, скоро уйдут в прошлое, будут только виртуальные выставки или информационно-торговые порталы. Я не согласна с такой точкой зрения. Невозможно заменить реальную выставку на виртуальную. Почему? Давайте поразмышляем.

Контакт. Самое главное на выставке это наглядное представление своего продукта, когда клиент может получить всю необходимую информацию о товаре. Спросите наших посетителей, готовы ли они делать заказы только увидев картинку, к примеру, ткани и прочитав ее описание? Нет, им нужно ее потрогать, растянуть, помять, намочить, а иногда, и поджечь, оценить ее качество и запомнить, а вот потом можно и интернетом воспользоваться.

Любая продукция при одинаковых характеристиках может очень сильно отличаться по качеству и свойствам. Покупать текстильные материалы, да еще и оптом, не изучив их досконально, в живую, это очень большой риск. Да и готовая продукция тоже требует внимательного к ней отношения при заказе партии. Без живого контакта невозможно точно и ясно понять хорош ли товар.

Выбор. Посетителю выставки дают прекрасную возможность сравнить продукты, он может посетить не один десяток стендов, что значительно сокращает его время в выборе продуктов, которые при отсутствии выставки сопоставить нереально в силу географического расположения производителей.

Ну а в некоторых видах товаров, например, крупногабаритных швейных, вышивальных, печатных и прочих машинах, фактор наглядности играет основную роль, если образец ткани можно отдать клиенту для сравнения, то большую машину и даже компактную швейную, поставщик точно не повезет к клиенту, чтобы тот мог сравнить ее характеристики, внешние качества и увидеть в работе. Возможность сравнения продуктов делает их достоинства более очевидными и позволяет клиентам сделать обоснованный выбор.

Лучшее. На выставке всегда представлено все лучшее! Здесь посетитель может найти «своего» поставщика, ведь когда люди не уверены в своем решении приобрести товар они идут туда, где представлен самый большой ассортимент интересующей их продукции, и тут то выставки выигрывают по всем параметрам, ведь здесь концентрация компаний, предлагающих похожий товар самая большая.

Общение. Давайте не будем забывать о живом общении, которое выставка дает в полном объеме. Никакие видео-чаты и он-лайн конференции не заменят простого живого контакта. Живой контакт для бизнеса значит многое, он помогает лучше понять клиента, его предпочтения и желания, есть возможность сразу ответить на все вопросы и активно влиять на принятие решения. Встречи на выставке – это коммуникация, которая облегчает дальнейшие контакты и работу с клиентами.

Конкуренция. Конкурентов надо изучать и анализировать. Знаете, что любят делать директора компаний на выставке? Они ходят смотреть на конкурентов. Никто не отменял - «лучше один раз увидеть,





« **Официально.** От имени организатора ярмарок «Текстильлегпром» хочу поприветствовать участников и гостей с началом работы 54 Федеральной оптовой ярмарки товаров и оборудования текстильной и легкой промышленности «Текстиль-легпром» и пожелать всем конструктивной работы, хороших деловых контактов и решения коммерческих задач!

чем сто раз услышать». Производитель может потратить часы, дни, собирая досье на своих конкурентов. Завести на каждого папку с общедоступными данными из не факт, что правдивых источников. Но если приехать на выставку, то можно увидеть сразу много конкурентов, оценить их, кто и что представляет, старое или новое, а главное, как это подано? Подача очень важна на выставке. Подавать себя надо уметь, это большой труд и грамотная подготовка, но об этом в другой раз.

Информация и реклама. Для участников выставка – это целый комплекс рекламных и маркетинговых возможностей. Этот комплекс работает на потенциального клиента, оказывает воздействие на целевую аудиторию, которая в большом количестве присутствует на выставке. Любая профессиональная выставка сопровождается деловой программой. Если организатор выставки делает качественный продукт – то его деловая программа будет отражать рынок. Самые острые и актуальные темы, вот что должно быть в деловой программе. Мероприятия должны помогать находить решения проблем, давать возможность заимствовать опыт и свежие идеи, ну и конечно, повышать свою профессиональную квалификацию. Опять же, выставки дают концентрацию решений проблем, обучения, новых идей.

Я привела лишь несколько причин, почему выставки будут жить, на самом деле причин гораздо больше, но надеюсь, что я убедила скептиков. Мой вывод – интернет технологии могут только дополнять выставки, но никак не заменить их. Выставки нужны любой отрасли, как воздух.

Мы делаем Текстильлегпром уже больше 20 лет, это трудоемкий, но очень интересный процесс. Много поменялось за это время. Меняется площадка, приходят и уходят компании, они растут, реорганизовываются или закрываются, сливаются или разделяются. Мы видим, как меняется текстильная и легкая промышленность, ведь что такое Текстильлегпром? Это отрасль, вся, как на ладони.

От себя. Хочется пожелать компаниям отрасли оперативности, надо увеличивать скорость принятия решений, прошли времена «недельных» согласований. А вот теперь про Интернет! У огромного количества компаний нашей отрасли полное отсутствие адекватной и современной информации в интернете, компании не занимаются своими сайтами и продвижением, не пишут новости и не размещают качественно товар что в настоящее время является большой ошибкой. Привлекайте молодые таланты - пусть пишут, они сейчас много пишут, у них форма общения такая – писать. Вернетесь по окончании нашей ярмарки домой-откройте сайт своей компании, посмотрите, а когда вы размещали последнюю новость? Когда тормозили интернет эфир? Может уже пора! А за молодыми талантами заходите к нам на Хакатон!



Г.В. РТИЩЕВА



54-Я ФЕДЕРАЛЬНАЯ ОПТОВАЯ ЯРМАРКА «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ»

ОРГАНИЗАТОРЫ:

АО «Текстильэкспо»

Национальная ассоциация предприятий текстильной и легкой промышленности (НАПТЛП)

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

11-13 ФЕВРАЛЯ 2020 ГОДА

ХАКАТОН ЛЕГПРОМ – МОЗГОВОЙ ШТУРМ ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



ОРГАНИЗАТОРЫ:

АО «Текстильэкспо», РГУ им. А.Н. Косыгина, Проектный центр развития образовательной среды, Союз молодых учёных

УЧАСТНИКИ МЕРОПРИЯТИЯ:

российские производственные компании, студенты и стартаперы

ВРЕМЯ И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:

Москва, ВДНХ, павильон №75, зал А

Хакатон Легпром – это марафон, во время которого специалисты из различных профессий (технологи, программисты, дизайнеры, аналитики, маркетологи) сообща работают над решением заданий компаний-участников. На Хакатоне Легпром более 100 специально отобранных участников, сформированных в команды, будут решать реальные проблемы, для которых традиционным путем найти решение не получается.

Студенты и стартаперы станут источником инновационных проектов, разработки новых продуктов, идей для переосмысления традиционных бизнес-процессов.

11 ФЕВРАЛЯ 2020 ГОДА

2-ая ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МАРКИРОВКА ИЗДЕЛИЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

11:00-13:30 ч.

Павильон №75, 2 этаж, большой конференц-зал

Обязательная маркировка изделий текстильной и легкой промышленности с 2021 г. Опыт внедрения маркировки. На что обратить особое внимание, чтобы избежать ошибок. 1С Маркировка. Маркировка товаров на терминалах сбора данных. Эти и другие вопросы будут обсуждаться на мероприятии. Профессионалы в области маркировки расскажут об алгоритме действий, возможностях технологий, приведут примеры реального внедрения маркировки и ответят на вопросы.

МОДЕРАТОР



Алексей Гребцов,
Председатель правления
Российской Оутдор Группы

СПИКЕРЫ:



Александр Долгиев,
бизнес-аналитик Центра
развития перспективных
технологий (ЦРПТ)



Лариса Кузнецова,
ведущий эксперт
Ассоциации компаний
розничной торговли (АКОРТ)



Алексей Тимченко,
Директор по технологиям
Альянс Форта



Дмитрий Болтунов,
Руководитель отдела
компании Перый Бит



Дмитрий Болтунов,
Руководитель отдела
компании Перый Бит



Евгений Соболев,
Руководитель ООО «Диар
Групп» (Бином Системс)

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

- Товарные группы, подлежащие маркировке, каталог товаров;
- Регистрация компании в государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров (ГИС МТ), обмен данными о продажах;
- Код маркировки: структура, эмиссия, регистрация, нанесение;
- Организация маркировки товаров на производстве;
- Организация работы с маркированным товаром, ввод и вывод из оборота маркированных товаров;
- Оптовая и розничная продажа маркированного товара, маркировка остатков;
- Расходы производителя, оптовика и розницы на маркировку товаров;
- Практический опыт внедрения маркировки товаров.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ. РОССИЙСКАЯ ПРЕМЬЕРА. «Новейшие сублимационные принтеры Epson SC-F6300 и Epson SC-F500»

13:30-16:00 ч.
Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 215

Презентация и позиционирование принтера Epson F6300 и F500 на современном российском рынке. Новая модель Эпсон SC-F6300 – первое профессиональное решение для печати по ткани в малом классе (ширина печати 112 см). Новая модель Эпсон SC-F500 – первый в мире сублимационный принтер сверх малого класса, бюджетный вариант для рекламных агентств, компаний с небольшим объемом печати.

МОДЕРАТОР



Андрей Васильев,
Мировые печатные системы

СПИКЕР



Василий Скворцов,
Мировые печатные системы





СПИКЕРЫ:



Юлия Сидорова,
Epson СНГ



Михаил Гудков,
Epson СНГ



Михаил Хоткин,
ООО «Текстиль и Технологии»



Иван Тесленко,
ООО «Текстиль и Технологии»



12 ФЕВРАЛЯ 2020 ГОДА

ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР «Wildberries. Как развивать свой бизнес в e-commerce»

11:00-12:30 ч.

Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 239

Николай Габелия расскажет, какие возможности есть у WB для поставщиков в e-commerce. Какие преимущества и возможности появляются у партнёров при работе с компанией. Объяснит, как начать работать с Wildberries, представит пошаговый алгоритм действий и расскажет про все нюансы.

Wildberries – международный онлайн-гипермаркет универсального формата или маркетплейс – торговая площадка с товарами компаний-партнёров. Компания напрямую сотрудничает с производителями и официальными дистрибьюторами.

Ассортимент Wildberries насчитывает свыше 3,6 млн товаров от 30 000 российских и зарубежных брендов: одежда и обувь, детские товары, аксессуары, товары для дома, ювелирные украшения, техника и электроника и многое другое

СПИКЕР



Николай Габелия,
*руководитель проектов
Центра экспертизы
электронной коммерции
Wildberries*

WILDBERRIES

СЕМИНАР

«Наука – производству. Инновации в текстильной и легкой промышленности.»

13:30-15:00 ч.

Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 237

Ведущие специалисты главного отраслевого университета – РГУ им. Косыгина расскажут об инновационных разработках в текстильной и легкой промышленности и представят: прикладные научные исследования, опытно-конструкторские работы, проекты внедрения инновационных разработок в производство.

МОДЕРАТОР



О.В. Кащеев,
*проректор по научной работе
РГУ им. Косыгина*



ПРЕЗЕНТАЦИЯ: «ПЛАСТИЗОЛЕВЫЕ КРАСКИ WILFLEX»

14:30-16:00 ч.

Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 237

СПИКЕР



Сергей Качалов,
Дигл-Дизайн

Пластизолевые краски WILFLEX. Решения для индустриальной трафаретной печати. Демонстрация процесса печати пластизолевыми красками WILFLEX на автоматическом печатном станке PRINTEX HURRICANE SLE 10/12 (14:00-18:00 ч., павильон №75, Зал А, стенд № ТЛМ-7С)

СЕМИНАР: «РАБОТА С ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ: КАК СТАТЬ ПОСТАВЩИКОМ ТОРГОВОЙ СЕТИ «ХОРОШИЙ ВЫБОР?»

12:30-14:00 ч.

Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 237

Семинар для производителей домашнего текстиля и трикотажных изделий. ТС «Хороший выбор» ищет лучшие товары федеральных производителей для регионов, выводит на широкий рынок уникальные или региональные товары, пользующиеся высоким спросом в конкретном регионе. Представители ТС «Хороший выбор», ответят на вопросы потенциальных поставщиков, расскажут о возможностях и условиях сотрудничества.

«ХОРОШИЙ ВЫБОР» – АЛЬЯНС РЕГИОНАЛЬНЫХ РИТЕЙЛЕРОВ

Уникальный проект в мире ритейла, объединяющий мультиформатные региональные сети-франчайзи с географией торговли от Петрозаводска до Владивостока. Более 750 магазинов в 9 регионах РФ с едиными форматами магазинов, структурой ассортимента, коммуникацией, классификатором товаров и т.д.

СПИКЕРЫ:



Андрей Экемсеев,
*Директор направления
Департамента развития
ТС «ХОРОШИЙ ВЫБОР»*



Светлана Бирюкова,
*Директор направления
непродовольственные товары
ТС «ХОРОШИЙ ВЫБОР»*



ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР «Экспорт – это легко. Как работать на ALIBABA.COM»

14:30-16:00 ч.

Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 237

ALIBABA.COM – платформа B2B для связи поставщиков и покупателей по всему миру, которая открывает новые возможности для российских товаропроизводителей по увеличению сбыта продукции.

Дмитрий Хаскель расскажет о том, как правильно подготовить товар к размещению на торговой площадке Alibaba.com, как вести переговоры с клиентами из других стран и закрывать сделки.

Поделится секретами поискового ранжирования на маркетплейсе и как выделиться среди множества предложений конкурентов. Будут разобраны кейсы реальных российских компаний, которые используют данный торговый инструмент уже не первый год. Посетители узнают с какими сложностями можно столкнуться при работе на площадке Alibaba.com и как их эффективно преодолеть.

СПИКЕР



Дмитрий Хаскель,
*исполнительный директор
официальной сервисной
компании Alibaba.com (PAL LLC)*



Ubi concordia - ibi victoria

13 ФЕВРАЛЯ 2020 ГОДА

КРУГЛЫЙ СТОЛ
«Регуляторная гильотина» в текстильной и легкой промышленности – ожидания и предложения. Работа комитетов ТК 442 и ТК 424».

11:00-12:30 ч.
Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 237



МОДЕРАТОР
Е.А. Саратцева,
Генеральный директор ОАО «ИНПЦ ТЛП»,
Заместитель Руководителя Роскачества

СПИКЕРЫ:
Галина Яновская, Роспотребнадзор
А.Г. Андрунакиевич, Российский союз
кожевенников и обувщиков
С.А. Беляева, Роспотребнадзор

К участию приглашены представители Минпромторга России, компаний «Смена», «Парижская коммуна», «Кораблик»

ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР «Сублимационная печать на ткани на новых принтерах Epson SC-F6300 и Epson SC-F500»

14:00-14:15 ч.
Павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 239

Основы сублимационной печати. Что такое качественная печать? Анонс предстоящих новинок Epson серии F.

МОДЕРАТОР



Андрей Васильев,
Мировые печатные системы

СПИКЕРЫ:



Юлия Сидорова,
Epson СНГ



Михаил Гудков,
Epson СНГ



Василий Скворцов
Мировые
печатные системы



Михаил Хоткин,
ООО «Текстиль
и Технологии»



Иван Тесленко,
ООО «Текстиль
и Технологии»

ЗАКРЫТАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«Новые технологии в области промышленной вышивки»

ОРГАНИЗАТОР – АО ПКФ «ВЕЛЛЕС»
(участие только по приглашению)

14:00-17:00 ч.,
Павильон №75, Зал А, конференц-зал № 103

ПОДРОБНАЯ ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА НА САЙТЕ WWW.TEXTILEXPO.RU



Международный
салон тканей и фурнитуры
для производства одежды

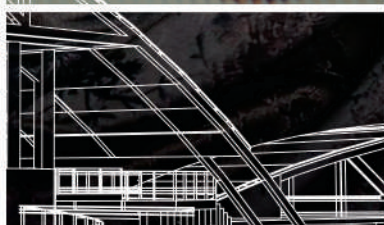
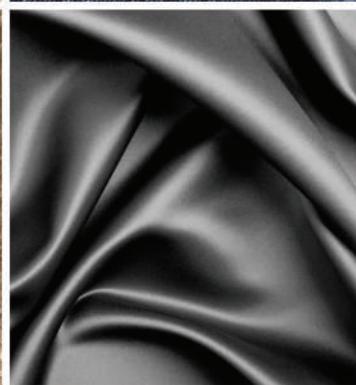


Apparel
Textile
Salon



15-18 сентября 2020
Москва, ВДНХ, павильон №75



Ткани для производства одежды
Искусственный мех
Текстильная галантерея
Пряжа, нитки
Фурнитура
Прикладные материалы



55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильлегпром 
Textilelegprom 

www.textilexpo.ru

16+



Торговая марка «KAZANOV.A.» представляет собой непрерывно развивающуюся компанию по производству элитного постельного белья высокого качества.

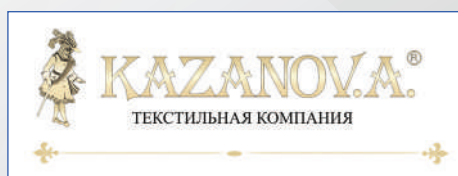
Торговая марка «KAZANOV.A.» представляет собой непрерывно развивающуюся компанию по производству элитного постельного белья высокого качества. Следуя последним тенденциям в мире моды, более двадцати лет компания изготавливает изысканный домашний текстиль. Продукция ТМ «KAZANOV.A.» представлена более чем в двухстах городах России. Продукцию компании можно приобрести в интернет-магазине, с доставкой по всему миру.

«KAZANOV.A.» – текстиль в лучших итальянских традициях современного веяния роскоши, в сочетании утонченного вкуса и неповторимого дизайна. В новом сезоне коллекции полнятся элегантными постельными наборами, подушками, одеялами, пледами, покрывалами, махровыми изделиями и даже аксессуарами для спальни. По версии информационного портала Ткас.ru компания «KAZANOV.A.» занимает восьмое место в рейтинге «Топ 100 лучших производителей постельного белья в России».



Бренд «KAZANOV.A.» прочно закрепился на российском и международном рынке домашнего текстиля, ежегодно принимая участие в международных выставках. Главная отраслевая выставка – федеральная оптовая ярмарка «ТЕКСТИЛЬ-ЛЕГПРОМ», представляющая собой самое крупное в России и странах СНГ мероприятие в сфере текстильной и легкой промышленности. Ярмарка «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ» предоставляет компаниям возможность демонстрировать свои лучшие коллекции и активно взаимодействовать с потребителями. В 2019 г. мы вошли в Национальную ассоциацию производителей текстильной и легкой промышленности. Благодаря членству в ассоциации и взаимовыгодному сотрудничеству с организатором ярмарки – АО «Текстильэкспо» мы получили самые благоприятные условия для успешной реализации торговых взаимоотношений с участниками рынка.

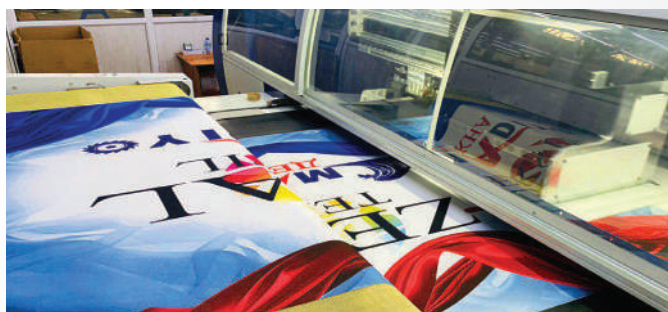
Компания «KAZANOV.A.» из года в год расширяет свое присутствие на международном рынке. А личное общение с партнерами и клиентами на выставке позволяет новым коллекциям становиться на шаг ближе к предпочтениям и вкусам покупателей!





MADIYO, это качество, проверенное временем!

Текстильная компания MADIYO ДЕКНА работает на российском рынке уже 17 лет. Производственную политику компании отличает оптимальное сочетание цены и качества, широкий ассортимент трикотажного полотна, постоянное обновление дизайна. Это позволило компании занять прочное место в списке лидеров рынка текстильной продукции.



Дизайн продукции MADIYO ДЕКНА обновляется постоянно и способен удовлетворить самый изысканный вкус. Кроме этого, возможно изготовление полотна с эксклюзивными рисунками, в том числе предоставленными клиентами. В октябре 2018 года на базе фабрики «ZELAL TEKSTIL» (г. Ташкент) компания MADIYO ДЕКНА запустила цифровую печать на полотне.

География поставок трикотажного полотна, производимого MADIYO ДЕКНА, охватывает всю Россию и многие страны Европы. Компания сотрудничает с предприятиями малого и среднего бизнеса, а также с крупными швейными производствами. Именно за счет больших объемов производства, поддерживаются стабильно низкие цены на трикотажное полотно MADIYO. А стабильный спрос определяет высокое качество.

Компания имеет собственное производство в России и Узбекистане. Объем выпускаемой продукции составляет в среднем 12-15 тонн в сутки. Для производства трикотажного полотна мы используем только высококачественное сырье от лучших поставщиков Узбекистана и России. Трикотажное полотно, выпускаемое MADIYO TEKSTIL, соответствует всем европейским стандартам, производится на современном европейском оборудовании с использованием новейших европейских красителей, при его производстве применяется контроль качества на входе и выходе готовой продукции.

MADIYO ДЕКНА дорожит своей репутацией, качественно и в срок выполняет все обязательства. Нам дороги наши клиенты, и мы стараемся найти персональный подход к каждому, обеспечить надежный сервис, максимальное выполнение любого заказа.



Пав. №75, Зал А, Стенд D-1

Оптово-розничный торговый комплекс «ТекстильПрофи-Москва»

«Покупатели, которые посетили торговый комплекс «ТекстильПрофи-Москва» становятся его постоянными клиентами»

Торговый комплекс «ТекстильПрофи-Москва» создан в 2003 году. Владельцы комплекса создали новую концепцию оптово-розничных площадок реализации товаров текстильной и легкой промышленности. Это первый все-российский проект, где производителям легко наладить бесперебойные отгрузки, увеличить объем производства и так же наработать новую базу клиентов и покупателей.

Удачное расположение комплекса на федеральной трассе М5 «Урал» в 11 км от МКАД дает возможность подъезда большегрузных машин, минуя пробки и оплату пропусков, предусмотренных для въезда в Москву.

При этом минимизируются транспортные издержки, Специализируясь в узкой области, мы постоянно занимаемся привлечением партнеров со всей России и стран ближнего и дальнего зарубежья.



ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС «ТЕКСТИЛЬ ПРОФИ-МОСКВА» — ЭТО:

- Крупнейшая площадка сбыта текстильной продукции в России.
- Максимальная концентрация покупательской активности.
- Бесперебойные отгрузки (включая обслуживание еврофур).
- Оборудованные складские блоки.
- Выгодные условия аренды.



Пав. №75, Фойе, Стенд У-3



Компания Дилантекс – это российское производство трикотажного полотна непревзойденного турецкого качества

«Дилантекс» – крупный отечественный производитель трикотажной ткани, который успешно работает на рынке России более 10 лет.

Производственные мощности компании позволяют выполнять объемные заказы. Ежемесячно «Дилантекс» выпускает более 400 тонн продукции.

Для удобства клиентов всегда в наличии представлен большой ассортимент трикотажного полотна на складах в городах Москва и Иваново. Эффективная система логистики дает возможность выполнять любые заказы в самые короткие сроки. При этом важнейшим критерием работы компании остается стабильно высокий уровень качества продукции.

Особое внимание компания уделяет работе с деловыми партнерами. Профессиональные менеджеры учитывают все пожелания клиентов относительно вида, фактуры и объема приобретаемого полотна, а дизайнеры предлагают современные и эстетичные цветовые решения.

Разнообразие трикотажной ткани и широкая цветовая палитра удовлетворяют самые изысканные/пожелания клиентов.

Эксперты компании подберут необходимый оттенок полотна и окрасят в цвет по вашему запросу. В наличии также широкий выбор узоров для набивных тканей и новинки – жаккардовые полотна.

По желанию заказчика специалисты «Дилантекс» с десятилетним опытом работы создадут эксклюзивный дизайн и клише с авторским рисунком.

Многолетний опыт, применение новейшего оборудования, автоматизированных конвейерных линий и современных методов окрашивания помогает компании динамично развиваться и завоевывать доверие клиентов.

80% новых заказчиков приходят по рекомендациям от других потребителей текстильной продукции. Более 1000 швейных предприятий сегодня сотрудничают с «Дилантекс».

Оптимальное соотношение цены, качества и сроков исполнения заказа – составляющие успеха компании. Непрерывное обновление дизайнерской линейки, высокотехнологичное оборудование и слаженная работа коллектива приносят отличные результаты, а отзывы клиентов – лучшее тому подтверждение.





«НОЯ ТЕКС» —

Современные технологии и многолетние текстильные традиции

Продукция, которая привносит ценность в жизнь, постоянно изменяется в ногу с рынком, сочетая в себе лучшее качество, приемлемую цену.

Трикотаж составляет почти половину гардероба каждого из нас, начиная от нижнего белья и заканчивая трикотажными изделиями верхней одежды. Трикотаж комфортен, хорошо сочетается, скрывает недостатки фигуры, подчеркивает достоинства.

Турецкий текстиль известен давно и широко. Современные технологии тесно переплетаются с многолетними текстильными традициями. Торговая столица Турции Стамбул веками поставляли шикарные восточные ткани ко дворам европейских королей.

Сегодня на текстильном рынке высоко ценится турецкий трикотаж. Активно работает в секторе трикотажных полотен компания «НОЯ ТЕКС».

«НОЯ ТЕКС» является эксклюзивным представителем компании «Тораман Текстиль» (Турция) в Москве.

Компания постоянно изучает российский рынок текстиля.

Опытная команда специалистов-профессионалов своего дела ежедневно вкладывают свою любовь, знания и труд в создание новых дизайнов для трикотажных полотен.

Создавая трикотажное полотно, компания учитывает тенденции эстетики и культуры, предлагает каждому производителю качественное сырье, отвечающее нормам международного стандарта, для производства конкурентноспособной продукции не только на нашем рынке, но и за рубежом.

Компания «НОЯ ТЕКС» поставляет практически все виды трикотажных полотен: кулирная гладь, интерлок, рибана, кашкорсе, лакоста, селаник, футер двухнитка, футер трехнитка, вискоза, закум, мелисса, ажур, джерси, академик, жаккардовый интерлок, махра, велюр, капитоне. Ассортимент постоянно обновляется. Продукция отличается высоким качеством, широкой цветовой гаммой.

Производитель полотна работает, уважая здоровье человека и не отставая от мира технологических разработок и информации на самом высоком уровне.

Цель производителя и компании в краткосрочной перспективе – создать новые ценности для клиентов, разработать новые и оригинальные проекты. Развивать успех, не ставя под угрозу качество!

Быть с клиентами не только во время продаж, но и после. Цель производителя и компании «НОЯ ТЕКС» в долгосрочной перспективе – увеличить объем выпускаемой продукции, используя ресурсы эффективно и точно в соответствии с сегодняшними и будущими ожиданиями клиентов, и сделать бренд мировым, распространив точки продаж по всему миру, которые на сегодняшний день присутствуют в важных текстильных центрах мира.



Продукция, которую представляет компания «Сим Текс», привносит ценность в жизнь, постоянно изменяется в ногу с рынком, сочетая в себе лучшее качество, приемлемую цену.

Собственный отдел дизайна представляет новые коллекции в соответствии с модными тенденциями.

Использование машин для покраски и экологически чистых красящих систем позволяет окрашивать полиамиды, полиэстеры, вискозы и смешанные ткани. При этом окружающей среде не наносится вред и производится безопасная и качественная продукция.

Превосходное качество трикотажных полотен контролируется в производстве в соответствии с международными документами качества, и использованием ультрасовременных машин контроля качества EVS и SVE.

От упаковки продукции до отгрузки клиенту все операции выполняются автоматически. Богатый машинный парк позволяет осуществлять упаковку рулонами и чулками.



Пав. №75, Зал А, Стенд D-7

Магия от Балтийского текстиля

Новинка компании –

Курточная ткань Аквастайл TPU 3000

Качественная курточная ткань полотняного переплетения. Отличительная особенность курточной ткани Аквастайл: при попадании на поверхность ткани жидкости, на ней проявляется принт (технология Magical print). Благодаря наличию TPU 3000, ткань AquaStyle надежно защищает от промокания, что позволит комфортно проводить время на улице даже во время сильного дождя. Материалы с такой обработкой обладают мягкостью, легко драпируются и не придают жесткости готовому изделию.



Курточная ткань «Аквастайл» предназначена для производства удобной и запоминающейся верхней одежды для детей и взрослых.

Компания также выпускает:

- Ткани для рабочей одежды ОПЗ,
- Ткани для огнезащитной одежды;
- Ткани для сигнальной одежды;
- Ткани для медицинской одежды;
- Курточные ткани;
- Камуфлированные ткани;
- Фурнитура и сопутствующие материалы.

Все ткани и материалы, а также новинки ассортимента будут представлены в виде образцов.

Стенд Р-9 в зале В, пав. 75

FABREEX – ткани, оборудование и расходные материалы для печати



На «Текстильлегпром» будет представлена новая ткань. Ткань блэкаут настолько плотная, что способна практически на все 100% блокировать не только солнечный свет, но и любой посторонний шум. Вот почему шторы из данной ткани – настоящая находка для спальни, кабинета и гостиной. Примечательно, что дизайн гардин возможен абсолютно любой. Стоит отметить, что для блэкаута подходит сублимационный вид печати. Готовое изображение впечатляет своим качеством и не подвержено механическим воздействиям.

FABREEX
TEXTILE SOLUTIONS

Компания FABREEX выполняет работы по печати на ткани любой сложности. Это новое слово в дизайне интерьера!

Стенд С-7 в зале А, пав. 75

Инновации от OLDOS

Компания OLDOS продолжает развивать ассортимент тканей и представит на 54 федеральной оптовой ярмарке «ТЕКСТИЛЬГЕПРОМ» самые актуальные и современные материалы. Посетите стенд компании и узнайте об эко-ткани Claire Eco WR PU milky,



влагоотводящем трикотажном полотне нового поколения с асимметричным крестообразным сечением волокон COOLPASS, о современном решении в тканях для пошива одежды медперсонала и работников сферы обслуживания – новинке «Флай-люкс». Confidence – высокотехнологичные мембранные ткани различных фактур от OLDOS, которым можно доверять, недаром Confidence в переводе с английского означает уверенность. Изделия из мембранных тканей Confidence отвечают современным требованиям рынка – они долговечны, хорошо защищают от дождя, высокой влажности, ветра и снега, при этом позволяют телу дышать.

Специалисты компании проконсультируют вас по преимуществам и особенностям тканей и подберут оптимальный вариант, отвечающий вашим потребностям!

OLDOS – экспертный подход под любой запрос!

Стенд 0-10 в зале В, пав. 75

«АЙРИС»

Одна из крупнейших компаний федерального уровня на оптовом рынке швейной фурнитуры, товаров для рукоделия, творчества и текстильной галантереи.

Компания является представителем всемирно известных зарубежных компаний – «Prym», «Gütermann», «Vervaco», «Clay and paint factory», «Zweigart», «Glorex» и многих других из России, Китая, США, Германии, Бельгии, Турции. Кроме того, компания производит товары под собственными торговыми марками: «Hobby&Pro», «Bestex», «Astra&Craft», «Astra Premium», «BOS», «Созвездие», всего более 25 собственных торговых марок.

Посетители Ярмарки «Текстильлегпром» найдут на стенде компании «Айрис»:

- Более 100 тысяч номенклатурных позиций в 15 товарных направлениях.
- Торговое оборудование для организации продажи товаров в розничном магазине. Более 30 комплексных предложений товаров с бесплатным торговым оборудованием.
- Приглашение лично ознакомиться с товаром на складе формата «Cash&Carry» площадью 2500 м² в Санкт-Петербурге.



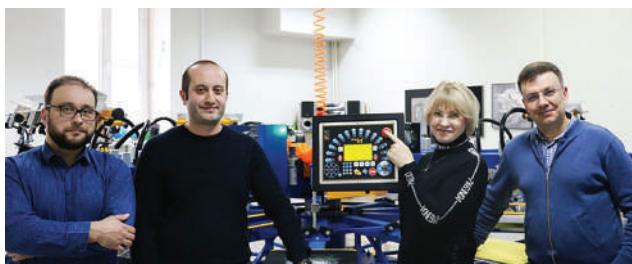
На торговых площадях размером более 6000 кв. м. выставлены все наиболее известные торговые марки, продающиеся на территории России.

Стенд 0-19 в зале В, пав. 75

Открытие демозала «PRINTEX» в технологическом центре компании «ДИГЛ ДИЗАЙН»

В конце 2019 года в технологическом центре компании «ДИГЛ ДИЗАЙН» был запущен комплект оборудования «PRINTEX» во главе с автоматическим полностью сервоприводным печатным станком HURRICANE SLE 8/10 с максимальным форматом печати 80x60 см.

Генеральный директор компании «PRINTEX RUSSIA» Акакий Джваршеишвили отметил: «Мы понимаем, что необходимость такого мероприятия



назрела уже давно. На сегодняшний день в России и странах СНГ установлено более 100 автоматических печатных машин «PRINTEX». Естественно для выхода на новый уровень оказания технологической поддержки нам необходим был мощный профессиональный партнер, каковым является компания «ДИГЛ ДИЗАЙН» (www.diglprint.ru), имеющий 25-летний опыт работы не только в сфере поставки расходных материалов для шелкографии, но и также оказания технологической поддержки и профессионального обучения трафаретной печати. Наши компании совместно могут предложить полиграфистам гораздо больше, чем по отдельности. Уверен, что клиенты только выиграют благодаря усилиям двух команд».

Установленный в демозале автомат HURRICANE SLE является полностью серво- электроприводным, т.е. основные узлы печатного оборудования приводятся в действие за счет серво и электропривода.

Помимо автоматического печатного станка HURRICANE SLE 8/10 было установлено следующее оборудование:

Ручной печатный станок MAN 8/8 с боковыми зажимами рам. Трафаретный станок MAN представляет собой последнее поколение высокоточных ручных систем, гарантирующий стабильность печати, как при воспроизведении высоколинейтурных полноцветных работ, так и при печати плашек.

Ручной станок MAN является идеальным решением для начала бизнеса, а также может служить дополнением к любой автоматической печатной линии, для выполнения коротких тиражей или «сигнальных» образцов. Станок, опционально оснащается системой пневмофиксации трафаретных рам, а также системой вакуумирования.

Туннельная ИК сушка DELTACURE 24114A с 3-х метровой зоной нагрева и конвекционным обдувом для работы с водными и вытравными красками.

Стенд ТЛМ-7С в зале А, пав. 75

«Утренняя заря» использует технологию единого тканого полотна

Российский бренд-производитель ТМ «Утренняя заря» на 54-й выставке ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ представит новую коллекцию одноименного бренда, при создании которой использовались новейшие дизайнерские разработки и инновационные технологии производства. На стенде компании будут представлены полотенца из 100% хлопка, выполненные преимущественно в европейском дизайне.



Отличительными особенностями новой коллекции являются обновленный состав с оптимальной формулой использования жаккарда и велюра для максимальной впитываемости и мягкости полотенец «Утренняя заря», а также использование технологии единого тканого полотна. Эта технология существенно отличается от привычных, когда нанесение изображений осуществляется методом вышивки или принта. Благодаря данной технологии полотенца гораздо дольше сохраняют внешний вид и цвет после многократных стирок.

Качество полотенец соответствует Международному стандарту Oeko-Tex Standard 100.

Стенд L-8 в зале В, пав. 75

Автоматические раскройные комплексы Orox

Компания «ТрансМеталл» на Ярмарке «ТЕКСТИЛЬ-ЛЕГПРОМ» представит настольно-раскройные комплексы OROX iCut итальянского производства.

Резаки серии iCut сочетают в себе новейшие технологии, обеспечивающие высокую производительность и качество резки. Новое поколение двигателей 2G, системы «Умный нож», электронное управление давлением прижимной чаши, широкие возможности настройки вакуума и технология River System (система непрерывной резки) обеспечивает идеальное качество реза различных тканей - от самых мягких и эластичных до самых тяжелых.



Выбирая технологии OROX вы получите оборудование и поддержку в лице технических специалистов компании «ТрансМеталл». Для клиентов компании работает: собственный сервисный центр, квалифицированные специалисты и склад запасных частей. Получить консультацию у специалистов компании можно на

Стенде ТЛМ в зале А, пав. 75

LAB FASHION – уверенное начало

Компания открыта в 2018 году. Верхняя мужская и женская одежда: куртки, пальто, плащи, ветровки. Повседневная мужская и женская одежда, трикотаж: джемпера, кардиганы, платья, блузки. Многие

из нас любят красивую, стильную и комфортную одежду, из качественных и прочных материалов, но зачастую такую одежду предлагают только европейские марки, цены которых не всегда доступны обычному покупателю.



Компания LAB FASHION предлагает Вам познакомиться с новыми российскими марками одежды европейского уровня! Мы производим одежду под двумя марками: LAB FASHION и ELEGRAND. Марка LAB FASHION представляет коллекции одежды для молодых и современных людей. Бренд ELEGRAND ориентирован на более консервативную аудиторию, любящую лаконичный стиль. Мы с уверенностью можем сказать, что наша одежда отвечает всем параметрам дорогих европейских брендов, кроме цены, потому что у нас Вы можете приобрести действительно качественную и стильную одежду по доступной цене от российского производителя! Вы можете приобрести нашу продукцию, как оптом, так и в розницу. Наличие собственного производства позволяет нам предлагать качественный продукт по выгодным ценам, а также производить одежду под Вашим брендом. Также мы предоставляем спектр услуг для оптовых клиентов в сфере дизайна, от разработки дизайна одежды и принтов до создания неповторимого собственного стиля!

Стенд С-17 в зале А, пав. 75

Торговая марка НОВО CODE

Один из самых амбициозных стартапов российской fashion-индустрии 2019 года. Концептуальный масс-маркет, который поражает сочетанием свежести, актуальности, цены и качества.



Самим своим существованием НОВО CODE доказывает, что современная мода должна быть доступной, и этого можно добиться даже в реалиях российской провинции, ведь производится бренд в Саратове, а продается по всей России и всему миру.

НОВО CODE – одежда для настоящих королей хобо – людей с генетической тягой к перемене мест и обретению нового опыта, людей, которые любят и умеют отдыхать и жить со вкусом.

НОВО CODE – шьем с большой русской душой и видом на Волгу.

Стенд С-23 в зале А, пав. 75

T-SOD

Мы постоянно находимся в поиске лучших решений для достижения максимального качества продукции. Каждый покупатель найдет в нашем каталоге что-то, что полностью удовлетворит его требованиям. Наличие собственного производства позволяет вносить в нашу продукцию любые коррективы по требованию клиента.

Более 17 лет мы успешно работаем под собственной маркой нижнего белья и одежды из хлопка T-SOD. Также представлена домашняя одежда и одежда в стиле casual. В России её представляют компании: ООО «Торговый дом «Бирюза Групп», ООО «Фламинго Новосибирск», ООО «Фламинго Питер»

Собственное производство находится в Ташкенте – фабрика «Бирюза Групп» является одним из крупнейших производителей и поставщиков одежды из хлопка. Наличие полного цикла производства – от изготовления полотна до разных видов отделки (печать, вышивка) и фурнитуры – позволяет нам расширять ассортимент и не делать его однообразным. В производстве наших изделий мы используем натуральное сырье – хлопок высшего сорта с добавлением эластана. Для выкраса полотна используем натуральные безвредные красители. Фабрика оснащена современным оборудованием. Высококвалифицированные специалисты работают по специальным турецким технологиям.

Мы постоянно стремимся удовлетворить требования наших заказчиков, превзойти их ожидания, создать имидж предприятия высокой культуры производства. Всё это, залог долгого и плодотворного сотрудничества, с нами.

За 17 лет успешной работы мы наработали качество и заслужили хорошую репутацию среди наших покупателей и конкурентов. Осуществляем доставку до всех городов РФ любой транспортной компанией, услугами которой наиболее удобно пользоваться.

Стенд В-6 в зале А, пав. 75



EPSON – Российская премьера

На 54 Ярмарке «Текстильлегпром» состоится российская премьера новейших сублимационных принтеров Epson SC-F6300 и Epson SC-F500. Это первые в мире сублимационные принтеры малого и сверх малого класса.

Откройте для себя весь потенциал сублимационной печати с новыми компактными принтерами Epson. Используйте устройства для создания самой разнообразной продукции – как текстильной, так и рекламной, спортивных товаров, предметов домашнего декора, вывесок, флагов и многого другого!

Новая модель Epson SC-F6300 – первое профессиональное решение для печати по ткани в малом классе.

Сублимационный принтер Epson SC-F6300 может использоваться для печати как средних партий продукции, так и пилотных экземпляров. Принтер может печатать как «в пол», так и с намоткой из рулона в рулон. Это стало возможным благодаря опционному модулю подмотки, ранее недоступному на прошлых сериях принтеров F6200 и F6200. Печать с рулона на рулон с рабочей шириной 44 дюйма (ширина печати 112 см) пользуется все большей популярностью, в первую очередь благодаря наилучшему соотношению цена/возможности и увеличившегося предложения не широких тканей (90-110 см)



Новая модель Epson SC-F500 – первый в мире сублимационный принтер сверх малого класса, бюджетный вариант для рекламных агентств, компаний с небольшим объемом печати. Аналогов в мире нет.

Принтер Epson SureColor SC-F500 – это надежное решение формата 24 дюйма (61 см) для печати на сублимационных носителях. Принтер имеет низкую стоимость и компактные габариты, благодаря чему он эффективен для печати продукции малого формата или для запуска нового бизнеса цифровой сублимационной печати. Принтер полностью разработан и произведен компанией Epson, что гарантирует качество, скорость и надежность, оптимизированные для достижения максимальной производительности.



Новые принтеры в России представляет компания «Текстиль и Технологии» – техническое и технологическое бюро, специализирующееся на построении цифровых печатных комплексов по синтетической и натуральной ткани. www.t-textile.ru

T&T | **EPSON®**
TEXTILE AND TECHNOLOGY | EXCEED YOUR VISION

Узнать подробности и увидеть принтеры в работе можно на презентациях, которые пройдут:

- 11 февраля, 13.30-17.00 ч.,
ВДНХ, павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 215
- 13 февраля, 11.00 - 14.15 ч.,
ВДНХ, павильон №75, 2 этаж, конференц-зал № 239

Компания «Меркурий» – производитель Российской технологичной ткани с инновационными решениями

Компания производит многослойные материалы с мембраной по запатентованной технологии GLUE AIR WEB и ткани с уникальной печатью.

На данный момент компания MERCURYTEX является крупнейшим в России производителем мембранной ткани для верхней одежды с собственной студией разработки дизайнов и печати на ткани. Мы являемся компанией №1 в России и единственной по многим факторам:



- технологическая цепочка не имеет аналогов в России и позволяет соблюдать правильную последовательность - разработка дизайна и нанесение его на ткань, после этого этапа приступаем к покры-

тию мембраной (при необходимости дублируем дополнительными слоями), что позволяет сохранить качества мембран;

- наша уникальность в покрытие мембраной заключается в запатентованной технологии «GLUE AIR WEB» - нанесение клея и возможность подготовки клеевого состава под разные виды материалов, благодаря чему производство способно дублировать любое количество слоев, материалы различной плотности, все виды пленочных мембран (в том числе би-компонентные);

- качество печати с помощью технологии «ФОТО-ПРИНТ» не уступает цифровой печати по качеству, а по скорости заменяет 300 принтеров «мимакси»;

- сроки производства заказов сокращены до 5 рабочих дней;

- подход к производству только через тесты и изготовление пробных образцов, их оценки по заданным параметрам, собственная лаборатория позволяет делать замеры по основным важным критериям для мембранной ткани;

- постоянная работа над качественным и бережливым подходом в работе с материалами позволило снизить потери до минимальных показателей в 3%;

Вся ткань соответствует мировым стандартам качества и производится исключительно из качественных материалов.

Стенд О-5 в зале В, пав. 75

Текстильная компания ЛайМ представит новую коллекцию из жаккарда

Стиль компании – современные, эффектные и запоминающиеся коллекции тканей и комплектов постельного белья. Модные принты и элегантные модели, актуальные оттенки, и приятные на ощупь натуральные ткани принесут в ваш дом комфорт, уют и стиль современных течений.

Качество товаров постоянно растет, ведь не даром девизом компании является «Безупречно во всем».

Сотрудники компании ЛайМ используют для создания продукции только натуральные ткани из 100% хлопка, отечественное производство, сохранившее в себе вековую историю, и лучшие традиции.

Среди новинок февраля: коллекция жаккардовых тканей и постельного белья из них, ясельные комплекты и халаты для детишек из нежной фланели, изготовленной в России из 100%хлопка.

Собственное производство компании позволяет быстро реагировать на изменения рынка и выпускать эксклюзивную продукцию

Дизайнеры ЛайМ в феврале будут презентовать яркие авторские принты тканей. Так посетителей порадуют новые коллекции сатинов, поплиновой группы и изделия из них.

Стенд N-15 в зале А, пав. 75



Океан стоит увидеть лишь однажды, чтобы потом скучать по нему всю жизнь

Патрик Несс

Дизайн стенда **TM MONA LIZA** на федеральной выставке «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ» обращен к проблемам экологии и мирового океана.

В нашей стране тема экологического дизайна, к сожалению, не находится в числе приоритетных. В то время как во всем мире этой теме уделяется все больше внимания. Общеизвестная среди ведущих дизайнеров в области текстиля и интерьера, международная платформа под названием What design can do? поднимает вопросы взаимодействия экологии и дизайна, создавая экологические проекты известные во всем мире. Институт цвета Pantone второй раз подряд выбирает цвета, связанные с мировым океаном, чтобы привлечь внимание к проблемам его сохранения. И трендовым цветом 2020 и 2021 гг., признан Classic Blue (классический синий), цвет океанского спокойствия.

Постепенно происходит переосмыслением роли человека в мире, и на волне “зелёной” философии появилось новое отношение к окружающему нас пространству: главным принципом стала “гармония с природой”.

Экологический дизайн или «эко-мода» («этичная мода», «зелёная мода», «осознанная мода») появилась как ответ на массовое производство, вредное для окружающей среды, глобализацию и унификацию всего и вся, стандартизацию городской застройки, интерьеров, лишенных индивидуальности, урбанизацию предмета и отсутствия во всем этом внимания к внутреннему миру человека. Экодизайн сегодня становится потребностью для многих людей, поскольку существует чрезвычайно высокая взаимосвязь между гармонией внутреннего состояния человека и визуально воспринимаемым окружающим миром.

Дизайн оказывают существенное влияние на нашу жизнь, ее эстетические и функциональные свойства, а главное - ее адекватность человеку и природной среде. Отвечая на вопрос: «Что способен сделать дизайн?», и, оставаясь социально ответственной компанией, мы шли от природы и от человека, мы создали стенд, посвященный мировому океану. Ведь, как сказал Артур Кларк: «Довольно неуместно называть эту планету — Земля, когда очевидно, что она — Океан.»

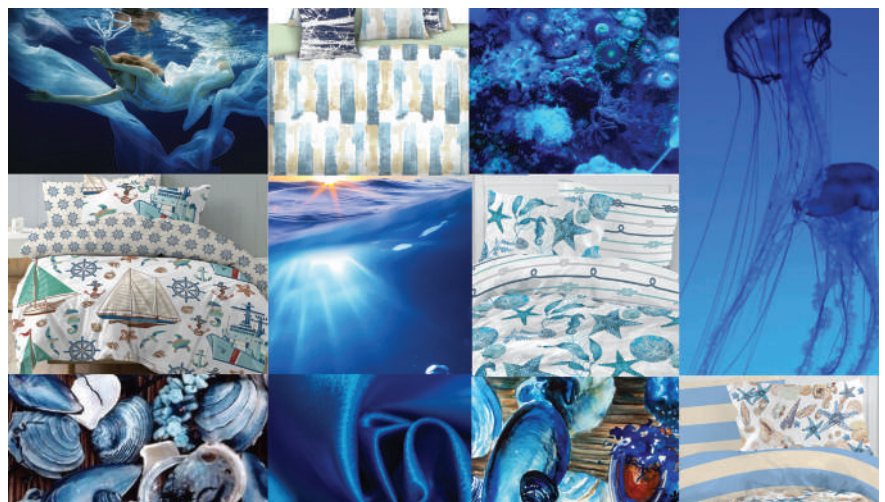
Океан – великолепный источник вдохновения. Благодаря океану, морской воде и подводному миру было создано множество прекрасных вещей. Прикасаясь к океану, мы прикасаемся к вечности. Именно в океане она берет свое начало.

Огромные скаты, рассекающие пространство, капли воды, имеющие идеальную форму шара, необыкновенные медузы, парящие в глубинах океана, и ветер, раздувающий паруса вашего воображения, – все это вы найдете на нашем стенде.

Надеемся, что используя антропологический подход, этику сосуществования с природой и эстетическо-художественное восприятие мира, нам удалось привлечь внимание к глобальным проблемам и соединить в экспозиции не только коммерческие аспекты, но и частичку прекрасного.

Лучше один раз увидеть, и мы приглашаем вас на наш стенд, «окупиться» в волшебный и загадочный мир мирового океана.

Стенд М-1 в зале А, пав. 75



**ПОЗДРАВЛЯЕМ
С ЮБИЛЕЕМ**

РГУ им. А.Н. Косыгина

100 ЛЕТ!







АСИЗ – Ассоциация разработчиков, изготовителей и поставщиков средств индивидуальной защиты

Интервью с В.И. Котовым, Президентом Ассоциации «СИЗ»



Владимир Иванович
КОТОВ
Президент Ассоциации «СИЗ»

АСИЗ: информация об организации

Ассоциация разработчиков, изготовителей и поставщиков средств индивидуальной защиты (Ассоциация СИЗ) – общественная организация, которая объединяет более 100 компаний, разрабатывающих, изготавливающих и поставляющих СИЗ на территории России, стран ближнего и дальнего зарубежья. Среди членов АСИЗ есть ведущие НИИ, представительства крупнейших международных компаний, учебные центры, институты, сертификационные органы и лаборатории. Членскими организациями АСИЗ являются отдельные ассоциации, которые объединяют компании, работающие в области спецоценки условий труда (СОУТ) и обучения.

Какова сегодня ситуация на рынке средств индивидуальной защиты и какую роль играет на нем АСИЗ?

– Наш рынок является четвертым по размеру и ёмкости, выражаемой в мировых деньгах – это около 160 млрд руб. в год без НДС (без учёта силовых структур). Впереди нас лишь США, Китай и Германия. Кроме того, наш рынок – самый быстрорастущий в Европе.

Доля членов АСИЗ в общем объеме российского рынка оценивается более чем в 100 млрд руб. в год. На предприятиях АСИЗ трудятся более 100 тысяч человек.

Мы единственная подотрасль в лёгкой промышленности, которая показывает стабильный рост, и во многом

здесь заслуга именно Ассоциации СИЗ.

Рынок СИЗ в РФ растёт на 10-15% ежегодно за счёт инициатив АСИЗ по совершенствованию законодательства и активной работы по убеждению работодателей в необходимости улучшать условия труда и обеспечивать безопасность работающего человека.

– Что дает предприятиям членство в АСИЗ?

– Есть пять причин присоединиться к Ассоциации разработчиков, изготовителей и поставщиков средств индивидуальной защиты:

1. Возможность участвовать в разработке и корректировке нормативных актов.

Компаниям по отдельности сложно влиять на принимаемые государством решения. Мало того, государственные

чиновники по понятным причинам не горят желанием общаться с представителями коммерческих структур. Другое дело отраслевые союзы. Ассоциация СИЗ дает возможность участвовать в создании национальных ГОСТов и стандартов, в первую очередь - это нормативные акты уровня ЕАЭС.

2. Доступ к информационной и интеллектуальной базе данных АСИЗ:

- результаты общественного контроля за органами по сертификации и испытательными лабораториями;

- обмен практическим опытом внедрения и реализации бизнес-процессов в компаниях.

Для примера возьмем самую актуальную на сегодня тему – маркировку. Члены Ассоциации могут воспользоваться опытом компаний, участвовавших в пилотном проекте по маркировке спецбумажной – «Техноавиа», «Восток-Сервис», «Парижская коммуна» и «Модерм». Как рассказал член Ассоциации СИЗ гендиректор ПВ ООО «Фирма Техноавиа» Андрей Попов, на сегодня есть не только проблемы с получением цифровых кодов маркировки. Не меньше сложностей возникает с электронным документооборотом, в силу того, что в отдаленных северных регионах просто нет интернета. Знакомство с готовыми решениями лидеров рынка дает возможность нашим компаниям экономить время и средства.

3. Участие в мероприятиях, которые организует АСИЗ: бесплатных и платных.

Бесплатные финансируются либо Ассоциацией, либо ее партнерами, в роли которых выступают федеральные и региональные органы власти. Это, как правило, федеральные, региональные совещания, конференции и выставки.

На платные мероприятия, организуемые АСИЗ, члены Ассоциации получают скидки, в сумме иногда превышающие членские взносы, своего рода кэшбэк. Например, на выставке «Безопасность и охрана труда» (БИОТ), льгота на участие для членов АСИЗ в 2019 году составила 20%. Ассоциация традиционно организывает российский стенд и российскую делегацию на крупнейшей отраслевой выставке А+А в Дюссельдорфе и других международных форумах и показах. Здесь скидка определяется отдельно в каждом конкретном случае. Целью любого мероприятия, организуемого АСИЗ является обеспечение безопасности работающего человека, продвижение концепции безопасного труда и использования потребителем эффективных и качественных СИЗ.

4. Вовлечение сотрудников компаний в работу по формированию рынка СИЗ.

Сегодня в АСИЗ существует 11 рабочих групп экспертов, в каждую из которых входит по 40-50 представителей членских организаций АСИЗ.

Люди вовлечены в большое и серьезное дело, которое определяет работу данного сегмента промышленности. Они участвуют в обсуждении и вырабатывают решения по самым актуальным и важным вопросам рынка СИЗ. Крайне важно, чтобы не только владельцы и руководители, но и сотрудники понимали, что они делают очень важное и благородное дело для рынка и для людей. Ведется конструктивная работа несмотря на то, что за одним столом иногда находятся компании, жёстко

конкурирующие на рынке. Специалисты находят общий язык, ищут компромиссы и приходят к решениям, устраивающим всех.

5. Формирование будущего развития российского рынка СИЗ.

Мир вступил в эру цифровизации. И этот тренд уже присутствует на российском рынке СИЗ. Будущее средство индивидуальной защиты должно отвечать новым, инновационным подходам. Но прежде чем создавать подобные СИЗ необходимо решить: Что такое инновационные СИЗ? Для кого-то это защитные перчатки из верблюжьей шерсти, а для кого-то это защитные очки с дополненной реальностью. Кто может сформировать определения, направления развития инновационных СИЗ в РФ? Профессиональное сообщество в лице



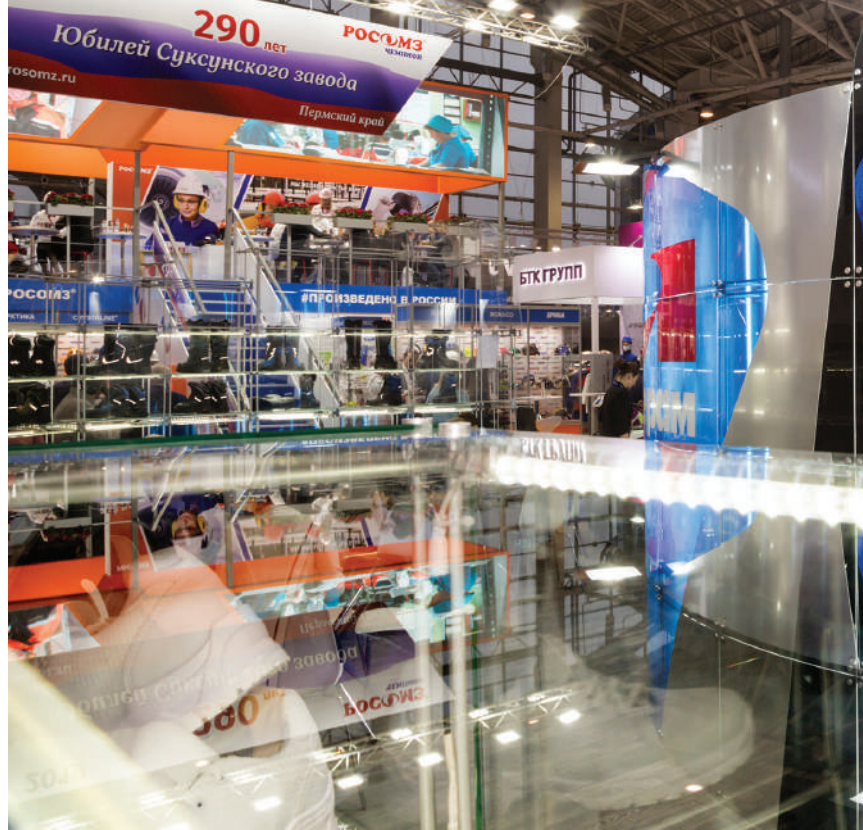
АСИЗ. Формировать будущее рынка СИЗ возможно только через обсуждение и дискуссии на площадках, где участвуют производители и потребители СИЗ, дистрибьюторы, научно-исследовательские институты, испытательные центры.

– Какова роль АСИЗ в государственном регулировании рынка СИЗ, стандартизации, сертификации?

– АСИЗ – член Российской Трёхсторонней Комиссии (Правительство-Работодатели-Профсоюзы) которая определяет и формирует социальную политику в России; член правления РСПП; член правления ФСС; член ТПП РФ.

Члены АСИЗ составляют 80% технического комитета (ТК – 320) Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии.

АСИЗ осуществляет функцию общественного контроля за соблюдением сертификации по Техническому регламенту Таможенного союза 019/2011 «О безопасности средств индивидуальной защиты» (ТР ТС 19)



– Народная мудрость гласит: «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих». Рынок СИЗ должны формировать в первую очередь участники рынка – конечный потребитель и производители СИЗ. Никто кроме нас самих не сможет данным вопросом заниматься так профессионально как мы.

В этом вопросе ни у кого не должно быть иллюзий. На мнение только отдельных коммерческих компаний не будут основываться государственные органы. Государство готово учитывать консолидированную позицию и не станет вступать в дискуссии с отдельными компаниями.

АСИЗ единственное профессиональное сообщество на рынке СИЗ, обладающее абсолютной экспертностью, которое этот рынок формирует и развивает. Мы работаем с мнением каждого участника АСИЗ и умеем формировать необходимое консолидированное мнение. Мы не просто знаем, как это сделать – мы делаем это каждый день.

Один из успехов – разработка и утверждение изменений, которые были одобрены решением Совета Евразийской экономической комиссии от 28 мая 2019 г. N 55 «О внесении изменений в технический регламент Таможенного союза «О безопасности средств индивидуальной защиты»





(ТР ТС 019/2011)». АСИЗ принимала активное участие в разработке этого пакета изменений, работа над ним велась более четырех лет. В 2019 году Ассоциация СИЗ продолжила участие в разработке второго пакета изменений в ТР ТС 019/2011.

Ассоциация выступила инициатором увеличения сроков действия заключений о подтверждении производства промышленной продукции на территории РФ. Ежегодно на подобные заключения производителями спецодежды, тканей, спецобуви, СИЗ тратится более 40 млн. рублей. Процедура сложная и затратная. Предложения АСИЗ по увеличению сроков действия заключений на срок действия сертификата (до 5-ти лет на серийный выпуск продукции) обсуждались на совещаниях в Минпромторге и в ТПП РФ. Наши предложения получили положительное решение и соответствующие изменения в Постановление №719 будут внесены в 2020 году. Большую работу АСИЗ ведет сейчас над новыми правилами при работе в замкнутых пространствах.

Активное участие АСИЗ в рабочих группах по маркировке спецобуви позволило внести около 20 принципиально важных изменений в регламент маркировки, учитывающих специфику производства и торговли спецобувью. И надо не забывать, что в 2020 году грянет внедрение маркировки спецодежды, обсуждение регламента уже идет и АСИЗ активно в этом процессе участвует. АСИЗ проводит консультационную работу о том, чтобы выделить в отдельный проект

маркировку средств индивидуальной защиты (каска, очки, перчатки).

Всего, в ближайшие 3 года, по заданию Правительства РФ будут переработаны 46 правил по охране труда по различным работам. Таким образом АСИЗ активно участвует в работе по всем вопросам, касающимся обеспечения безопасных условий труда в России и СНГ.

– Как рынок СИЗ отвечает на задачи, поставленные правительством РФ, такие как импортозамещение и увеличение объемов экспорта?

– Рост производства ряда групп товаров свидетельствует о постепенной реализации государственной программы по импортозамещению.

Это производство рабочей обуви и спецодежды – единственный сегмент в легкой промышленности, который растёт за последние годы. Как правило это адаптация иностранных технологий средств индивидуальной

защиты. Но, имеются и наши, уникальные, разработки – электродуга, защита от магнитных излучений, защита от биологических факторов, одежда и обувь для экстремально низких температур с подогревом.

Активно процесс импортозамещения идет в производстве высокотехнологичных тканей, утеплителей и обуви на нескользящей подошве. Постепенно вытесняют зарубежные аналоги эргономичные модели одежды и обуви российского производства в сегменте оутдор, особенно те, которые производятся с использованием светоизлучающих элементов.

Экспорт СИЗ в России всё ещё значительно уступает импорту, но и он начал расти. В основном, за счёт стран СНГ. Что же касается развитых рынков, мы экспортируем на них высокотехнологичные изделия, которые либо дешевле иностранных аналогов, либо значительно превосходят их по своим потребительским качествам.



ХАКАТОН ЛЕГПРОМ



Хакатон – странное слово или новый механизм продвижения компании на рынке!



**Олег Вячеславович
КАЩЕЕВ**
проректор
по научной работе
РГУ им. А.Н. Косыгина



**Галина Владимировна
РТИЩЕВА**
генеральный
директор
АО «Текстильэкспо»



**Марк Владимирович
ФЕДОРОВ**
председатель
Союза молодых ученых
РГУ им. А.Н. Косыгина



**Тимур Афисович
ДЖАВАДОВ**
директор Проектного
центра развития
образовательной среды
РГУ им. А.Н. Косыгина

Если, живя в веке прогресса и технологий, вы до сих пор не узнали, что означает это «страшное» слово, давайте прямо сейчас раз и навсегда ликвидируем этот пробел из вашей головы. Слово «хакатон» образовано из двух: «хакер» и «марафон». Получается, «марафон хакеров»? Изначально – почти да. Первый хакатон прошел в 1999 году, и на нем действительно встречались «почти» хакеры – разработчики криптографического ПО.

Однако, сегодня хакатон (hackathon) – это короткое, динамичное и насыщенное проектно-ориентированное соревнование, призванное стимулировать появление новых идей у компаний участников и даже довести их до реализации непосредственно на площадке проведения мероприятия.

Сегодня хакатон – это не страшное слово, а инновационная система управления брендом, которая включает в себя:

Источники инновационных проектов

Каждая компания может испытать до 3х технологических гипотез и получить более 10 ярких и инновационных идей!

Собственные хакатоны начинают проводить и предприятия текстильной отрасли, в которых до последнего времени новые идеи внедрялись сложно, а выпуск новых

продуктовых решений занимает многие месяцы.

Первыми необходимость изменений в отрасли почувствовали отделы маркетинга и рекламы, которые общаются непосредственно с клиентами. Так в АО «Текстильэкспо» инициатором хакатона стал отдел по работе со СМИ. В подразделении отмечают, что формат особенно эффективен не только для разработки новых продуктов, но и для переосмысления традиционных бизнес-процессов.

С идеей организовать собственный хакатон на площадке 54 федеральной оптовой ярмарки «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ» с 11 по 14 февраля 2020 года выступила компания АО «Текстильэкспо», которая до этого приняла участие во II технологическом хакатоне «START-UP СЦЕНА» прошедшем в стенах РГУ им. А.Н. Косыгина. Тогда девизом мероприятия

стал лозунг: «Инженерные кадры – реальному сектору экономики». Хакатон был организован совместно Проектным центром развития образовательной среды и Союзом молодых учёных, а гостями (компаниями-участниками) мероприятия стали:

- АО «Текстильэкспо» – генеральный директор Ртищева Галина Владимировна;
- АО «Егорьевск-обувь», ТМ «Котофей» – директор по маркетингу Капуста Андрей Алексеевич;
- ТО «Монолит» – руководитель отдела домашнего текстиля Кораблина Мария Алексеевна;
- ЗАО МОФ «Парижская коммуна» – руководитель группы моделирования и внедрения женской обуви Минец Вероника Вячеславовна;
- ООО Завод нетканых материалов «Термопол», ТМ «Холлофайбер» – директор по развитию проектов Иванов Владислав Викторович.

Почетным гостем мероприятия стала заместитель директора Департамента государственной молодежной политики и социальных проектов в сфере высшего образования Министерства науки и высшего образования Российской Федерации Герцен М.А.

не пришли бы в голову технологу, сидящему в комфортном офисном кресле в расслабленной атмосфере.

Особый формат мероприятия позволяет объединить на

с кейсами компаний и консультируем на стадии подготовки. Таким образом хакатон становится прекрасной возможностью проявить себя и показать окружающим, проверить свои



II технологический хакатон «START-UP СЦЕНА»

Источник скрытых талантов:

Хакатон – это место встречи чемпионов, площадка на которой компания может найти и провести отбор (по итогам решения кейсов) будущих специалистов готовых трудоустроиться, из более чем 100 участников, прошедших отборочный тур!

Хакатоны уже давно перестали быть средой исключительно для представителей технических специальностей. Они усложнились и превратились в нечто универсальное, применимое не только в сфере IT, но и в урбанистике, медицине, маркетинге, легкой промышленности и других областях. В нестандартных, а иногда и стрессовых условиях даже обычного «классического» хакатона рождаются решения и идеи, которые никогда

площадке 54-ой Федеральной оптовой ярмарки «Текстильлегпром» более 100 участников из различных профессий: технологов, программистов, дизайнеров, менеджеров, социологов, аналитиков, экономистов, маркетологов и дать им возможность с головой окунуться в инновационную деятельность организации под руководством специалистов промышленных компаний с уникальными кейсами. Мы заранее собираем участников в команды, проводим многоступенчатый отбор, проверяем знания и умения, знакомим

знания и приобрести новый опыт. Участие в хакатоне – это огромный рывок в знаниях, который участник вряд ли приобретет самостоятельно. А также это большое количество новых знакомых, которые в будущем могут стать верными партнерами.

Задания (кейсы) участникам хакатона формируют главы подразделений компании. В основном это реальные проблемы, для которых традиционным путем найти решение не получается. Компании понимают, что стартапам-выскачкам легче найти решения бизнес-задач за счет своей гибкости и нестандартного мышления.

Хакатон – это гибкий формат! Если компания-участник верно ставит цели перед его запуском, а организаторы приглашают правильную аудиторию, то она добывается эффективного краудсорсинга.

	Студенты	Разработчики	Стартапы	Сотрудники
Креативность	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
Технические знания	★★★☆☆	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Завершенность проектов	★★★☆☆	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Диджитал трансформация	★★★☆☆	★★★★☆	★★★★★	★★★★★
Популяризация бренда	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆

Активность разных групп участников хакатона



Источник открытых инноваций.

Для современных компаний участие в хакатоне позволяет достичь следующих целей:

- Запустить инновационный рекрутмент: буквально за 24 часа компания может протестировать сотни будущих кандидатов на реальных задачах, а также получить перспективные продукты для дальнейшего развития;

- Сложить образ компании, которая фокусируется на инновациях и новых трендах, а также приспособиться к современным digital-решениям, которые предлагает молодежь;

- Найти новаторские проекты и идеи, найти новые рынки сбыта уже существующих продуктов, а также дать молодым инноваторам возможность развить собственный проект в компании. Тут компании экономят бюджеты и время на решение своих проблем за счет сторонних команд. Компании всегда ищут решения, идеи и чемпионов, которые готовы стать драйверами их развития;

- Прокачать креативность своих сотрудников во время взаимодействия с молодежью. Благодаря тесному общению сотрудники компании становятся менеджерами студенческих проектов, заряжаются энергией получают заряд вдохновения, ведь сотрудникам иногда полезно ломать шаблон привычной корпоративной среды и, хотя бы какое-то время, поработать с кем-то извне;

- У компании появляется шанс повлиять на локальных лидеров мнений, использовать и стать активным соучастником в создании технологической экосистемы, так как на площадке мероприятия зачастую присутствуют представители органов государственной власти;

- Повысить лояльности и запустить маркетинговую кампанию среди молодежи, посредством движения от прямой рекламы к коллаборативной, где участники рассказывают о

компании другим участникам. Участие в хакатоне это вклад в продвижение своего бренда на рынке, ведь это более 10 рекламных площадок с логотипом вашей компании: само место проведения, площадки университетов участников, молодежные социальные сети VK и Facebook, официальные сайты организаторов, общественные и государственные СМИ и печатные издания.

11-14 февраля 2020 г. на площадке 54 федеральной оптовой ярмарки «Текстильлегпром» в павильоне №75 проходит хакатон «ЛЕГПРОМ», организованный АО «Текстильэкспо» и Российским

государственным университетом им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Пожалуй, самым важным этапом при организации данного мероприятия станет этап постановки задачи для участников. Если компания ставит четкие цели, продумывает механику взаимодействия с участниками до мелочей, то мероприятие однозначно окупится. Однако эффект является отложенным и проявляется гораздо позже завершения мероприятия. Участники мероприятия в основном студенты и начинающие стартаперы.

Для начала, компаниям-участникам необходимо определиться, что они хотят получить на выходе. Иными словами, еще на моменте постановки задания (кейса) необходимо проделать за участника всю подготовительную работу по Product Discovery. Для этого на площадке РГУ им. А.Н. Косыгина организуется специальный демо-день (Demo-Day), на котором участникам рассказывают про специфику легкой и текстильной промышленности, про ожидания от

Техническая сложность	Высокая (Proof of Concept и т.п.)	Средняя (прототипы, приложения, интерфейсы)	Обычная (идеи, концепты, сценарии использования)
Ваша цель	стартапы	студенты разработчики	студенты пользователи, клиенты
Маркетинг Популяризация бренда	стартапы	студенты разработчики сотрудники	студенты разработчики пользователи, клиенты
Создание инноваций	стартапы	студенты разработчики сотрудники	студенты разработчики пользователи, клиенты
Рекрутинг	стартапы	разработчики	студенты
Ускорение Digital Трансформации	стартапы	разработчики	сотрудники

Сложность достижения задач хакатона разными группами участников

Бескаркасная палатка для ТМ «Термопол»



Рекламный макет для ТМ «Котофей»



Работы призеров II технологического хакатона «START-UP СЦЕНА»

предложенных идей и про задачи, которые стоят перед компаниями. Именно на этом этапе участники оценивают свои силы. Для компаний-участников мы предлагаем следующую структуру:

1. Высокая техническая сложность достижения цели – необходимы работающие решения, готовые для внедрения в компанию, доказательство патентопригодности.
2. Средняя техническая сложность – по завершению хакатона участники должны представить прототип или интерфейс программы, так заканчивается большинство хакатонов.
3. Обычная техническая сложность – когда у компании есть запрос «нагенерировать» идеи, концепты для бизнеса, получить вдохновение или провести анализ рынков.

Такое разделение максимально облегчит компаниями-участникам поиск релевантных идей!

Однако несмотря на плюсы, хакатон – это не всегда гениальные проекты, а решения могут быть совсем не рабочими. Любые проекты требуют доработки и курирования. Поэтому для компаний-участников и организаторов работа не заканчивается вручением призов, а скорее, только начинается. Чтобы продукт дошел до «витрины», необходима долгая менторская работа, а также мотивация участников продолжить заниматься этой темой.

Еще одним минусом являются затраты на организацию мероприятия. В среднем на хакатон для тестирования идей может уходить около

миллиона рублей. На хакатоны высокой технической сложности может быть затрачено более миллиона рублей, сюда входит денежный приз, затраты на площадку, сотрудников, обслуживание участников и аренду технологического оборудования.

Текстильная и легкая промышленности постоянно требуют свежих идей, поэтому АО «Текстильэкспо» совместно с РГУ им. А.Н. Косыгина активно организует собственный хакатон «ЛЕГПРОМ», который пройдет 11-12 февраля 2020 года на площадке 54 федеральной оптовой ярмарки «Текстильлегпром» в павильоне №75. Для партнеров мероприятия это хорошая возможность за короткий срок проверить гипотезы и протестировать новый продукт, получить обратную связь от его использования, взглянуть на продукты под другим углом. Хакатоны помогают решать нестандартные задачи! Мы убеждены, что хакатон для вашей компании – это новый нестандартный подход к получению инновационных решений, поиск передовых кадров и популяризация деятельности компании и её продукции в инновационной инфраструктуре как университета, так и на глобальном рынке!

Работы призеров II технологического хакатона «START-UP СЦЕНА»

Дизайн постельного белья для ТМ «Монолит»



Рекламный макет для ЗАО МОФ «Парижская коммуна»



МАРКИРОВКА ОБУВНЫХ ТОВАРОВ И ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Глобальная цифровизация не понаслышке окружает рядовых жителей нашей страны во всех сферах нашей жизни. В школах уже нет бумажных дневников, к врачу можно записаться через личный кабинет портала Госуслуг, банковской картой можно оплатить проезд в метро, даже медосмотры на предприятиях могут проводиться дистанционно. «Техногик» и «технократ» - это уже не набор букв, а образ конкретного человека, вовлеченного в процесс цифровизации, увлеченного передовыми технологиями.



Татьяна ПИЛИПЕНКО

Заместитель генерального директора по вопросам стандартизации и технического регулирования ГК «Восток-Сервис»

Большой блок цифровых технологий вошел в нашу жизнь с запуском проектов по маркировке средствами идентификации различных групп товаров. Пилотным стал проект по маркировке контрольными идентификационными знаками (КИЗ) меховых изделий (шуб из различных видов меха). КИЗ – это RFID-радиометка, на которой записан уникальный код мехового изделия, для каждого изделия

свой. КИЗ содержит информацию о том, была ли шуба произведена в России или импортирована, точно ли перед вами соболья шуба, а не из породистого кролика, цвет которой ушлый предприниматель назвал «Соболь». Выгода потребителей в данном случае очевидна: впервые рядовой покупатель может быть уверен, что покупая легальный качественный товар, можно точно узнать, где, когда и кем он произведен. Теперь уже продавец не сможет выдать позапрошлогдний

товар за «новую коллекцию». Государство же получает информацию о том, кто и по какой цене ввез или произвел продукцию на территории России, и кто по какой цене ее продал.

Такая схема позволяет с большой точностью контролировать собираемость налогов, отслеживать оборот меховых изделий и одновременно гарантировать качество и безопасность покупателю.

Если Роспотребнадзор обнаружит в торговом зале или на складе продавца немаркированные КИЗ шубы, то он имеет право не только оштрафовать нарушителя, но и конфисковать меховые изделия. Примеры конфискации на миллионы рублей есть, и это существенно подтолкнуло продавцов «выйти из тени».

Система уникальной идентификации меховых изделий показала свою эффективность и послужила базисом для маркировки других групп





товаров. В первую очередь предложили маркировать изделия, среди которых, по оценкам экспертов, процент контрафакта составляет более 50%. Под контрафактом в данном случае следует понимать не только использование торговых марок без согласия правообладателей, но и продукцию, ввезенную по «черным» или «серым» схемам, или в отношении которой были применены финансовые схемы, позволяющие снизить налоги, а также продукцию, которая не прошла полноценной процедуры сертификации и не может считаться безопасной.

Категорий товаров, которые попали в группу риска, как самые «контрафактные», оказалось несколько: часть фармацевтической продукции; табачная продукция; парфюмерия; шины автомобильные и велосипедные; одежда из кожи; трикотажные женские блузки; мужские, женские и детские куртки, плащи, пальто; постельное, столовое кухонное белье и все обувные товары.

Если говорить про изделия легкой промышленности, то эксперимент начали с обувных товаров. Пилотный проект продлился больше трех лет. В течение этого времени целый ряд российских производителей, импортеров, продавцов обуви перестраивали свои бизнес-процессы, перенастраивали и закупали оборудование, обучали персонал. Итогом всех приготовлений станет обязательная маркировка обуви с 1 марта 2020 года, срок запуска обязательной маркировки изделий легкой промышленности - 1 января 2021 года.

ЧТО ТАКОЕ МАРКИРОВКА ОБУВНЫХ ТОВАРОВ И ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ?

Маркировка обуви и легпрома несколько отличается от маркировки шуб. Если шубы маркируются радиометками, которые изготавливаются на бланках строгой отчетности (КИЗ) в специальных типографиях ГОСЗНАКА, то маркировка других групп



товаров осуществляется с помощью двухмерного машиночитаемого штрих-кода DATAMATRIX. В отличие от привычного штрих-кода в виде вертикальных полос DATAMATRIX более компактный, в виде квадрата и может содержать больше информации. Такие коды называются «средствами идентификации» или сокращенно «СИ» и могут распечатываться на обычных принтерах и наклеиваться на упаковку, товарный ярлык или само изделие в виде стикеров или наноситься в виде печати.

Прочсть информацию на средствах идентификации (СИ) можно с помощью обычного смартфона. При этом вы получите информацию и том, кто является импортером данной продукции, из каких материалов изготовлено изделие, введено ли оно в оборот. Информации достаточно, чтобы быть уверенным, что продукция легальная и безопасная.

Что нужно знать потребителю, покупающему в магазине продукцию, маркированную СИ?

1. Покупатель в магазине не является участником оборота обувной продукции или изделий легкой промышленности. Следовательно, продавец должен при продаже отсканировать СИ с помощью сканера, передать информацию, содержащуюся на СИ, через онлайн-кассу единому оператору системы маркировки и прослеживаемости и отдать покупателю продукцию с уже «погашенным», выведенным из оборота кодом маркировки (СИ).

2. Если в течении 14 дней покупатель решит вернуть продукцию магазин, то продавец обязан ее принять. При этом покупателю нужно постараться сохранить на изделии или упаковке штрих-код DATAMATRIX, так как это позволит продавцу вернуть продукцию в оборот без особых проблем. Если штрих-код не сохранился, то продавцу будет крайне проблематично идентифицировать конкретную пару в общем обороте, и вам могут отказать в возврате. По истечении 14 дней вернуть продукцию в магазин будет невозможно.

3. Если вы пришли в магазин, отсканировали с помощью смартфона СИ и увидели, что данная пара обуви





в это время должна находиться в другом городе, или у другого продавца, или такого кода вообще не существует, то с высокой долей вероятности вы имеете дело с контрафактом. В этом случае вы можете с помощью специального приложения на смартфоне отправить информацию единому оператору системы маркировки и прослеживаемости, и в торговой точке будет проведена внеплановая проверка.



4. Если вы приобрели продукцию для себя или членов своей семьи во время отпуска или командировки за границей, то такие изделия маркировать не нужно. Вы без проблем пройдете по зеленому коридору таможенной зоны. То же касается образцов для выставок или демонстрации потенциальному клиенту. Но если вы решили выставить образец в торговом зале, то в этом случае ему уже потребуется маркировка СИ.

5. Если вы приобретаете спецодежду, спецобувь, постельное или кухонное белье для того, чтобы обеспечить ими работников предприятия, на котором работаете, или укомплектовать общежитие, или блок питания, необходимо уведомить об этом продавца. В этом случае он должен провести всю приобретаемую вами продукцию через кассовый аппарат, чтобы вывести СИ из оборота. Если покупка оптовая по безналичному расчету, то вы должны уведомить продавца о том, что просите его «погасить» СИ за вас, так как в противном случае в системе отобразится, что за вашей организацией числятся маркированная продукция легкой промышленности с «подвешенными» непогашенными СИ. Так как система маркировки предусматривает, что в течение трех дней продавец и покупатель обязаны отразить в системе маркировки движение маркированного товара, то вы автоматически становитесь

нарушителем закона, что может привести к unplanned проверке вашего предприятия.

6. Изделия легкой промышленности, маркированные СИ, могут собираться в комплекты и наборы. При этом «набором» будет считаться несколько товаров, каждый из которых имеет свой код маркировки и объединен с другими еще одним групповым кодом маркировки. Набор может собираться и расформировываться продавцом, например, к празднику. А «комплект» - это несколько изделий, собранных вместе производителем, и имеющих единый код маркировки (отдельные элементы набора не могут реализовываться отдельно друг от друга).

7. Часто встает вопрос о том, как отразиться маркировка на цене изделий. Формирование кода маркировки стоит 50 копеек без НДС за каждый код маркировки, поэтому на цене изделий наличие СИ существенным образом не скажется.

Что еще можно сказать про систему маркировки и прослеживаемости? Процесс маркировки будет распространяться на все большее количество товарных групп. Для потребителей это только в плюс.



Международный
салон одежды,
головных уборов и аксессуаров

Salon Garment & accessories

15-18 сентября 2020

Москва, ВДНХ,
павильон №75

Мужская и женская одежда

Джинсовая одежда

Одежда для спорта и отдыха

Изделия из кожи и меха

Головные уборы

Аксессуары

55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильлегпром
 **Textilegprom** 

www.textilexpo.ru

16+



Автоматизация маркировки в легкой промышленности

Российской Федерации всё больший оборот набирает проект маркировки товаров. В дополнение к табачным изделиям, лекарствам и обуви с 1 декабря 2019 года добавился ряд новых позиций, в числе которых перечислены товары лёгкой промышленности. Такая дата была закреплена в Распоряжении Правительства РФ от 28 апреля 2018 г. № 792-р.



Александр ЗАКОРДОНЕЦ
Руководитель отдела развития,
компания Сканпорт
www.datamobile.ru

До 1 января 2021 года система маркировки работает в добровольном режиме, с 1 января 2021 года будут запрещены любые операции с товарами, если на них не будет нанесен код маркировки. Многим предприятиям придется перестроить свой бизнес. Основой для изменения будет подстройка собственной системы автоматизации под новые требования.

Первой такой задачей является заказ кодов маркировки, печать их и правильное нанесение на продукцию. Казалось бы, простой процесс, но в нем кроется несколько нюансов. На все остатки, принадлежащие организации, нужно получить GTIN. Каждая компания будет получать свой набор GTIN, так как в описании товара обязательно указывается ИНН компании. Т.е. даже если производитель одежды уже официально получил GTIN для нанесения штрих-кода в формате EAN-13, нужно всё

равно получить новый GTIN. В товароучетной программе новый GTIN будет выглядеть как еще 1 штрих-код, что позволит идентифицировать номенклатуру сканируя только DataMatrix с кодом маркировки.

Особая ситуация с получением GTIN по упрощенной схеме. Минимальное количество реквизитов, которые нужно заполнить – это ИНН, двузначный код ТН ВЭД, целевой пол, возрастную категорию и способ ввода в оборот (произведено в РФ или импортировано). С одной стороны, это здорово упрощает процесс описания остатков, с другой, например, вся детская одежда на девочек, произведенная в РФ будет иметь один единственный GTIN. Для любого товародвижения таких товаров потребуется обязательное сканирование и кода маркировки, и EAN-13

для идентификации товара в системе автоматизации. Чтобы избежать такой проблемы рекомендуется обязательно использовать для описания одежды два дополнительных реквизита – код товара и товарный знак, чтобы каждый SKU имел свой уникальный GTIN.

Нанесение кодов маркировки – ответственный процесс, когда для каждого предмета одежды должен быть нанесен код с GTIN, полученным для этого товара. Пересорт при наклейке кодов приведет к ошибкам в отгрузках и продажах через кассу. Чтобы минимизировать эту проблему, необходимо сверять наклеенные коды маркировки с EAN-13, например, с помощью терминала сбора данных. Терминал со специализированным ПО DataMobile под маркировку может помочь в нанесении кодов, когда

на печать отправляется этикетка с нужными реквизитами и правильным кодом маркировки после сканирования EAN-13 с товара.

С началом оборота маркированных товаров в каждом документе, сопровождающим товарооборот, будет указываться весь список кодов маркировки, содержащихся в партии. Документы будут передаваться через электронный документооборот. Подписание электронной версии документа будет означать, что продукция с указанными кодами маркировки встала на остатки предприятия. В этом процессе может возникнуть та же проблема, что и с маркировкой остатков - пересорт по кодам маркировки, когда поставщик положил в поставку товары с нужной номенклатурой, но неправильно указал коды маркировки. Визуально такие ошибки отследить практически невозможно: не на всех этикетках будет печататься серийный номер из кода идентификации, да и проверить десятки, а то и сотни единиц одежды вручную будет крайне трудоемко. Предотвратить пересорт поможет, опять же, терминал сбора данных с ПО DataMobile, когда универсальный передаточный документ из товароучетной системы вместе с кодами маркировки выгружается на терминал, а приемщик, сканируя DataMatrix, сверяет, что поставщик прислал именно те коды маркировки, которые указал в документе.

Другой проблемой при приемке является то, что код маркировки должен наноситься на швеемые ярлыки или бирки, прикрепленные к одежде, а наклейка на целлофановую упаковку запрещена. Ярлык может находиться внутри изделия, бирка может перевернуться. Для считывания кода маркировки тогда требуется развернуть изделие или извлечь его из упаковки. В итоге - большие потери времени на сверку кодов маркировки.

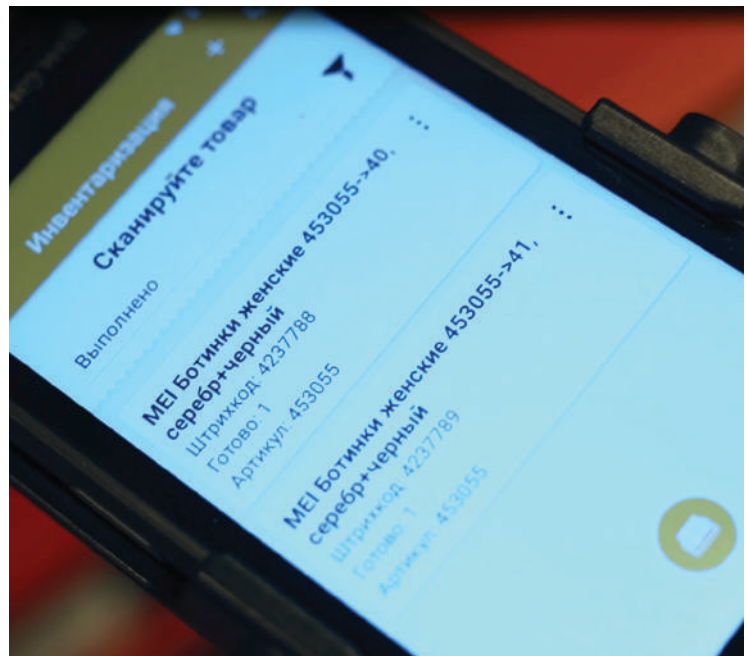
Выходом будет применение технологии RFID, когда код маркировки записывается на специальную радиочастотную метку. Для считывания таких меток не требуется визуального контакта с этикеткой. Терминал, работающий по технологии RFID, считывает коды маркировки дистанционно, со всех меток, находящихся в упаковке. Таким образом, сверка с документом поступления осуществится, буквально, за несколько секунд, даже из большой партии от поставщика.

Интернет-торговле также придется пересмотреть процесс продажи маркированной продукции. Обязательным требованием является указание кода идентификации товара в кассовом чеке. Но в момент приема оплаты при оформлении заказа код идентификации указать невозможно - какой именно товар

поедет к покупателю будет известно только в момент сборки заказа на складе. Отправить информацию в "Честный знак" нужно будет специальным документом, где должен быть отражен код идентификации. А если покупатель выкупил не все товары, то коды идентификации нужно будет вернуть в оборот. Чтобы не отправлять большое количество документов в Честный знак, оптимальным способом будет выгрузить заказы с уже

безболезненно, нужно заранее запланировать интеграцию в свою товароучетную программу функций, необходимых для работы с маркировкой. Это может занять от нескольких дней, до нескольких недель, а то и месяцев, если программа была сильно переписана под задачи компании.

Для многих потребуется также обновление и оборудования. Раньше в торговле использовались только одномерные сканеры штрих-кодов



заполненными кодами маркировки в специализированное ПО для доставки "DM: Доставка", а в Честный знак отправить информацию по выбывшим из оборота кодов одним документом в конце дня, когда от всех курьеров будут загружены данные по доставленным заказам и купленным позициям.

Как видно, изменений для бизнеса будет достаточно много. Для многих нужно будет заново выстраивать процессы, связанные с товарооборотом, менять работу с первичными документами. Чтобы подготовиться к маркировке максимально

и терминалы сбора данных. Их невозможно использовать для считывания двумерных DataMatrix. Нужно будет обновить ПО и на терминале сбора данных - далеко не все старые терминалы поддерживают работу с маркировкой.

Как только техническая часть будет готова, следующим шагом будет обучение специалистов, ведь многие привычные процессы теперь будут делаться по-другому. И только когда будут готовы весь персонал, можно будет сказать, что предприятие полностью готово к работе в новых условиях.

СКАНЕРЫ ДЛЯ МАРКИРОВКИ

Штрихкоды и сканеры штрихкодов стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни и любого высокоэффективного бизнеса. Системы считывания данных играют решающую роль во множестве отраслей, включая здравоохранение, производство, туризм, розничную торговлю, торговлю и государственное управление.



Дмитрий Владимирович КИРПИЧЕНОК

Старший менеджер по работе с ключевыми заказчиками, компания Honeywell

Штрихкоды сделали бизнес более эффективным, став основным методом отслеживания и хранения информации о миллионах предметов. Информация играет важнейшую роль во всех аспектах нашей жизни, а чтобы извлечь максимальную выгоду из этих технологий, нужно выбрать правильное устройство, отвечающее потребностям вашего бизнеса.

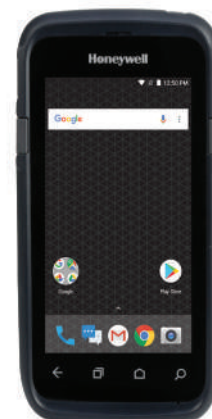
Когда вы думаете о сканерах штрихкодов, вы представляете себе небольшое устройство, с помощью которого можно считать напечатанные на этикетках строки символов, но за всем этим стоит гораздо более сложный механизм. Эти инструменты предназначены не только для считывания изображения штрихкода, но и для его декодирования и передачи полученных данных в компьютер. В зависимости от модели сканера эти данные передаются по кабелю или беспроводному каналу связи. Другими словами, с помощью сканера штрихкодов данные вводятся в компьютер так же, как с клавиатуры, только гораздо быстрее. Вместо ручного ввода данных, при котором можно допустить ошибку, сканер просто добавляет информацию в базу

данных или ваше бизнес-приложение.

Для большинства людей штрихкод — это строки разделенных пробелами вертикальных линий (штрихов) разной толщины, которые можно увидеть на этикетках практически всех потребительских товаров. Это линейный (1D) штрихкод. Эта группа линий и пробелов, ограниченная пустым пространством («свободной зоной») со всех сторон, представляет информацию, которую считывает сканер. Один линейный штрихкод, как правило, содержит от 8 до 25 символов текстовой информации. Если вы видите несколько строчек со штрихами и пробелами, то такой код называется составным и допускает использование более 25 символов.

В отличие от линейного штрихкода, который считывается горизонтально, в двумерном (2D) штрихкоде, имеющем форму квадрата или прямоугольника, информация кодируется как по горизонтали, так

и по вертикали, поэтому закодированные в таком штрихкоде данные считываются в двух измерениях. Это значительно увеличивает объем кодируемой информации: двумерный штрихкод небольшого размера может содержать более 4000 символов и 7000 цифр. При этом он может быть физически меньше линейного штрихкода. В качестве примеров двумерного штрихкода можно привести QR-код, используемый для маркировки алкогольной продукции или DataMatrix. Двумерные штрихкоды остаются разборчивыми при печати в небольшом



размере или при нанесении непосредственно на изделие методом гравировки. Двумерные штрихкоды обеспечивают практически безошибочное считывание с любого угла, даже если они слегка повреждены, благодаря кодированию избыточных данных и применению технологии исправления ошибок.

Первоначально для считывания линейных штрихкодов использовались лазерные сканеры. Сканер испускает луч красного света в направлении горизонтальной строки линий переменной толщины, разделенных пробелами. С помощью вращающегося зеркала или призмы этот луч отклоняется, совершая возвратно-поступательное движение в заданной плоскости. Свет отражается от штрихкода и попадает в светочувствительный электронный прибор, называемый фотоэлементом. Белые области штрихкода отражают больше света, а черные — меньше. Сканер определяет ширину и последовательность черных и белых полос и преобразует их в десятичные числа.

Двумерный сканер штрихкодов работает как цифровой фотоаппарат. Такие сканеры способны считывать и линейные, и двумерные штрихкоды. Вместо использования лазера фотосканер делает снимок штрихкода и использует алгоритм декодирования для обнаружения штрихкода на полученном снимке и извлечения из него закодированных данных.

Сканеры штрихкодов не могут считывать коды всех цветов и цветовых сочетаний. Основная причина затруднений при считывании штрихкодов заключается в отсутствии должного контраста между цветами фона и штрихов. Черный, темно-синий, темно-зеленый и темно-коричневый хорошо подходят для печати штрихкодов, но не для фона этикеток. Лучшие сочетания цветов для этикеток со штрихкодами:

- Черный и белый, красный или желтый
- Синий и белый, красный или желтый
- Зеленый и белый, красный или желтый

Принимая любое серьезное решение о вложении средств в портативные устройства для различных рабочих процессов, определите свои бизнес-требования. Например, на складах можно применять несколько типов сканеров штрихкодов: защищенные модели для погрузочных площадок и работ под открытым небом, модели для работ в морозильных камерах, а также модели для выполнения больших объемов операций отбора и учета запасов. Вам может потребоваться устройство, способное работать в условиях плохого освещения или поддерживающее



беспроводную связь. Ниже приведены некоторые из ключевых вопросов, на которые необходимо ответить, чтобы сузить круг поиска:

- **В каких условиях будет осуществляться сканирование штрихкодов (например, в помещении или под открытым небом)?**
- **Как часто будет использоваться сканер?**
- **Каковы требования к питанию?**
- **Насколько мобильны ваши работники? Им придется сканировать штрихкоды с предметов, находящихся в разных местах?**

Этот вопрос помогает определить способ подключения сканера штрихкодов — проводное или беспроводное.



Среди сканеров общего назначения в местах, где часто используются коды DataMatrix и QR следует отметить платформу сканеров Honeywell Voyager. Последним обновлением данной линейки является сканер Voyager 1470g, который предназначен для считывания линейных и двумерных штрихкодов в рабочих процессах, требующих от сканеров повышенной надежности

и долговечности. Увеличенная глубина поля сканирования Voyager XP позволяет считывать штрихкоды с товаров, расположенных в самой нижней части тележки. Это экономит время в точке продажи, а кассиру приходится меньше нагибаться. Для сканирования можно также использовать мобильные компьютеры, такие как Honeywell EDA51, EDA50k, EDA60k, CT40, CT60, которые оснащены высокоэффективным сканером. С их помощью можно решать гораздо более широкий круг задач помимо считывания штрихкодов. На них можно запустить несколько бизнес-приложений, например, для учета запасов и отслеживания активов. Мобильные компьютеры отличаются повышенной степенью защиты, что делает их чрезвычайно долговечными и стойкими к атмосферным воздействиям. Устройства этого типа подходят практически для любых условий эксплуатации. При работе на выезде или в промышленных

зонах с тяжелыми условиями такое устройство можно использовать для просмотра, редактирования и корректировки заказов и данных в системе. В розничной торговле работники с их помощью могут быстро находить нужные позиции на складе, вносить корректировки, размещать заказы, а также выполнять другие задачи непосредственно с помощью сканирующего устройства.

Отмена ЕНВД. Какую систему налогообложения выбрать?

Фото предоставлены автором

Одним из самых жарких вопросов в сфере налогового законодательства в этом году стала отмена Единого налога на вмененный доход (ЕНВД) для розничной торговли маркированными обувными товарами, меховыми изделиями и лекарственными препаратами, а позже отмена ЕНВД в целом.



**Лариса Анатольевна
КУЗНЕЦОВА**

Ведущий эксперт Ассоциации компаний розничной торговли

Главным аргументом защитников малого и среднего бизнеса стала непомерная налоговая нагрузка на других режимах налогообложения. Логика государства строилась на развитии контроля и неактуальности данного налога.

Для того чтобы разобраться в обеих позициях нужно посмотреть на факты.

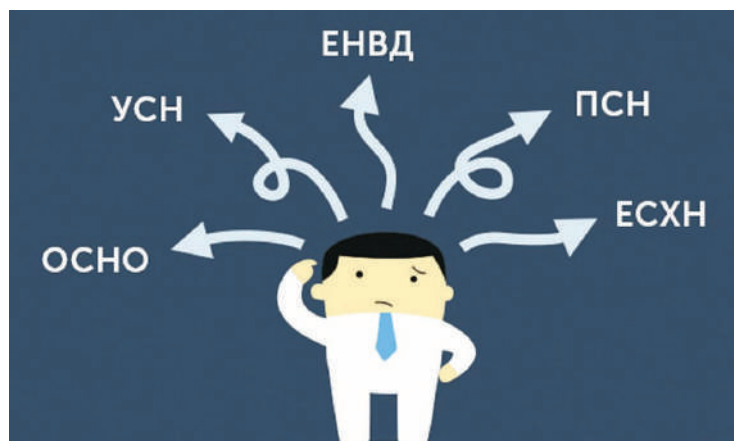
Итак, ЕНВД был введен уже довольно давно и был призван обеспечить сбор налогов по тем видам деятельности, где ввиду низкого налогового администрирования сложно определить выручку, то есть экономические показатели для исчисления налога. Поэтому он исчисляется из натуральных показателей, например, площади торгового объекта и не важно, что ты продаешь меховые изделия или постельное бельё.

Однако со временем такой принцип спровоцировал недобросовестную практику крупных участников рынка – «искусственное дробление

бизнеса» в целях использования систем налогообложения в виде ЕНВД. Что приводит к искажению конкурентной среды и снижению положительного эффекта для добросовестных субъектов малого и среднего предпринимательства. При том, что одной из целей введения упрощенных схем налогообложения было создание благоприятных условий для малых предприятий

и поддержание их конкурентоспособности.

Этому есть несколько подтверждений. И в частности, например, крупная сеть магазинов по продаже меховых изделий, имеющая десятки магазинов по всей стране, по информации из открытых источников имеет порядка 25 аффилированных юридических лиц. Безусловно, совокупные обороты такой



компании не позволяют ей применять ЕНВД. При этом искусственно подгоняемые показатели множества компаний позволяют наравне с реальным малым предприятием пользоваться специальным режимом.

Таким образом, такие участники рынка получают сразу два преимущества перед своими реальными конкурентами – крупными компаниями в виде неуплаты полноценных налогов и перед малым бизнесом, который ввиду своих небольших оборотов не может установить конкурентную цену.

Даже если смотреть в целом, то с момента введения обязательной маркировки меховых изделий контрольными (идентификационными) знаками оборот по этой категории товаров увеличился в 8 раз, а налоги остались на прежнем уровне. И всё из-за того, что большинство компаний, в том числе крупных, применяют ЕНВД.

Введенная обязательная маркировка повысила эффективность налогового администрирования там, где реальную выручку раньше определить было нельзя, и проявила недобросовестные схемы. Это стало возможным благодаря тому, что обеспечивается высокая степень прослеживаемости товаров на рынке и как следствие есть возможность максимально точно определить оборот налогоплательщика при реализации маркируемых товаров.

И не только маркировка этому поспособствовала. Федеральной налоговой службой за последние годы созданы прозрачные условия администрирования и комфортные условия для добросовестных плательщиков. Внедрение информационных систем и онлайн-касс значительно повысило собираемость налогов.

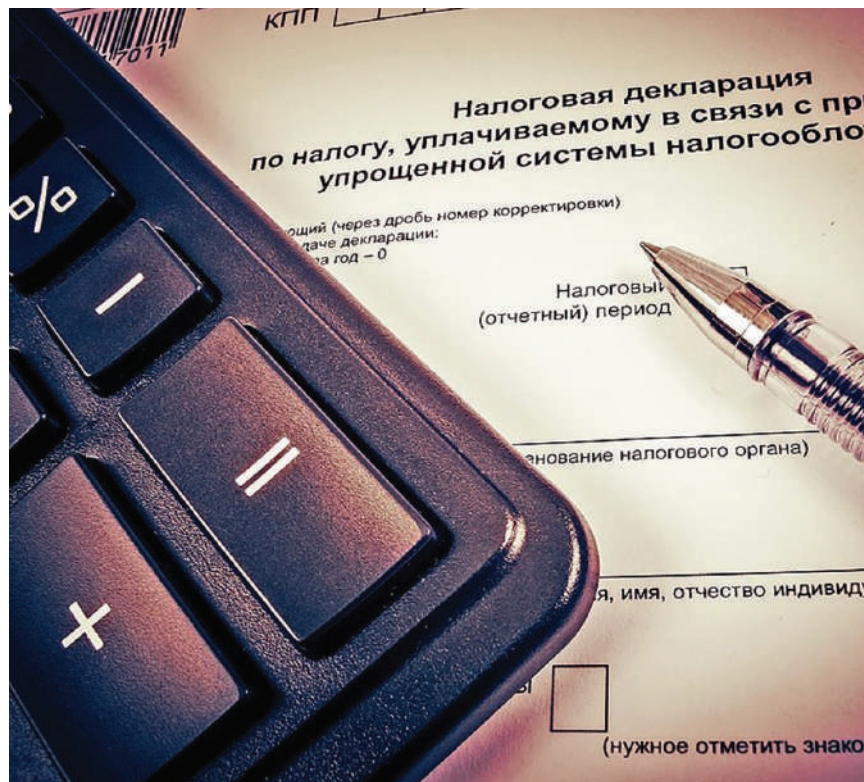
Всё это создало противоречие самой сути единого налога на вмененный доход. С одной стороны, полностью учитывается выручка и, соответственно, можно на основании этой выручки считать налог. И с другой стороны почему-то налог считается исходя из натуральных показателей, то есть площади торгового зала, численности работающих, количества транспортных средств и так далее.

С учетом этого и планов государства по повышению прозрачности рынка еще в 2012 году было принято решение об отмене ЕНВД с 1 января 2021 года. Дополнительно к этому **по отдельным товарам, подлежащим маркировке средствами идентификации, в том числе контрольными (идентификационными) знаками, ЕНВД будет отменен уже с 1 января 2020 года.**

При этом в соответствии с разъяснением Минфина России (письмо Минфина России от 28 ноября 2019 г. N 03-11-09/92662) в отношении предпринимательской деятельности по розничной реализации обувных товаров налогоплательщики вправе применять ЕНВД до 1 марта 2020 года.

регионах упрощенная налоговая система имеет низкие налоговые ставки (вплоть до 1%), что позволяет говорить даже о более выгодных условиях налогообложения, чем ЕНВД.

К тому же группой депутатов в Госдуму внесен законопроект, предусматривающий возможность предо-



Что дальше?

Добросовестным плательщикам ЕНВД необходимо будет выбрать другую систему налогообложения. Предприятия, ориентированные в своей деятельности на реализацию маркированных товаров, могут воспользоваться упрощенной системой налогообложения (УСН), которая так же позволяет осуществлять свою деятельность со значительными налоговыми преференциями при обороте компании вплоть до 150 миллионов рублей. Кроме этого во многих

ставления налогоплательщикам, торгующим в том числе товарами, подлежащими обязательной маркировке, компенсационных налоговых мер при вынужденном переходе с одного налогового режима на другой.

Предлагается в случае перехода на УСН предоставить возможность при определении налоговой базы учитывать в расходах затраты на приобретение товаров, в том числе подлежащих обязательной маркировке, понесенные в период применения ЕНВД.

Необходимо также отметить, что показатели для применения упрощенных режимов на западе значительно строже. Так, порог для регистрации в качестве плательщика НДС в пересчете на рубли в Австрии составляет всего порядка 2 миллионов рублей, в Великобритании – почти 7 миллионов рублей, в Польше и Чехии – порядка 2,5 миллиона рублей, в Финляндии всего 710 тысяч рублей. Даже если сравнивать показатели

товаров, меховых изделий и лекарственных препаратов смогут перейти на патентную систему налогообложения. При этом возможно совмещение упрощенной системы налогообложения с патентом по тем видам деятельности, по которым нет ограничений.



Отмена ЕНВД с 2020: маркированные товары

× НЕЛЬЗЯ ← Применять ЕНВД → **МОЖНО ✓**
(если выполнены иные требования)

× лекарства, обувь, изделия из меха, подлежащие маркировке

✓ шапки, перчатки и другие изделия из меха, не подлежащие маркировке

✓ белье и другие товары, подлежащие маркировке, но не указанные в абз. 12 ст. 346.27 НК РФ

Статья 346.27 НК РФ, абзац 12 (в ред. Закона 29.09.2019 №325-ФЗ)

с государствами-членами Евразийского экономического союза, то в России также самый высокий порог в сравнении с Арменией – 7,8 миллионов рублей, Беларусь – до 60 миллионов рублей, Киргизией – 7,3 миллиона рублей и Казахстаном – почти 10 миллиона рублей.

Индивидуальные предприниматели, осуществляющие виды деятельности, не связанные с розничной реализацией подлежащих обязательной маркировке обувных

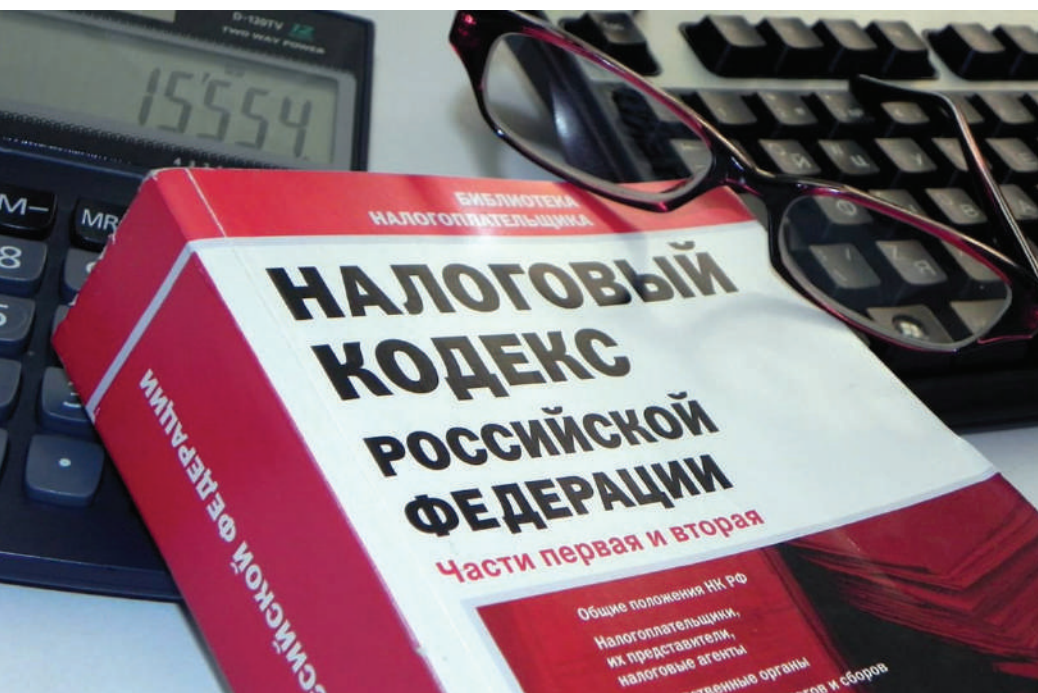
Однако не во всех регионах условия применения патентной системы налогообложения будут выгоднее, чем условия по упрощенной системе. Так, стоимость патента в Москве на 1 один торговый объект с уровнем доходности 5,4 миллиона рублей в год обойдется предпринимателю в 324 тысячи

рублей, столько же сколько и на упрощенной системе.

Это при максимальном уровне ставки в 6% от доходов. Но, как уже отмечалось, в отдельных регионах России налоговая ставка по упрощенной системе может достигать до 1% от доходов и до 5% с разницы между доходами и расходами. Например, пониженные ставки для текстильного производства предусмотрены в Астраханской, Владимирской, Кемеровской, Липецкой, Самарской, Саратовской, Томской областях, Республике Бурятия, Республике Тыва, Еврейской автономной области, Забайкальском крае и Камчатском крае.

С учетом всех условий и критериев до полной отмены ЕНВД у добросовестных участников рынка есть еще год, чтобы выбрать себе тот специальный налоговый режим, который будет максимально отвечать параметрам бизнеса.

А те предприниматели, кто нарушает правила конкурентной борьбы, злоупотребляют своим правом, используют незаконные схемы ухода от уплаты налогов, будут вынуждены уйти с рынка. Это расчистит место честным компаниям, которые сейчас не выдерживают конкуренции, потому что вынуждены платить больше.



Международный салон технического
текстиля, нетканых материалов,
защитной одежды и сырьевых ресурсов

Москва, ВДНХ, Павильон №75



Технические ткани
Ткани суровые
Ткани для спецодежды
Нетканые материалы
Спецодежда, СИЗ
Волокна, пряжа, нити
Красители, поверхностно-активные,
ТВВ и отделочные препараты

55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильлегпром 
 **Textilelegprom**

www.textilexpo.ru

16+

WILDBERRIES

РАСШИРЯЕТ СОТРУДНИЧЕСТВО С МАЛЫМ И СРЕДНИМ БИЗНЕСОМ

Wildberries – крупнейший онлайн-ритейлер России, работающий на рынке 15 лет. География присутствия компании охватывает шесть стран: Россия, Польша, Беларусь, Казахстан, Киргизия и Армения.

Оборот Wildberries в 2019 году вырос на 88% и достиг 223,5 млрд рублей. В компании работают свыше 32 000 сотрудников. По данным на декабрь 2019 г., ежедневно на Wildberries оформляется 750 тысяч заказов. Собственная сеть пунктов выдачи заказов превышает 6,3 тыс. точек в шести странах.

Расширение партнерства с малым и средним бизнесом – ключевой аспект бизнес-стратегии компании в 2020 году. На Wildberries представлено более 19 тыс. поставщиков, из них 12 тыс. – представители малого и среднего бизнеса страны. Стать поставщиком компании очень просто! Wildberries стремится сделать сотрудничество с партнёрами эффективным и выгодным для всех сторон.

Ключевые конкурентные преимущества онлайн-площадки – собственная логистическая служба и широкая сеть пунктов выдачи заказов, которые позволяют доставлять товары быстро и бесплатно для покупателей, а также развитая IT-система, благодаря которой компания постоянно работает над качеством предоставляемых услуг, как для покупателей, так и для поставщиков.

С марта 2019 года онлайн-ритейлер снизил комиссию для поставщиков в 2 раза до 19%, а в сентябре – до 15%. Теперь для предпринимателей сотрудничество с Wildberries стало еще более выгодным.



Управлять продажами на Wildberries можно в режиме 24/7 на портале для поставщиков suppliers.wildberries.ru. Кроме того, в мае 2019г. компания запустила мобильное

приложение. С его помощью можно следить за показателями продаж и динамикой заказов, которые отображаются на интерактивных графиках, получать уведомления



КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТЫ О КОМПАНИИ

2004 – Основание компании

2007 – Начало работы с крупными международными поставщиками

2008 – Wildberries обрабатывает 1000 заказов в день

2012 – Wildberries открыл первый интернет-магазин за пределами РФ в Беларуси

2014 – Начало продаж в Казахстане

2015 – Старт продаж электроники, диверсификация ассортимента

2016 – Wildberries признан крупнейшим интернет-магазином РФ по обороту по оценке аналитиков

2017 – Открытие интернет-магазина в Киргизии

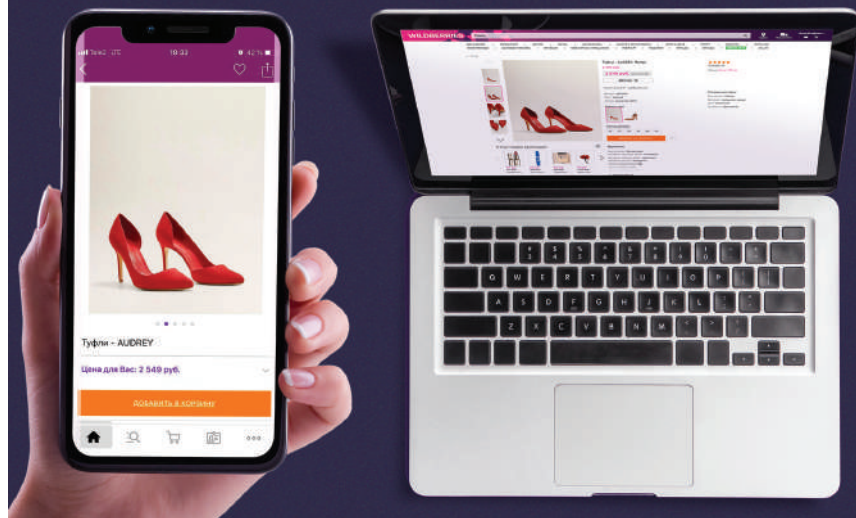
2018 – Wildberries появился в Армении

2019 – Wildberries признан журналом Forbes компанией-единорогом (оценка бизнеса 1,2 млрд долларов). Открытие 6000-го пункта выдачи заказов. Число заказов достигло 750 тыс. в день в декабре 2019 г.

2020 – Открытие интернет-магазина в ЕС, начало продаж в Польше.

о новых поставках, знакомиться с акциями и новостями компании из любой точки мира со своего смартфона.

Высокий уровень сервиса – приоритет для компании: 80% заказов онлайн доставляют уже на следующий день и 99% – бесплатно. Ассортимент Wildberries насчитывает свыше 3,6 млн товаров от 30 000 российских и зарубежных брендов: одежда и обувь,



аксессуары, бьюти-товары, детские товары, техника и электроника, товары для дома, ювелирные украшения, продукты питания, книги и многое другое. Около 40% товаров произведены в России.

Начать работать с Wildberries очень просто.

Для этого нужно совершить несколько простых шагов:

☑ Зарегистрируйтесь и подайте заявку на специальном портале для поставщиков: <https://suppliers.wildberries.ru/promo/partners>.

☑ Заполните коммерческое предложение и анкету контрагента, загрузите все уставные документы.

☑ Укажите своего оператора ЭДО (единая система по работе с электронным документооборотом) или с помощью портала получите электронную цифровую подпись (ЭЦП), чтобы подключиться к системе.

☑ Проверьте все заполненные формы и загруженные документы и отправьте свою заявку на проверку.

☑ После проверки заявки и её согласования в ЭДО придёт договор, после подписания которого на e-mail придут ваши логин и пароль для работы с порталом поставщиков. Подписание соглашения, размещение товаров на Wildberries и получение первых заказов происходит достаточно оперативно: при самостоятельной подаче заявки через автоматизированную систему – от 5-7 дней.





Электронные каналы продаж — Alibaba.com и eBay.com

Рентабельность и высокая эффективность отличает электронную торговлю от других ее видов. С ростом применения цифровой техники и расширением возможностей логистических компаний в сфере онлайн-продаж потребители получили возможность познакомиться с широким списком производителей, услуг и товаров по всему миру.



**Дмитрий Сергеевич
ХАСКЕЛЬ**

Исполнительный директор
PAL LLC (официальный сервисный
партнёр Alibaba.com в РФ и СНГ)

Пять лет назад, в 2014 году, на часть розничных трансграничных покупок отводилось примерно 20% процентов всей онлайн-торговли, в 2020 году прогнозируется, что данная доля вырастет до 27%.

Объем мировой розничной электронной торговли в 2016 году составлял около 2 трлн. долл. США, что являлось 9% от всего объема розничной торговли по всему миру. При этом, прогнозируемый рост розничной электронной торговли во много раз превышает рост общих показателей розничных продаж. Точнее мы можем отметить, что в 2020 году доля продаж в электронном формате увеличится до 15% (около 4,1 трлн. долл. США).

В последнее время региональные власти активно сотрудничают с иностранными интернет-площадками, которые продвигают товары российских компаний на зарубежных рынках. Новости на эту тему постоянно обсуждаются в СМИ. К примеру, как следует из сообщения

на официальном сайте Ленинградской области, продукция местных предприятий, в том числе текстильных компаний, появится на Alibaba в ближайшее время.

Один из таких договоров о сотрудничестве был подписан между представителями ООО «ПАЛ», который является официальным партнером Alibaba, и АНО «Центр развития промышленности Ленинградской области», по которому сервисная компания онлайн-площадки взяла на себя задачи по размещению и продвижению российской продукции на интернет-платформе.

В текстильной промышленности интерес в таком сотрудничестве выразили представители малого и среднего бизнеса, которые не имеют больших средств на «раскрутку» и поиск стратегических партнеров за рубежом,

в связи с чем данные платформы являются экономически выгодными решениями для дальнейшего развития.

На сегодняшний день интернет-платформа Alibaba является одной из самых крупных мировых торговых электронных площадок. Ее преимущество - огромный ассортимент по доступным ценам. Кто-то называет Alibaba интернет-магазином, но это не корректное определение. На данной площадке у пользователей есть возможность обращаться с вопросами к поставщикам, изучать все необходимые характеристики продукции, а также формировать заказы.



Производители на интернет-платформе размещают полное описание товаров с фотографиями и работают с вопросами пользователей. Продавцы сами выставляют условия, которые касаются не только цены товара, а также размера партии необходимой для совершения сделки. Все мелочи и нюансы заказов оговариваются с каждым продавцом индивидуально.

На настоящий момент платформа Alibaba является лучшим способом открыть свой собственный бизнес, в связи с чем не стоит упускать такую возможность, пока она доступна. Возможности платформы позволяют оформлять заказ через посредников, которые берут на себя долю или даже все вопросы по закупке, оформлению, оплате и поставке товаров из России в другие страны.

Обычно у посредников налажены бизнес-процессы поставок, они имеют проверенных поставщиков логистических решений, а также менеджеров, хорошо знающих английский язык. Их услуги потребуются тем, кто в первый раз заказывает крупную партию товаров.

Также следует заметить, что Alibaba изначально задумывалась как окно экспорта для Китая на мировой рынок. Этот сервис является B2B платформой для осуществления международных закупок, таким образом, обсуждая нужное количество, цену, условия оплаты, сырье и т.д. Следовательно, без знания иностранного языка, обсудить условия и решить некоторые вопросы со второй стороной будет

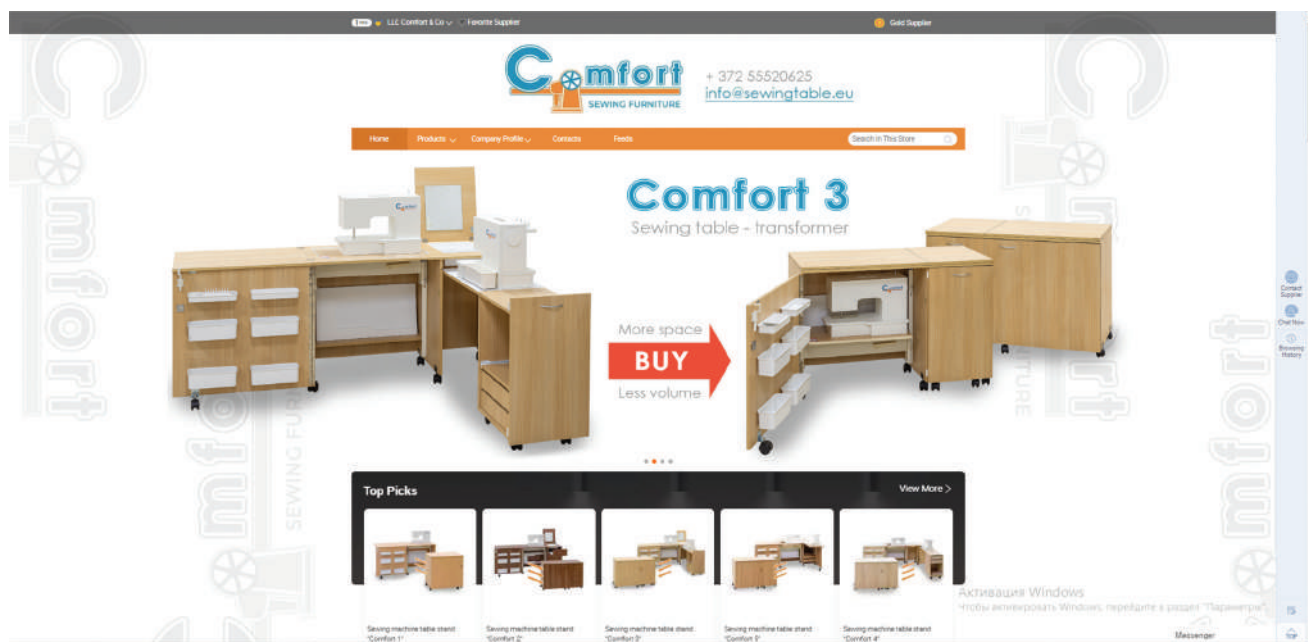


проблематично. Поэтому, сотрудничество России с платформой Alibaba и компанией PAL в сфере промышленности является широким шагом в развитии и успешном процветании в будущем.

Вслед за Ленинградской областью Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства (СОФПП) объявил о том, что поможет региональным текстильным предприятиям организовать бизнес на

Alibaba.com, Amazon.com, eBay.com и других сайтах. Работать с бизнесом в этом направлении будет Центр поддержки экспорта.

Предпринимателям будут оказывать услуги консультирования по организации экспорта товаров через онлайн-площадки и обучать как правильно с ними работать. Расходы по регистрации аккаунта (личного кабинета предпринимателя), подготовке и размещению



пример размещения товара



*Пример удачного размещения
российского товара*

информации о товаре на иностранных языках, сервисному обслуживанию и продвижению фонд возьмет на себя.

Центр развития экспорта Приморского края недавно запустил электронную витрину товаров местных производителей на Alibaba.com. Этим каналом продаж уже воспользовались 10 приморских компаний. В числе текстильных товаров, пользующихся спросом в Китае хочется отметить отечественный сатин. При этом размещение продукции, прежде всего, будет полезно начинающим производителям, которые только планируют выход на иностранные рынки и не имеют опыта внешнеэкономической деятельности. Главное преимущество заключается в том, что им не требуется привлекать дополнительные средства для продвижения товаров, так как все расходы на содержание аккаунта несет ЦРЭ.

Это не первый опыт запуска продаж текстильной продукции на Alibaba. Еще в 2015 году был пробный запуск на Aliexpress, который позволил в пилотном режиме проанализировать все сильные и слабые стороны

производителей. Проект носил название «Мода. Сделано в России». В течении нескольких месяцев работал отдельный раздел на AliExpress, где были представлены одежда, обувь и аксессуары российских компаний. По статистике, проект посетили более 130 тыс. человек, так что продвижение российских товаров вполне удалось.

К участию пригласили 466 российских компаний. Из них 369 отказались, ссылаясь на незаинтересованность в интернет-торговле и розничных продажах. Раздел модных товаров из России был открыт 20 ноября 2015 года, к 05 декабря поступили первые заказы.

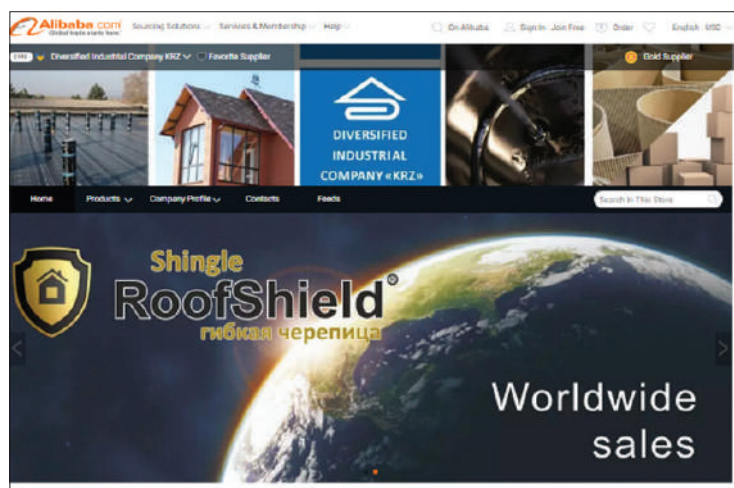
В самом начале работы Российские производители с трудом разбирались в программном обеспечении AliExpress.

На данный момент запущен магазин «PAL Fashion», на котором представлена

технология, другая ментальность. Российские фабрики, часто оказываются к этому не готовы. Представители Российской текстильной промышленности не сдаются, и продолжают разрабатывать стратегию выхода на мировой рынок через интернет-площадки.

Обратимся к результатам исследования eBay и Data Insight за 2018 год, которое показало, что лидирующие позиции по экспорту на данный момент занимают Москва и Санкт-Петербург, а это значит, что наибольший потенциал для развития экспорта находится именно в регионах.

В августе 2018 года, официальная сервисная компания eBay, «Impulse» совместно с Российским экспортным центром и Центром экспорта Ярославской области начали работу над проектом по развитию экспорта из регионов «Город экспорта», который был успешно стартовал в декабре 2018 года. Ярославль и



*Пример удачного размещения
российского товара*

продукция российских производителей. Поддержку полного цикла осуществляет наша сервисная компания.

Работа на маркетплейсе — отдельная наука, отдельная

Ярославская область стали отправной точкой и первым регионом из Восточной Европы в глобальной программе eBay Retail Revival по поддержке малого и среднего бизнеса.

Ранее инициатива была успешно запущена в США, Великобритании, Германии, Италии и Канаде.

На протяжении нескольких месяцев эксперты Impulse, eBay, РЭЦ и PayPal обучали 15 ярославских предпринимателей основам онлайн-продаж и логистики, инструментам по продвижению товаров на маркетплейсе и правилам оформления необходимых документов. Результатом проекта стала онлайн-витрина с более, чем 300 товарами от местных производителей, которая доступна для 179 миллионов покупателей eBay по всему миру.

С учетом того, что объем покупателей Alibaba выше, чем у eBay создание подобной витрины принесет еще больше показателей продаж и принесет высокую прибыль для российских компаний.

Впрочем, не только региональные экспортные центры помогают бизнесу. Продавцы, для которых международная B2B электронная торговля в новинку и кажется трудоемкой, могут воспользоваться, например, услугами официальных сервисных партнеров Alibaba.com в России, например, компания PAL.

Зачем среднему и мелкому бизнесу помощники при работе с зарубежными площадками? В первую очередь, для консультаций. Далеко не все могут сразу разобраться, что делать на незнакомой площадке.

Специалисты сервисного отдела помогают открыть виртуальный магазин на площадке «под ключ», обучают сотрудников компании всем особенностям ведения деятельности на



площадке, а также подсказывают как повысить эффективность торговли на платформе.

Пока что рынок интернет-торговли России, да и ЕАЭС вообще, не превышает 1% от общемирового. Несырьевой экспорт через онлайн-канал ещё крайне мал, это признают все эксперты. По данным Data Insight, за два последних года произошел почти двукратный рост объема этого рынка: с \$430 до \$746 млн. Количество отправок по итогам года выросло на 31% в годовом выражении. Следует предположить, что потенциально рынок может вырасти в 25

раз и достигнуть \$10 млрд.

Впрочем, следует помнить, что компании, решающиеся начать экспортировать товар, должны учитывать, что экспорт - это конкуренция с несколькими миллиардами товаров на нескольких десятках крупных маркетплейсов с несколькими десятками миллионов продавцов. Чтобы занять свою нишу - надо иметь четкую стратегию и отлаженные бизнес процессы внутри компании. Я верю, что у российских производителей есть все необходимые инструменты, чтобы занять достойное место в международной экономике.



Тенденции развития рынка печати по текстилю

Интервью с ВАСИЛЬЕВЫМ А. В., генеральным директором компании «МИРОВЫЕ ПЕЧАТНЫЕ СИСТЕМЫ» и ведущим художником и мастером трафаретной печати КОРОБОМ А. Н., владельцем компании «Галерея Андрея Короба»



Андрей Валерьевич ВАСИЛЬЕВ
генеральный директор
компании «МИРОВЫЕ
ПЕЧАТНЫЕ СИСТЕМЫ»



Андрей Николаевич КОРОБ
ведущий художник и мастер
трафаретной печати, владелец
компании «Галерея Андрея Короба»

Как, на Ваш взгляд, изменился рынок печати по текстилю за последние несколько лет? Какие тенденции развития Вы видите в ближайшем будущем?

Не секрет, что текстильная цифровая печать на протяжении последних нескольких лет стремительно развивается не только в малотиражном направлении декорирования одежды – она уже способна конкурировать и с массовым серийным производством.

Оборудованием и технологиями декорирования готовых изделий и трикотажного кроя методом шелкографии (трафаретной печати) я занимаюсь с 1994 года. За эти годы построены сотни успешных производств в России и странах СНГ. Правильнее будет все же применять термин декорирование одежды, нанесение принтов (рисунков/дизайнов) на крой трикотажа при ее производстве. А термин печать по текстилю я бы все же предложил понимать, как нанесение принтов на исходный материал (полотно) из рулона в рулон. Если таким образом расставить акценты, то легко видно, что это совсем разные бизнесы, технологии, станки и все что с этим связано.

Тенденции общего глобального развития в мире уже давно ясны и обозначены – это цифровые технологии. Их широкое применение проще реализуется в промышленных объемах и уже активно применяется. Собственно говоря, традиционные технологии нанесения

рисунков на ткань изменились, были доработаны для применения с появившимся новым видом оборудования. Сам производственный цикл, связанный с предварительной подготовкой ткани, ее обработкой до и в процессе печати, после печатная обработка революционно не изменяется – модернизируется процесс – вводятся современные цифровые методы запечатки. Без всякого сомнения цифровые технологии проще, их внедрение и применение позволяет получать принты с фантастическим фотореалистическим качеством любому оператору, умеющему пристойно обрабатывать цифровой файл скажем в Adobe Photoshop.

Среди Российских компаний (за редким исключением) термин печать по текстилю же связан и употребляется в первую очередь при нанесении логотипов и рисунков на футболки, толстовки – т.е. производство персонализированных достаточно

мелкосерийных изделий. И вот в этом сегменте преимущества именно цифровых технологий и раскрывается с максимальной эффективностью.

Сегодня активно обсуждают и говорят об актуальности прямой (цифровой) печати по ткани. По Вашему опыту – насколько это соответствует действительности? Востребовано ли сегодня это оборудование? С успехом ли применяется? Приносит ли прибыль?

Прямая “широкоформатная” печать непосредственно на натуральную ткань, крой, готовое изделие сегодня практически неизменны с технологической точки зрения и предусматривают несколько процессов – пропитка ткани грунтом, собственно печать, температурное закрепление полотна, выстирывание ткани с рисунком с последующей сушкой, выравниванием и смоткой в рулон. Сама ткань-основа должна быть белого цвета (как бумага в полиграфии) и цифровым способом запечатывается все полотно в том числе и цвет фона.

По окрашенным в массу тканям, отличным от белого цвета печать не применяется – слишком дороги чернила белого цвета, которые пришлось бы использовать для формирования белой подложки под печать любым другим цветом. В серьезных масштабах с использованием промышленных станков для грунтования (пропитки) полотна, сушильно-ширильных машин и машин для выстирывания полотна после сушки (закрепление краски) технологии достаточно легко реализуются. Полная стоимость таких проектов аналогична строительству новой текстильной фабрики с очистными сооружениями. Для производства мелких серий и метражей ткани, что сегодня и интересует рынок – стоимость такого проекта является заградительной.

Печать по искусственным тканям использует косвенный процесс термопереноса красителя с бумажного носителя – технологически проще и легко реализуем оборудованием самого различного уровня сложности (стоимости) и производительности. Таких решений в России много и не только в сфере рекламных технологий.

Если же рассматривать термин прямая цифровая DTG печать на ткани в смысле нанесения принтов на готовые элементы одежды, футболки, толстовки или другую одежду из натуральных тканей, то конечно – практически в каждом крупном городе сегодня Вы сможете найти небольшое предприятие или студию, оказывающую такие услуги печати в розничном сегменте B2C (business-to-client). Такие предприятия работают как правило только с готовыми изделиями, футболками, кроем и наносят принты

на трикотаж любого цвета. При этом изделие (зону нанесения принта) необходимо прогрунтовать специальным водным раствором (праймером), высушить, запечатать и закрепить принт под температурой 165-170*С несколько минут. Без нанесения праймера нанести изображение на цветную интенсивной окраски (в том числе черную) ткань невозможно. После грунтования печатается белая подложка белыми пигментными водными чернилами-краской основным компонентом которой является крайне дорогой пигмент – диоксид титана TiO2, расход которой и определяет высокую стоимость самого принта. В цифровой печати расход чернил на 1 принт и на любой другой в серии одинаков и не зависит от тиража.

Поскольку цифровой метод прямой печати изображения любой сложности определяется лишь классом оборудования - возможностями печатных головок и доступностью технологии – красивые, яркие и модные принты пользуются большим спросом и продаются с крайне высокой маржинальностью (прибылью). Если

принять во внимание, что большая часть таких проектов использует для формирования заказов социальные сети, то возможности масштабирования такого бизнеса практически с нуля и определяет его популярность, востребованность и прибыльность.

О достоинствах прямой печати по ткани говорят много, широко рекламируют и соответствующие машины. Но Вы, насколько нам известно, всегда говорите с клиентом предельно честно. В каких случаях Вы НЕ рекомендовали бы ему приобрести оборудование для прямой печати?

Компании продавцы оборудования предлагают «универсальные машины». Как правило только печатные – принтеры. А принтер это всего лишь цифровая кисточка для нанесения краски... Разный уровень и конкретные задачи производства одежды требуют же и оборудования различного класса, но речь в первую очередь обязана идти о технологии. Практически все продавцы говорят и презентуют принтеры, а клиенту требуется результат – товар, изделие – в нашем с Вами случае рулон ткани с определенным дизайном. Т.е. потенциальный заказчик спрашивает машину, а на самом деле надеется получить заводик по производству уникальных принтов на полотно в рулонах. Коммерческое предложение разработано и отправлено клиенту. Будет ли такое решение производить рулоны с тканями о которых он думал? Скорее всего нет. Обман? Я бы сказал и да, и нет.

Согласитесь, что и продавцов оборудования нужно понять – к ним обращаются



в последнее время почему-то в основном абсолютно неподготовленные люди из отделов маркетинга или закупок ниток с иглами... и запрашивают (как правило срочно) цену на машину печатающую чернилами на рулоне с тканью... То, что этот рулон должен пройти важные и крайне затратные стадии подготовки к печати и после принтования стадии обработки которые придадут ткани свойства к которым все давно привыкли – яркость, стойкость к стиркам... необходимо жестко прописать в Техническом задании или ЗАКАЗАТЬ его проработку. Заказать и ОПЛАТИТЬ! А не надеяться, что коммерческое предложение почему-то обязано быть фантастическим и конечно же дешевым решением для построения или развития бизнеса Заказчика.

Поэтому комплексного решения сегодня реально не предлагает практически никто! Или имитируют такие решения искусственно без какой-либо ответственности за результат в угоду запроса клиента. Можно ли их за это винить? Я как продавец стою на стороне продавца – нет, винить нельзя. Просто потому, что за эту важнейшую работу никто из заказчиков и не планирует платит изначально. Добавим сюда еще задачи по подбору, тестированию и настройке самого технологического процесса и согласование (!!!) работы всех входящих в поставку агрегатов (сколько бы они сами по себе ни стоили) просто так – бесплатным приложением к поставке оборудования. Ведь на самом деле обеим сторонам понятно, что проект внедрения и получения конечного продукта может занимать иногда даже не месяцы – годы!

Прямая же цифровая печать по готовой одежде, футболкам, трикотажному крою для рекламно-производственных компаний

много проще и отработана моей компанией детально. Поскольку рисунок или надпись наносится на единичное изделие, то промышленные методы обработки ткани подменяются ремесленническими. Именно поэтому “достаточность” технологий и определили их доступность и широкое распространение.

Обратной стороной медали явилось широкое распространение и агрессивная реклама дешевого оборудования вплоть до самодельного, которое изначально и не должно работать нормально, по сравнению с фирменными принтерами. Большим разочарованием, например, для такого покупателя является осознание невозможности в принципе печатать белой краской (чернилами) даже в малом тираже.

«Старая добрая» трафаретная печать – сдает позиции или...?

Старая добрая трафаретная печать остается на своем месте. В тиражном производстве замены ей пока нет и быть не может. Речь идет естественно о нанесении принтов (печати) по готовым изделиям одежды или трикотажном крое при производстве такой одеж-

ды. Тенденция последних лет – перевооружение, замена старых печатных машин с 6-ти или 8-ми красочных на 10-ти, 12-ти и более красочные, инсталляция конвекционных печек финальной обработки изделий с принтами нанесенными водными, вытравными красками. Применение любых красок на водной, вытравной, пластизолевой или силиконовой основе с учетом специфики специальных эффектов (например, металлики или глиттеры) цифровым головкам пока недоступны в принципе.

Но как только такая технологическая революция произойдет – придет и время вспомнить этот Ваш вопрос.

Может быть тогда будущее за гибридными печатными машинами? Согласны ли вы с этим утверждением и как скоро, на ваш взгляд, это будущее наступит?

Это будущее уже наступило лет 5-7 назад, как минимум.

Но, к сожалению, не у нас. В настоящее время уже сотни машин гибридной печати овального и круглого построения установлены и работают в Бангладеш, Вьетнаме, Гондурасе, Индии, Китае – там, где одежда массовых брендов производится рабочей силой с минимальной стоимостью труда для глобального рынка. Есть такие машины уже и в ОАЭ, Греции, Турции, острове Маврикий... Есть уже даже парочка машин в Киргизии...

Технологии гибридной печати совместили в себе сразу 2 мечты производителей одежды – максимально простое и быстрое цветоделение, и воспроизводство изображения с высочайшей





разрешающей способностью с низкими ценами аналогичными традиционной трафаретной печати. При этом необходимо произвести как правило всего 1 аналоговую форму (раму) для печати дешевыми водными акриловыми красками белой подложки, которая затем “раскрашивается” промышленным цифровым принтером стандартными цветами СМУК.

Подготавливая таким образом несколько подложек-основ в процессе печати можно быстро перенастраивать машину с тиража на тираж, отпечатывая рентабельно практически любые в том числе и очень короткие тиражи изделий всего в несколько десятков штук.

Цветоделение готовит профессиональная программа, встроенная в машину, нет потребности в услугах дорогостоящего специалиста, эта операция занимает всего несколько минут. Программа готовит изображение и подложку, остается только вывести ее на пленку и изготовить форму для печати. С применением цифровых технологий CtP (Computer-to-Plate) и здесь перенастройка с тиража на тираж может занимать не более 10-15 минут. Печать цвета производится встроенным RIP с любым выбранным разрешением печати. Яркость и насыщенность принта определяется заданным количеством проходов.

Основная ценность технологии – автоматическая и практически независимая от исполнителя процедура цветоделения с качеством и разрешающей способностью высочайшего профессионального уровня. Владение подобной системой обеспечивает потоковое воспроизводство красивейших фотореалистичных изображений (что, например, требует детская стилистика одежды) любыми даже

сверхмалыми тиражами. Цена принтов только чернилами СМУК является сопоставимой с затратами классической трафаретной печати при наивысшем возможном качестве воспроизводимого изображения.

Также неоспоримое преимущество гибридной машины перед стандартным принтером – с помощью дополнительных трафаретных печатных секций можно интегрировать в изображение любой дополнительный спецэффект: глиттеры, фольгу, флок, рельефные базы. С помощью водных и вытравных трафаретных красок мы добиваемся более высокого качества подложки и, соответственно, повышаем яркость изображения.

Компания M&R PRINTING EQUIPMENT, Inc. производит 2 версии гибридных печатных машин: цифровые головы могут интегрироваться в трафаретные карусели круглого построения серий Gauntlet III и Challenger III и машины овального построения серий Stryker и VictoryOne. Цифровые головы серии DIGITAL SQUEEGE DS-2000 обеспечивают непрерывную печать форматом до 55x70см с производительностью до

250 шт. изделий в час, а DS-4000 обеспечивают непрерывную печать форматом до 42x51см с производительностью до 550-600 шт. изделий в час. А это уже серьезные промышленные скорости производства одежды.

Мое личное мнение относительно гибридного оборудования крайне положительное. Это будущее текстильной печати доступное уже сегодня. Такое сочетание позволяет значительно сократить расходы современного производства за счет уменьшения арендуемых площадей, мобильности при переходе с одного дизайна на другой, сокращения обслуживающего персонала и максимального снижения влияния человеческого фактора на конечный продукт. В результате мы наблюдаем увеличение скорости и улучшение качества выпускаемой продукции. Все эти параметры значительно снижают себестоимость изделий и приносят бо'льшую прибыль.

Цифровые технологии, в отличие от стандартных видов печати, очень бурно развиваются. На международных выставках стенды с новинками в цифровой печати занимают 70% выставочных площадей, хотя всего лишь 5-7 лет назад все было наоборот. Компактность и простота в управлении позволяют оперативно реагировать на любые изменения и в серийной, и модельной декорации одежды, включая выпуск лимитированных партий для знаменитых дизайнеров.

А что же готова сегодня предложить и противопоставить в конкурентной борьбе наша легкая промышленность и предприятия?



ДИВЕРСИФИКАЦИЯ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧИ РАСШИРЕНИЯ АССОРТИМЕНТА ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Одежда является одним из главных составляющих индивидуального имиджа современного человека. Потребитель стремится к постоянному обновлению гардероба и поиску новых эмоций от покупки одежды. Поэтому современное производство должно преследовать основную цель – диверсификация ассортимента продукции профильных предприятий.



Татьяна Викторовна БУТКО

доцент, канд. техн. наук
Московский государственный
университет дизайна и технологии
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн.
Искусство.), Россия, Москва

При проектировании одежды в условиях современного производства и в рамках реализации стратегии развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года в условиях так называемой экономики инноваций должно реализоваться оптимальное соотношение полезности (функциональности) и затрат на ее разработку, производство, эксплуатацию, вплоть до утилизации. При этом приоритетными задачами проектирования одежды являются: повышение качества и, по возможности, снижение затрат в производстве, как материальных, так и трудовых; повышение срока морального и физического старения изделий; увеличение функциональных возможностей. Решение поставленных приоритетных задач направлено на диверсификацию ассортимента продукции профильных предприятий, повышение ее конкурентоспособности.

Крупные современные отечественные предприятия швейной промышленности, сформировавшие разноплановую систему менеджмента, как показывает анализ их деятельности, сочетают две основные стратегии вывода товара на рынок. Стратегия «новый

товар на старом рынке» (инновация) связана с внедрением в производство инновационного оборудования, позволяющего производить продукцию эффективными методами с характеристиками, соответствующими актуальным тенденциям. Стратегия «новый товар на новом рынке» (диверсификация) означает переход предприятия на новые сферы деятельности. Для отечественных швейных предприятий она, преимущественно, представлена связанным типом диверсификации. Связанная диверсификация представляет собой новую область деятельности компании, увязанную с существующими областями бизнеса (например, в производстве, маркетинге, материальном снабжении или технологии). Примеры реализации такой стратегии в деятельности крупных швейных отечественных предприятий (чаще корпораций) объясняются стремлением предоставить потребителю продукцию, дополняющую изделия основного профильного ряда

и позволяющую сформировать законченный модный образ. Причинами расширения круга узко-специализированных задач швейной отрасли являются финансовые выгоды, уменьшение рисков, повышение конкурентных преимуществ.

Анализ деятельности отечественных швейных предприятий позволил выявить особенности реализации стратегии инноваций в осуществлении процессов разработки дизайна продукции. Свидетельством того, что разработка современного дизайна продукции неразрывно связана с высокотехнологичными инновациями, подтверждает тот факт, что в системе менеджмента предприятия, наряду с традиционным структурным подразделением дизайна продукции, выделяется структурное подразделение технического дизайна. Наиболее освоенными направлениями промышленного технического дизайна швейной продукции в практике отечественных предприятий

являются прямая цифровая печать, сублимационная печать, термотрансфер, шелкография, автоматизированная машинная вышивка, термопрессовая технология выполнения узоров с использованием клеевых страз.

Перечисленные технологии позволяют оперативно сориентировать выпускаемую продукцию на актуальные тренды модного направления и значительно расширить ассортимент продукции методами отделки и художественного оформления, не затрагивая конструктивной основы изделий. Это позволяет строить процесс конструкторско-технологической подготовки швейного производства на основе наиболее эффективного способа - типового проектирования изделий, обеспечивая их визуальную новизну, разнообразие и высокий художественный уровень без затрат времени и средств на конструкторские работы. При этом необходимо отметить, что возможности оборудования позволяют формировать не только отдельный художественный элемент модели (принт, вышивку), но, при необходимости, изготавливать узор, рисунок в масштабах рулона ткани - паттерн (Рис. 1).



остаются недоступными для массового использования по причине высокой стоимости оборудования и применяемых материалов. Однако, именно они, способны обеспечить внедрение

эффективных технологий отделки и изготовления швейных изделий за счет автоматизации процессов. Традиционные же виды художественной отделки швейных изделий, являющиеся предшественниками инновационных, в настоящее время можно назвать роскошью, так как преобладающий способ их исполнения - ручной, что является достаточно трудоемким и затратным для применения в массовом и серийном производстве, поэтому используется, преимущественно, при изготовлении продукции верхних ценовых сегментов «люкс-премиум». В связи с этим основные перспективы широкого внедрения инновационных методов изготовления и отделки швейных изделий связаны с совершенствованием производственных отношений, построенных на аутсорсинге, которые позволяют реализовывать отраслевые технологические услуги. В этом случае «держатели» инновационных технологий не только обладают конкурентными преимуществами на рынке, но и получают рынок предоставления высокотехнологичных



Рисунок 1 - Сублимационный принтер EPSON

Внедрение инновационных технологий связано с необходимостью крупных финансовых вложений и созданием необходимых условий для их реализации (Рис. 2).

Приобретение дорогостоящего высокопроизводительного оборудования, подготовка и оплата труда специалистов, как правило, связанных с созданием интеллектуального продукта, под силу лишь крупным отраслевым предприятиям. В связи с этим некоторые инновационные технологии

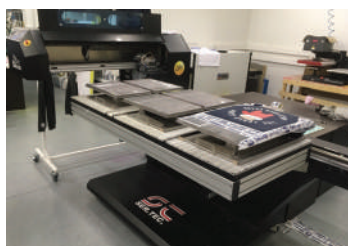


Рисунок 2 - Оборудование участка прямой цифровой печати по ткани

инновационных услуг. На рисунке 3 приведено фото оборудования для выполнения автоматизированной вышивки промышленной компании «СОФТСТИЧ-М», предоставляющей технологические услуги по отделке швейных изделий на условиях аутсорсинга.

Автоматизированная вышивка является одним из наиболее привлекательных и перспективных видов отделки. Она способна индивидуализировать и повышать художественный уровень изделий, производимых массово. Причины повышенного спроса и актуальности машинной вышивки обусловлены хорошим качеством конечного продукта, высокой износостойкостью, эстетичностью и наличием высокотехнологичного оборудования, которое позволяет обеспечить невысокую себестоимость и качественное выполнение отделки. Современные вышивальные автоматизированные комплексы могут быть ориентированы на различный объем выпускаемой продукции и финансовые возможности предприятия. Комплексы включают различное количество вышивальных автоматов. Типовое оборудование может включать



Рисунок 3 – Трехголовочное вышивальное оборудование марки «VELLES»

от трех до двадцати четырех автоматов, а по индивидуальному заказу предприятия и более.


Однако приобретение высокоэффективного современного оборудования ставит

перед предприятием задачу выработки режима его оптимальной загрузки с целью скорейшей окупаемости. Как показывает опыт работы компании, главным фактором востребованности услуг на изготовление автоматизированной вышивки является стоимость услуги. Причем, этот показатель варьируется в зависимости от ценовой категории швейной продукции, для которой предполагается изготовление отделки. Поэтому, для того, чтобы планировать сбалансированность возможностей и желаемого конечного результата, необходимо четко понимать от каких факторов зависит стоимость изготовления данного вида отделки. Это определяет актуальность исследования факторов, формирующих спрос на технологическую услугу.

Анализ видов и особенностей внедрения инновационных технологий в реальных условиях отраслевых промышленных предприятий позволяет выявить специфические подходы и возможности процессов моделирования и конструирования одежды, сформулировать новые компетенции в подготовке специалистов современного уровня.



Международный
салон оборудования
и технологий

 **Textileg
mash**

15-18 сентября 2020

Москва, ВДНХ,
павильон №75

Оборудование
для текстильной промышленности

Оборудование
для лёгкой промышленности

Технологии производства

Оборудование для термопечати

Контрольно-измерительные
приборы

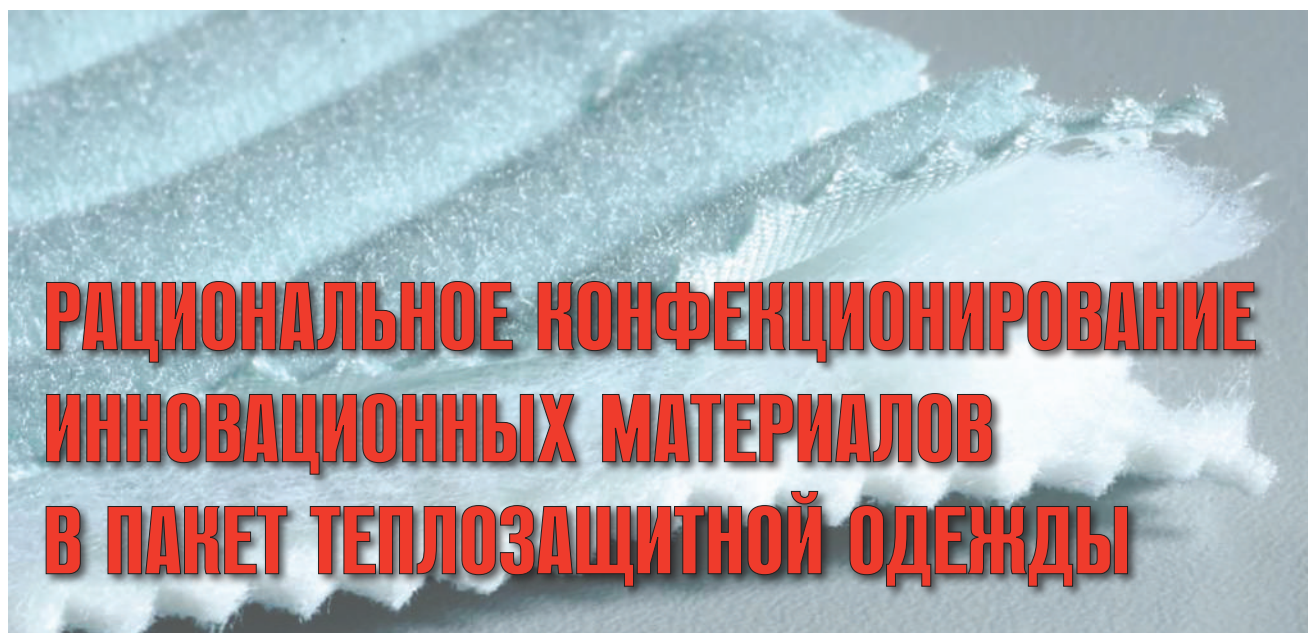


55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильегпром
 **Textilegprom** 

www.textilexpo.ru

16+



РАЦИОНАЛЬНОЕ КОНФЕКЦИОНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПАКЕТ ТЕПЛОЗАЩИТНОЙ ОДЕЖДЫ

Конфекционирование материалов является важным и ответственным этапом в швейном производстве: от правильного и обоснованного выбора материалов в пакет зависит качество и конкурентоспособность одежды, стабильность внешнего вида в процессе носки и легкость ухода за одеждой.



Наталья Александровна
КЛИМОВА
Аспирантка
РГУ им. Косыгина



Валентина Иосифовна
БЕСШАПОШНИКОВА
Доктор технических
наук, профессор
РГУ им. Косыгина



Елена Анатольевна
ЛОГИНОВА
Аспирантка
РГУ им. Косыгина



Елена Викторовна
МЕЗЕНЦЕВА
Аспирантка
РГУ им. Косыгина,
главный технолог
ООО «Термотол»

Основные требования к зимней спецодежде направлены на обеспечение нормального тепло- и газообмена.

В условиях теплового комфорта влажность воздуха пододежного пространства должна быть в пределах 35-60 %, температура в области туловища - 30-32 °С, содержание углекислоты не более 0,8 % [1]. Для обеспечения данных показателей микроклимата к специальному теплозащитному снаряжению для спасателей МЧС и другой одежды эксплуатируемой в условиях Крайнего Севера и регионов Сибири, предъявляются следующие физиолого-гигиенические требования: показатели теплоизоляционных свойств снаряжения должны соответствовать энергозатратам человека и климатической среде, в которой предполагается ее эксплуатация; тепловое сопротивление спецодежды должно быть регулируемым; внутренние слои спецодежды должны хорошо впитывать пот и легко отдавать влагу, материалы снаряжения не должны препятствовать выделению влаги из пододежного

пространства; наружные слои одежды не должны пропускать внутрь атмосферную влагу, вызывающую снижение теплового сопротивления одежды.

Для выполнения перечисленных выше требований чаще всего используют нетканый объемный утеплитель Арктик (Арктик-П). Структура утеплителя Арктик состоит из полых полиэфирных волокон, иногда добавляют до 85% шерсти или 50% льна.

В составе утеплителя присутствует перфорированная (для обеспечения паропроницаемости) плёнка из алюминиевой фольги (для отражения тепла в пододежное пространство, а холода - наружу), с обеих сторон которой, вертикально расположены волокна, что обеспечивает высокую упругость и устойчивость к многократным деформациям сжатия.

Учитывая тот факт, что при выполнении физических

« **КОНФЕКЦИОНИРОВАНИЕ – ЭТО РАЦИОНАЛЬНЫЙ И НАУЧНО ОБОСНОВАННЫЙ ПОДБОР ПАКЕТА МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ИЗДЕЛИЯ С УЧЕТОМ ИХ СВОЙСТВ И ОСОБЕННОСТЕЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА.**



Таблица 1. ХАРАКТЕРИСТИКИ СТРУКТУРЫ И СВОЙСТВ МЕМБРАННЫХ ТКАНЕЙ

№ образца	Наименование образцов	Поверхностная плотность, г/м ²	Толщина ткани/ мембраны, см	Разрывная нагрузка, Н, основа/уток	V _п , г/м ² 24ч	Водоупорность, мм.вод ст	Раздирающая нагрузка, Н, основа / уток
1	Мембранная ткань арт. С911М (100ПА, ПТФЕ «Parel»)	150±5	0,117/0,019	690/520	5000	500	159/170
2	Мембранная ткань арт.09С20-КВ (100ПЭ, ПлЛАМ)	148±5	0,116/0,028	680/597	9000	536	155/122
3	Мембранная ткань арт.ПЭ/М-003 (100ПЭ, ПлЛАМ, отделка МВО)	192±5	0,225/0,019	750/1000	2000	1610	173/176
4	Мембранная ткань арт.09С13-КВ (100ПЭ, ПлПУМ)	170±5	0,227/0,026	685/1000	9000	520	218/580
5	Мембранная ткань арт.80021 (100ПЭ, отделка МВОКлЗ)	190±5	0,119/0,028	1000/700	2500	1520	145/149

Примечание: обозначение отделки: ПлЛАМ – пленочное покрытие ламинированное политетрафторэтиленовой мембраной; ПлПУМ пленочное покрытие ламинированное полиуретановой мембраной; ВО – заключительная водоотталкивающая отделка; МВОКлЗ –отделка маслостойкая (МВО), полиуретановая мембрана «Климат 3»; ПТФЕ «Parel» - политетрафторэтиленовая мембрана фирмы «Parel», V_п – коэффициент паропроницаемости. Относительная погрешность измерений не превышала 5%.

нагрузок теплотворная способность человека возрастает, а утеплитель Арктик не позволяет регулировать комфортное состояние пододежного пространства, то актуальным является совершенствование структуры пакетов материалов теплозащитной одежды, за счет использования инновационных терморегулируемых материалов.

Для формирования структуры пакетов материалов были выбраны: инновационные мембранные ткани – в качестве ткани верха, утепляющие материалы – продукция компании Термопол, терморегулирующий материал – разработка кафедры материаловедения и товарной экспертизы РГУ им. А.Н. Косыгина. Для обоснованного формирования структуры пакетов одежды исследовали показатели качества, как материалов, так и пакетов одежды.

Характеристики структуры и показателей свойств мембранных тканей трех Российских производителей: ОАО «Балтекс», ОАО «Моготекс», ООО ГК «Чайковский текстиль», выбранных для исследования, представлены в таблице 1. Исследование свойств тканей с мембранным покрытием позволило установить, что все образцы мембранных тканей отвечают нормативным требованиям ГОСТ 28486-90. Все мембранные ткани характеризуются высокой устойчивостью к истиранию по плоскости 16000-19000 циклов, упругостью, несминаемость более 83% по основе и 84% по утку, жесткость при изгибе не превышает 9000 мкН·см², прочность 690-1000 Н и удлинение более 60/65%.

Мембранные ткани арт. С911М, арт.09С20-КВ и арт. 09С13-КВ обладают хорошими водозащитными свойствами, что обеспечит хорошие теплозащитные свойства одежды и надежную защиту человека от осадков. Ткань арт ПЭ/М-003 имеет монолитную беспоровую структуру, что придает ей высокую водоупорность, но низкую паропроницаемость. Воздухопроницаемость всех

исследуемых мембранных тканей низкая, не более 27 дм³/м²·с, что позволяет исключить введение в состав пакета одежды ветрозащитной прокладки.

Учитывая, что при эксплуатации в суровых климатических условиях мембранные ткани будут подвергаться многократному воздействию низких и высоких температур, то нами исследовалось влияние процесса криолиза на структуру и свойства

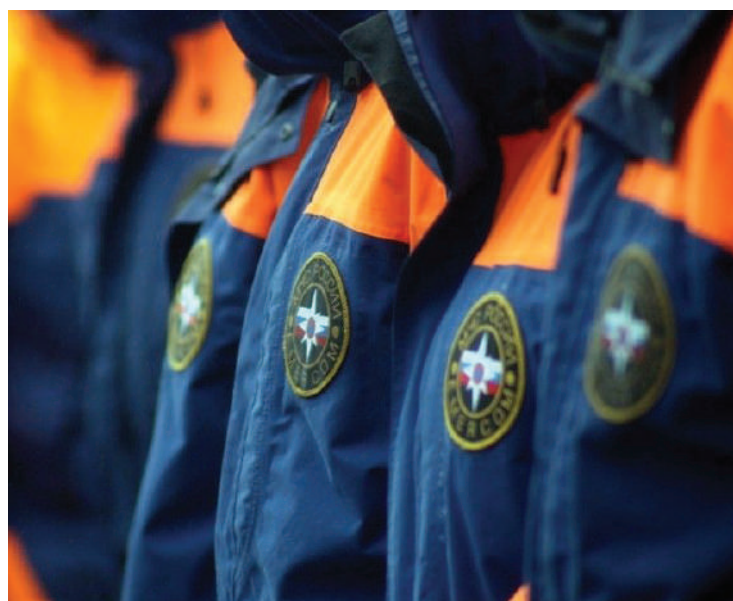
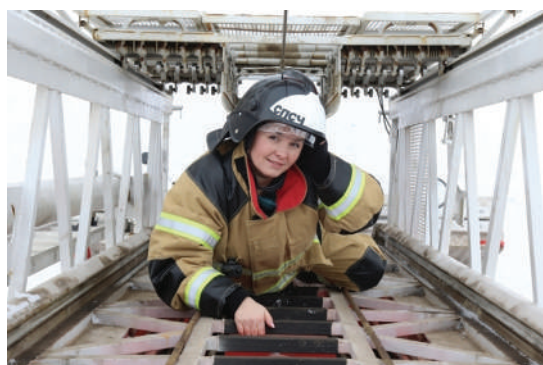
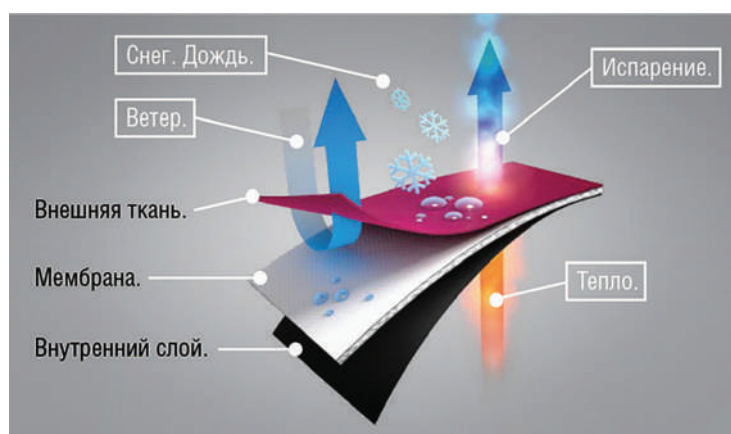


Таблица 2. ФИЗИКО-МЕХАНИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА НЕТКАНЫХ УТЕПЛИТЕЛЕЙ

№ образца	Наименование образцов	Поверхностная плотность, г/м ²	Теплопроводность, Вт/(м·К) / тепловое сопротивление, м ² ·К/Вт	Толщина, под давлением 196 Па, мм	Разрывная нагрузка, даН, длина/ ширина	Удлинение при разрыве, %, длина/ ширина
1	Холлофайбер СОФТ Р 5190	70	0,035/0,197	7	4,0/3,0	3,5/4,4
2	Холлофайбер СОФТ ПРИМ ZP	100	0,041/0,204	8,4	9,5/4,5	7,3/5,4
3	Холлофайбер СОФТ ПРИМ К	150	0,0385/0,223	8,6	6,5/5,2	6,2/4,85
4	Холлофайбер СОФТ Р 5198	200	0,036/0,219	13,18	5,5/5	6,8/4,9

мембранных тканей. Установлено, что многократный криолиз (100 циклов замораживания-оттаивания) тканей с порвыми мембранами приводит к снижению на ~6-17% разрывной нагрузки, жесткости при изгибе на 5-15%, водоупорности на 20-41% и возрастанию паропроницаемости на 47-64%. Многократный криолиз тканей с беспоровыми мембранами приводит к снижению на разрывной нагрузки на ~8-27%, жесткости при изгибе на 8-15%, водоупорности на 28-51% и возрастанию паропроницаемости ~1,5-2 раза и более.



В качестве подкладочной ткани использовали вискозную ткань арт. 32290. В качестве утеплителя исследовали современный, перспективный, отечественный материал - нетканый синтетический утеплитель Холлофайбер компании «Термопол». Характеристика структуры и свойств образцов утеплителя Холлофайбер СОФТ представлена в таблице 2.

Сравнительный анализ данных показал, что образец Холлофайбера СОФТ ПРИМ ZP поверхностной плотности 100 г/м² обладает наибольшей прочностью и хорошими теплозащитными свойствами, что позволяет использовать его в один и два слоя, в зависимости от температурных условий эксплуатации.

В термообогреваемом утепляющем материале (ТЭТМ), который подробно описан в работах авторов, электропроводящим обогревающим элементом является углеродная нить зафиксированная, по клеевой технологии дублирования, между двумя слоями электроизоляционного текстильного слоя. Температура нагрева поверхности ТЭТМ изменяется от 27 до 45 °С и задается регулятором температуры источника питания малогабаритного аккумуля

мулятора Li-PO (3S) (с тремя температурными режимами, массой 165 грамм и безопасным напряжением 12 В).

В разработанных пакетах материалов, таблица 3, терморегулируемый материал располагается между подкладочным слоем и утеплителем или между двумя слоями утеплителя. Результаты исследований показали, что теплозащитные свойства пакета материалов определяются его толщиной. Образец №1 с одним слоем утеплителя

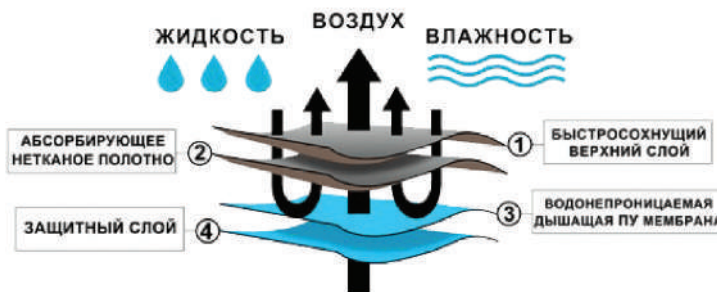
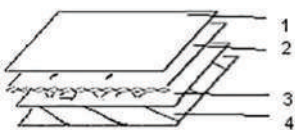
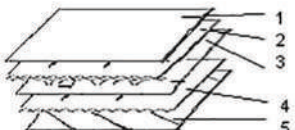
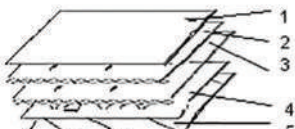
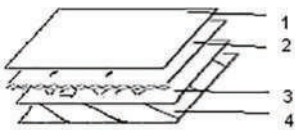


Таблица 3. СТРУКТУРА И СВОЙСТВА ПАКЕТА МАТЕРИАЛОВ

№ пакета	Состав слоев пакета материалов	Ms, г/м ²	δ, мм	λ, Вт/(м·К)	R _{сум} , м ² ·К/Вт
Пакет №1 	1 – Мембранная ткань арт. С911	135	13,5	0,0319	0,423
	2 – «Холлофайбер» СОФТ ПРИМ ZP 8391	100			
	3 – Обогревающий материал ТЭТМ	180			
	4 – Подкладочная ткань арт. 32290	100			
Пакет №2 	1 – Мембранная ткань арт. С911	135	23,6	0,0238	0,992
	2 – «Холлофайбер» СОФТ ПРИМ ZP 8391	100			
	3 – Обогревающий материал ТЭТМ	180			
	4 – «Холлофайбер» СОФТ ПРИМ ZP 8391	100			
	5 – Подкладочная ткань арт. 32290	100			
Пакет №3 	1 – Мембранная ткань арт. С911	135	23,6	0,0289	0,817
	2 – «Холлофайбер» СОФТ ПРИМ ZP 8391	100			
	3 – «Холлофайбер» СОФТ ПРИМ ZP 8391	100			
	4 – Обогревающий материал ТЭТМ	180			
	5 – Подкладочная ткань арт. 32290	100			
Пакет №4 	1 – Мембранная ткань арт. С911	135	18,7	0,0242	0,773
	2 – «Холлофайбер» ПРОФИ Р 35198	200			
	3 – Обогревающий материал ТЭТМ	180			
	4 – Подкладочная ткань арт. 32290	100			

Примечания: Ms - поверхностная плотность, δ - толщина, λ - теплопроводность, R_{сум} – суммарное тепловое сопротивление.

Холлофайбера массой 100 г/м² не обеспечивает требуемой теплозащиты, суммарное тепловое сопротивление не менее нормативный 0,77-0,83 м²·К/Вт. Образец №4 с одним слоем утеплителя Холлофайбера массой 200 г/м² обеспечивает только нижнюю границу требования не менее 0,77 м²·К/Вт. Анализ свойств образцов пакетов, состоящих из двух слоев утеплителя Холлофайбер массой по 100 г/м² каждый, позволяет утверждать что оба пакета №3 и №4 отвечают требованиям, предъявляемым к теплозащитным свойствам одежды для районов Крайнего Севера и Сибири. Однако пакет №2 с расположением термообогревающего материала между слоями утеплителя характеризуется лучшими теплозащитными свойствами, суммарное тепловое сопротивление достигает 0,992 м²·К/Вт.

Таким образом, в статье разработаны пакеты материалов теплозащитной одежды из инновационных мембранных и терморегулируемых обогревающих текстильным материалом. Мембранная водонепроницаемая ткань защитит от осадков и ветра, а регулируемый обогревающий материал ТЭТМ

обеспечит комфортный тепловой баланс пододежного пространства, как в статике, так и в динамике. Высокие теплозащитные свойства, суммарное тепловое сопротивление 0,992 м²·К/Вт, позволяют рекомендовать

разработанные пакеты материалов для изготовления спецодежды МЧС, нефтяников и других профессий, а также бытовой одежды для эксплуатации в суровых условиях Крайнего Севера, Заполярья и Сибири.





Фото предоставлены автором

НАНОВОЛОКНА В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В последние несколько лет на мировых рынках текстильной промышленности широкое распространение получили мембранные материалы, состоящие из нановолокон.



Евгения Пятунина
кандидат химических наук,
руководитель научно-исследовательского центра
ООО «Инмед»

Обращаясь к терминологии, приставка «нано» подразумевает обозначение одной миллиардной части каких-либо единиц или 10^{-9} . При этом, если речь идёт о наночастицах, то диаметр таких частиц будет составлять всего лишь одну часть от миллиардной части метра. Размер наночастиц эквивалентен размеру нескольких молекул. Если проводить наглядную параллель, то можно сказать, что наночастица так же мала по сравнению с метровым объектом, как копеечная монета в сравнении с размером нашей планеты. Нановолокнами, как правило, считаются волокна, диаметр которых находится в пределах до 500 нанометров, однако традиционно в текстильной промышленности определение нановолокон расширяется до 1000 нанометров, то есть до 1 микрометра.

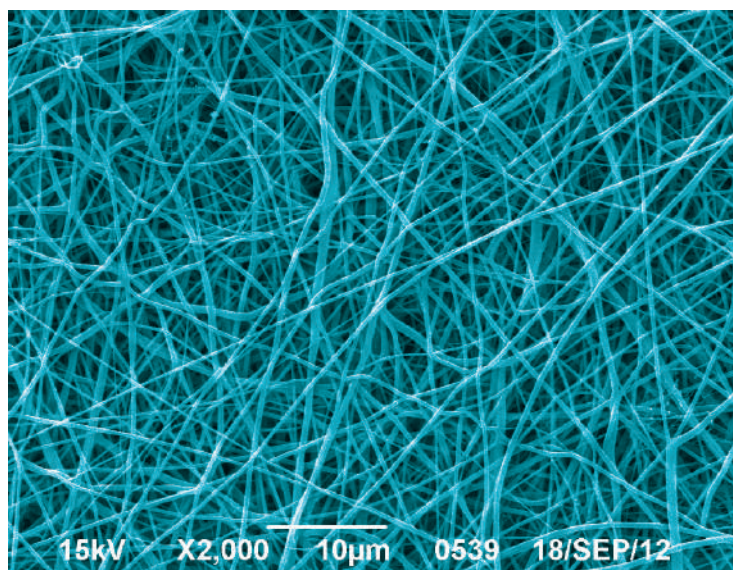
Метод электроформования позволяет получать нановолокна из растворов полимеров под действием электростатического поля. На территории Российской Федерации с помощью такой инновационной технологии на базе ООО «Инмед» производится супердышащий текстильный мембранный материал

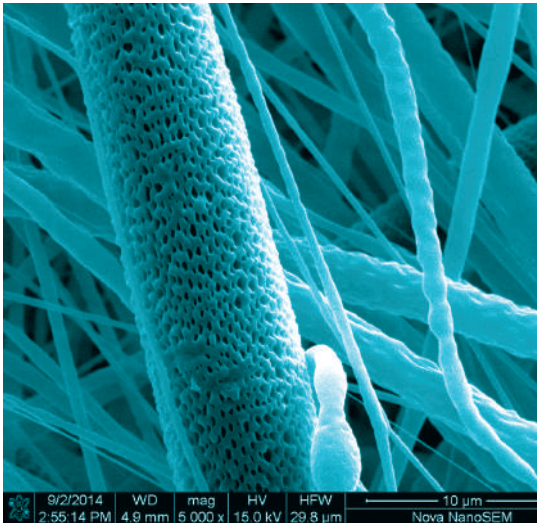
TRIVENT®. В процессе электроформования из полимерного раствора в электростатическом поле происходит вытягивание волокон полимеров с последующей их упорядоченной укладкой в виде нетканого полотна.

Морфология и диаметр волокон зависят от многих факторов. На качество получаемых микро- и нановолокон оказывают влияние как

параметры электроформования, так и свойства раствора полимеров. Ключевыми свойствами раствора полимера являются вязкость, концентрация, электропроводность и поверхностное натяжение.

Широкие возможности процесса электроформования позволяют получать нановолокнистые материалы с заданными физико-





« НАНОРАЗМЕРНЫЙ ДИАМЕТР ВОЛОКОН В СОВОКУПНОСТИ С ИХ НЕУПОРЯДОЧЕННОЙ И ПЛОТНОЙ УКЛАДКОЙ ПОЗВОЛЯЕТ ЗАДЕРЖИВАТЬ ПОТОКИ ВОЗДУХА И КАПЛИ ВОДЫ. »

химическими свойствами. Исследование таких материалов включает определение особенностей морфологии и структуры волокон, механических свойств материалов.

В процессе создания комфортных эксплуатационных характеристик текстильных мембранных материалов **TRIVENT®** важнейшую роль играет слой супердышащей мембраны, состоящий из нановолокон полимеров. Наноразмерный диаметр волокон в совокупности с их неупорядоченной и плотной укладкой позволяет задерживать потоки воздуха и капли воды. Другая инновационная ткань **FUTURELIGHT®** (The North Face) аналогично производится с помощью применения технологии электроформования, что позволяет допустить получение материала с допустить получение материала с великолепными эксплуатационными характеристиками. Высоким уровнем защиты от неблагоприятных погодных условий в сочетании с превосходными дышащими свойствами. Существует возможность как увеличения воздухопроницаемости для интенсивного занятия спортом, так и усиления защитных свойств, которые позволят человеку в такой одежде лучше адаптироваться к суровым климатическим условиям.

Метод электроформования позволяет получать многослойные нетканые материалы с необходимой степенью пористости, высокой удельной поверхностью, паро- и воздухопроницаемостью, а также с высокой степенью фильтрации и барьерными свойствами. Таким образом, появляется возможность использовать данные материалы в качестве фильтрующего элемента в конструкции средств индивидуальной защиты органов дыхания, благодаря которым осуществляется очистка вдыхаемого воздуха от аэрозолей, бактерий и вирусов. При этом строение получаемого фильтрационного многослойного нетканого материала, образованного микро- и нановолокнами, позволяет улавливать частицы размером менее 0,5 микрон, которые способны проникать в структуру лёгких и в кровеносную систему.

В структуре нетканых материалов, полученных методом электроформования, можно выделить два типа пор: поры на поверхности и поры между волокнами. Распределение пор по размерам, а также объем, форма

пор и удельная поверхность играют определяющую роль при использовании электроформованных материалов в качестве фильтров, мембран, адсорбентов, клеточных субстратов и подложек для катализаторов. Поры на поверхности и внутри волокна играют ключевую роль в медицинских применениях электроформования материалов, например, способствуют высвобождению содержащихся в материале лекарственных средств. Через систему пор, образованную нановолокнами, возможно движение парообразной влаги, что придает текстильному мембранному материалу **TRIVENT®** непревзойденные дышащие свойства.

Уникальные свойства нановолокнистых материалов обеспечивают высокую конкурентную способность среди других волокнистых материалов.

Нетканые материалы, состоящие из нановолокон, полученных методом электроформования, применяются в целом ряде областей. Например, гемостатические средства на основе хитозана.





ПРОЕКТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РАЗРАБОТКИ УТЕПЛЕННОЙ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ



Одежда для детей должна быть модной, но не утрированной, так как воспитание вкуса необходимо начинать в самом раннем возрасте. Дети очень восприимчивы ко всему новому, поэтому необходимо, чтобы все предназначенное для них было выполнено с большим художественным вкусом.



Е.А. ЧАЛЕНКО

к.т.н., доцент
РГУ им. А.Н.Косыгина



Е.Ю. ПУШКАРЕВА,

магистрант
РГУ им. А.Н.Косыгина

В сезон холодов, дождей и снегопадов модная одежда для детей, в первую очередь, будет ассоциироваться с комфортом и заботой о здоровье ребенка.

Также следует обращать серьезное внимание на применение современных высококачественных материалов и безопасной фурнитуры, использование высокотехнологичного оборудования, освоение прогрессивных методов обработки изделий, уровень квалификации исполнителей.

Для разработки коллекции моделей зимних курток для детей дошкольного возраста было

проведено анкетирование взрослого населения с детьми Московского региона с помощью сайта <https://anketolog.ru/>. Было опрошено 102 человека.

Исследование целевой аудитории покупателей зимней одежды для детей дошкольной возрастной группы позволило составить портрет потребителей. Это женщины и мужчины в

возрасте от 20 до 50 лет с различным уровнем образования, в основном семьи с детьми, семейный уровень дохода средний, проживают в крупном городе или мегаполисе с ярко-выраженной погодной сезонностью и разницей температур. Род деятельности семей значения не имеет, национальность и расовая принадлежность также не имеют значения. Потребители ведут размеренный или активный образ жизни и любят все новое, активно пользуются интернетом и социальными сетями, отношение к инновациям положительное. Все потребители предпочитают перед покупкой сравнивать несколько аналогичных товаров, чтобы приобрести лучшее из них по соотношению «цена-качество». При покупке зимней детской одежды рассчитывают защитить своего ребенка от неблагоприятного воздействия окружающей среды и обеспечить ребенку комфортное тепловое состояние, предпочитают совершать покупки с предварительной примеркой, чтобы не только оценить качество посадки изделия на фигуре, но и учесть мнение ребенка.



Рис. 1 – Наиболее часто покупаемые товары из ассортимента детской верхней одежды

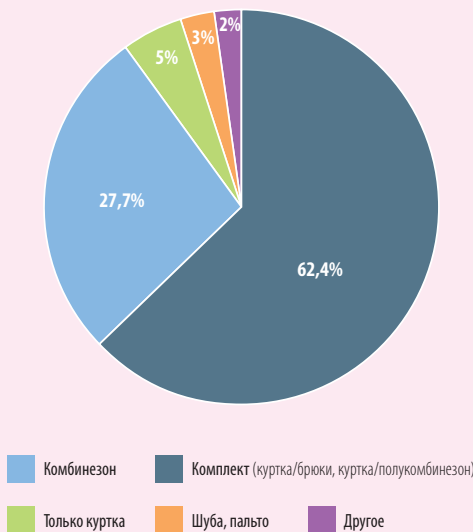
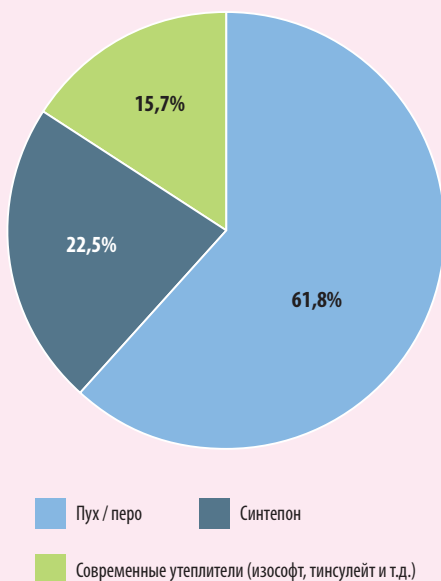


Рис. 2 – Предпочтения респондентов при покупке детской верхней одежды



Рис. 3 – Наиболее предпочтительные виды утеплителя для детской одежды



Наиболее востребованным из ассортимента детской верхней одежды оказался комплект (куртка/брюки, куртка/полукомбинезон). Наименьшей популярностью пользуются комбинезоны, хотя они не менее популярны. В остальных случаях потребители приобретают отдельно куртки, шубы, пальто и т.д. (рис.1)

Самым популярным местом приобретения одежды для детей стали фирменные магазины. Это объясняется тем, что именно там сосредоточена продукция различных брендов и производителей, которые удобно примерить и сравнить между собой. На втором месте находятся интернет-магазины. Также 25,7% потребителей покупают вещи на ярмарках/рынках (рис. 2).

Большинство потребителей обращают внимание на сырьевой состав материалов изделия, затем оценивают качество обработки и удобство ли ухаживать за данным изделием. Следующим критерием выбора является цвет изделия, а только потом идут цена, бренд и производитель. Наименее важным критерием выбора является наличие в изделии каких-то определенных деталей. По мнению респондентов в утепленной детской одежде могут присутствовать любые детали, кроме меха на капюшоне. Также выяснено, какой утеплитель предпочитают покупатели: 61,8% опрошенных отдают предпочтение современным утеплителям, тогда как 22,5% доверяют натуральным (рис. 3). И практически все потребители обращают внимание на толщину утеплителя (рис. 4)

На завершающем этапе выяснено, учитывая все критерии выбора, сколько именно готовы потратить на зимнюю верхнюю одежду покупатели для своих детей (рис. 5). Большинство готово потратить от

3 тыс. до 5 тыс. рублей.

Таким образом, выявлено, что в настоящее время актуально разрабатывать детские зимние куртки со всеми важными элементами (капюшон, ветрозащитная планка, манжеты на рукавах и т.д.) из инновационных материалов, с применением современного утеплителя для семей со средним уровнем дохода.

На базе анализа и творческого источника разработан художественный проект коллекции зимних курток. В коллекции представлены модели для мальчиков и девочек. По цветовой гамме куртки яркие, сочные. Все модели коллекции воспринимаются как единое целое, но имеют различные конструктивные решения. Общим для всех можно назвать наличие, карманов, декоративных элементов. В коллекции имеются модели с различными покроями рукавов: втачной рукав, реглан. Из предложенных моделей коллекции выбраны три наиболее удачных с точки зрения гармоничного образа, композиции и конструирования для представления коллекции (рис. 6).

Коллекцию объединяет цветовое решение. На всех моделях присутствуют сочные, яркие, радужные цвета (красный, желтый, синий, зеленый). Длина курток до середины бедра, но у центральной и модели справа спинка длиннее полочки. Рукава курток втачные или сложного покроя (реглан).

Для изготовления куртки выбран материал Дюспо – ткань полотняного переплетения, иногда снабжается полиуретановой пропиткой. Материал достаточно тонкий, легкий, дышащий и очень хорошо драпируется. Имеет разнообразные водоотталкивающие пропитки, которые позволяют изготавливать ветрозащитный, влагонепроницаемый материал. Данная

Рис. 4 – Важна ли толщина утеплителя для покупателя

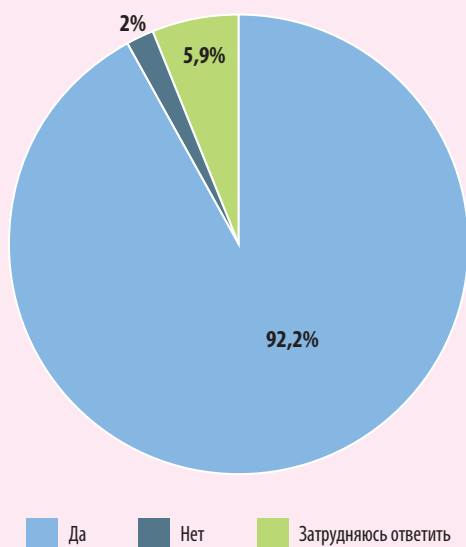
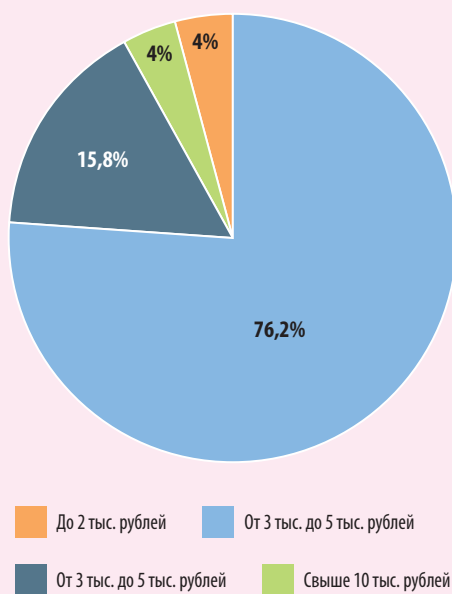


Рис. 5 – Какую сумму готовы потратить респонденты на приобретение детской верхней одежды



ткань соответствует всем требованиям, предъявляемым к материалам для разработки детской куртки. С внутренней стороны на ткань нанесен водоотталкивающий слой белого цвета Milk. Данный слой применяется как покрытие для теплых курток, так как по своей структуре обладает свойствам удерживать пух и другие волокна. Благодаря этому свойству утеплитель в готовом изделии «сцепляется» с тканью и сохраняет свою форму, т.е. не деформируется.

Куртки из ткани Дюспо можно эксплуатировать при температуре воздуха от +5 до -15 С, все зависит от толщины утеплителя, при этом

они пропускают наружный воздух, обеспечивают кожное дыхание, очень красивы и устойчивы к грязи. За изделиями из Дюспо легко ухаживать.

Учитывая все особенности основного материала, подкладочная ткань, может быть подобрана в цвет материала верха или контрастной, мелкоузорчатой или с рисунком. Толщина подкладочного материала должна быть меньше толщины материала верха. Ткань должна иметь высокую прочность при разрывной нагрузке, малую раздвигаемость нитей в швах для обеспечения долговечности изделия, хорошие гигиенические показатели, устойчивость к действию пота. В качестве подкладочных материалов выбраны флис для спинки и полочки и подкладочная ткань Тафгета для рукавов. Подкладочная ткань Тафгета – легкая нейлоновая или ПЭ ткань разной плотности, иногда снабжается полиуретановой пропиткой.

В качестве утеплителя был выбран материал Изософт – синтетический наполнитель с пружинистой структурой. Для его изготовления используются очень тонкие волокна, которые и сами по себе имеют хорошие теплозащитные свойства, и пространство между ними создает дополнительную термоизоляцию. Также, благодаря этому, Изософт хорошо сохраняет форму изделия. Изософт используется не только как утепляющий материал, но и для придания жесткости и формоустойчивости некоторым деталям куртки.

Для соединения деталей из материала верха и подкладки были выбраны швейные нитки 45ЛЛ оранжевого и зеленого цветов.

Выбор фурнитуры также является немаловажным аспек-

Рисунок 6 – Коллекция утепленных курток для детей дошкольного возраста



том проектирования изделия. Фурнитура должна соответствовать по стилю, цветовому решению, размеру и композиционно правильно располагаться в изделии. В качестве фурнитуры для застёжки куртки выбрана тесьма – молния и металлические кнопки для планки и капюшона.

Пакет материалов для детской куртки подобран с учетом назначения изделия, условий эксплуатации и способа ухода за ним, вида оборудования, применяемого для изготовления изделия и с учетом модных направлений в данной ассортиментной группе.



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕТСКИЙ САЛОН

CHILDREN'S Salon

15-18 сентября 2020

Москва, ВДНХ, павильон № 75

**Одежда для детей от 0 до 14
Детский трикотаж
Одежда для беременных
Детская обувь
Текстильные игрушки
Аксессуары**

55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильлегпром
 **Textil legprom** 

www.textilexpo.ru

16+



2020: НЕТКАНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОГНОЗЫ ДЛЯ ЛЕГПРОМА

На партнерском совещании по итогам 2019 года и 15-летия производственной деятельности компании «Термопол» в РФ были обозначены перспективные направления развития нетканых материалов и изделий на их основе для текстильной и легкой промышленности на 2020 год и ближайшие периоды в соответствии со Стратегией развития текстильной и легкой промышленности до 2025 года и с учётом Стратегии развития промышленности строительных материалов на период до 2030 года.



Елена МЕЗЕНЦЕВА
аспирант
РГУ им. А.Н.Косыгина



Владислав ИВАНОВ
к.ф.н., директор по
развитию «Термопол»

ИЗМЕНЕНИЕ ТЕКСТИЛЬНОЙ КАРТИНЫ МИРА

Легпром с неткаными материалами становится такой развитой и многогранной промышленной инфраструктурой, без которой не может обойтись фактически ни одна другая отрасль. Межотраслевая роль легпрома существенно возрастает в связи с универсальностью и функциональностью.

Стремительно развивающаяся некогда подотрасль нетканых материалов, отнесенная по коду к видам текстильной продукции, давно преодолела границы условно называемого «переработанного полотна» как в ассортиментной номенклатуре, так и по методам и способам применения полотен, пластов, волокнистых масс, композитов и пр. во всех отраслях промышленности.

НЕТКАНОЕ БУДУЩЕЕ

Мировое развитие технического текстиля, предопределенное взаимосвязанными магистральными факторами, напрямую связано с

внедрением и распространением нетканых материалов в традиционных и инновационных индустриальных секторах.

Текстильная и легкая промышленность выступает в контексте развития нетканых материалов как значимый посредник создания продукции (по принципу «изделия-в-изделия»), и благодаря развитию технического текстиля в целом - для предприятий легпрома открывается ещё большая перспектива как во внутриотраслевом, так и в межотраслевом взаимодействии (строительство, автопром, военная промышленность, медицина, сельское хозяйство, etc).

Успешные внедрения нетканой продукции в бытовой и специализированной текстильной и швейной продукции сформировали базис для нового промышленного этапа в легпроме, отраженного также в «Стратегии развития легкой промышленности».

Развитие технологий, новое понимание среды обитания и жизнедеятельности ведет всех нас, как общество потребления, к увеличению использования нетканых материалов.

Для России нетканые материалы в легпроме становятся «открытием» с существенным опозданием. Но тем не менее поиск новых материалов и возможностей их применения происходит с присущей нашему народу смекалкой, креативно, неформатно. При этом *риск нарастания технологического отставания является самым*

серьезным вызовом российской экономике.

«Ресурсные материалы» - а именно такими являются большинство современных нетканых материалов, т.к. производятся из углеводородного сырья («ископаемый текстиль») - открывают для текстильной и лёгкой промышленности широкие перспективы.

Нетканые материалы сегодня становятся драйвером таких мега-процессов, как бережное отношение к природе и ресурсам; полирециклинг (не разовая переработка, рециклинг, а многоразовая); энергосбережение; эффективное природопользование.

Всё это в итоге приводит к главным и базовым потребностям каждого из нас, к изменению качества жизни, к формированию мира комфорта и тепла.

ПОЛИРЕЦИКЛИНГ

Одна из существенных проблем легпрома - отходы и их переработка. В последнее время проблема актуализируется государственной политикой мусоропереработки.

Нетканые материалы позволяют реализовать в легпроме безотходное производство, осуществить безболезненный переход от натурального сырья в пользу переработанного. Особенность тотального применения нетканых материалов и композиций с их применением заключается в том, что переработка может быть не разовой (рециклинг), а многоразовой (полирециклинг: утеплитель для одежды - детский матрац - наполнитель для мебели - строительный утеплитель - гидропоника...). Это в свою очередь связано с созданием безопасных умных многофункциональных продуктов с разнообразными свойствами из вторичного сырья.

ПОЛЕЗНАЯ СИНТЕТИКА

Нас уже не удивляет применение нетканых материалов в продукции для новорожденных, а ещё десятилетие назад даже

сами предложения о таких внедрениях шокировали потребителей.

Сегодня нетканые утеплители для одежды, рекомендованы к применению в IV климатическом поясе (-41 С) и поясах «Арктика», «Особый».

После получения исследовательских данных был принят новый подход к пониманию утеплителя в целом, который обязан быть сухим, т.е. обладать нулевой гигроскопичностью, в отличие от прежнего подхода, предполагавшего высокую гигроскопичность натуральных волокон растительного и животного происхождения, ранее применявшихся при изготовлении. Среди применяющихся сегодня синтетических волокон и их смесей существуют высокоэффективные разработки, обладающие высокими (выше, например, шерсти мериноса) показателями гигроскопичности, более 30 (!) %.

Крупнейший производитель спецодежды ГК «Восток-Сервис» допускает применение утепленных комплектов с суперсинтетикой в условиях до -60 С. Продукция Ice Indigo протестирована в криокамере при температуре до -1300 С.

Многоаспектные тесты в Арктике и северных регионах, проведенные различными производителями,

демонстрируют возможность применять утепленную обувь и одежду с неткаными материалами в «комфорт-рейтинге: -1000 С».

ИСКОПАЕМЫЙ ТЕКСТИЛЬ

О потребностях в первичном высококачественном штапельном химическом волокне для производства нетканых материалов в последние 10-15 лет говорилось много. Однако ни один из проектов в РФ не был реализован.

Это одна из наиболее перспективных и наименее проработанных тем в российской промышленности - производство химволокна из углеводородного сырья для нетканых материалов. Распространение получает *условное определение «ископаемый текстиль».*

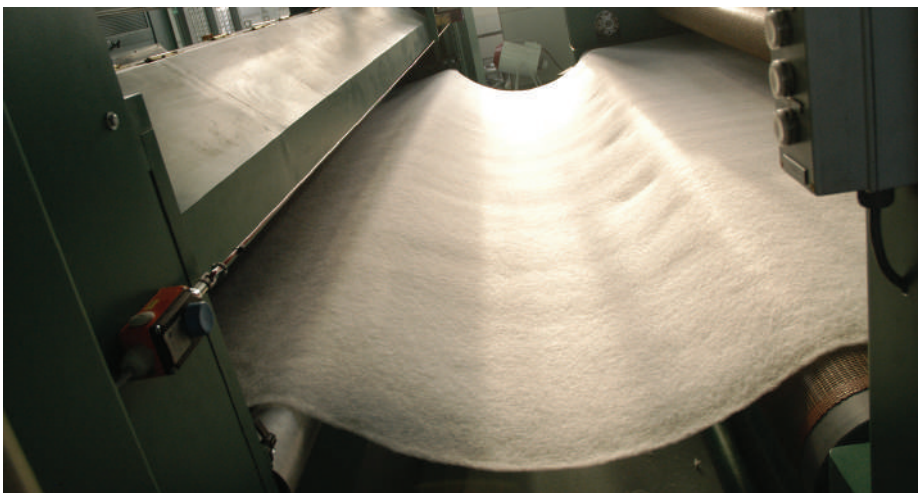
В теме развития химпрома для текстильлегпрома заложен кумулятивный межотраслевой эффект: появление своего высококачественного волокна из своего сырья спровоцирует рост разнопрофильных производств, применяющих его для конечных и компонентных изделий.

Сегодня отечественная нетканая подотрасль зависит от импорта.

В РФ даже на данном уровне развития цепочки применения штапельных химволокон существует потребность в тысячах тонн полиэфирного волокна.

В отрасли уже слышны призывы промышленников инвестировать в проекты «Ископаемого текстиля», учитывать тенденции стратегических шагов РФ в сторону сырьевой независимости.

Химпром для текстильлегпрома - это одно из немногих реально перспективных с учетом сырьевой базы и наработок прошлых лет направлений,



способных привести в движение ряд отраслей и подотраслей, в первую очередь - текстильную и легкую промышленность, мебельную и матрацную индустрии, строительство, агро и другие.

ЛЕГПРОМ – ЭТО ПУТЬ К НЕТКАНЫМ ИННОВАЦИЯМ

Довольно короткий период развития технологии и идеологии нетканых материалов существенно повлиял на сегодняшние производственные методики в самых разных сферах: от производства сырьевых составов – до изготовления бытового или промышленного изделия.

НАСТОЯЩЕЕ БУДУЩЕЕ

Учитывая циклы промышленных периодов в отраслях, развитие нетканых материалов в легпроме только начинается. Нетканка закладывает предпосылки для кардинальной трансформации легпрома. Сегодня проработаны проекты на 20-50-летний период внедрения, которые связываются с тектоническими промышленными изменениями.

Это: 1) композитные материалы (альтернатива металлу, камню, бетону), 2) материалы с дополнительными свойствами (бактерицидные, адаптируемые под весовую нагрузку, с защитой от электромагнитного излучения, с терморегуляционными функциями, с устойчивостью к радиации, к УФ-излучению), 3) материалы серий НГ, КАРБО («новая генерация»: с повышенной пламнестойкостью, дугстойкостью, водорепеллентным эффектом), 4) полирециклинговые нетканые материалы, призванные максимально увеличить срок полезной эксплуатации нетканых изделий и сохранить ресурсы для будущих поколений, 5) проекты формации «БЕЗ ТКАНИ», предусматривающие создание продукции преимущественно или исключительно с применением различных типов и видов нетканых материалов без применения тканей или с существенным сокращением их использования; 6) многофункциональные универсальные саморегулируемые материалы поколения ТЕРМО; 7) smart-nonwoven (умные нетканые материалы, управляемые технологией, «послушные» материалы) и др.

В проектах поддержки текстильных прорывных инициатив и работ молодых исследователей и предпринимателей: Seasons tech, Koscon, Start-up сцена, Чемпионат технологических бизнес-решений и др. - предлагаются целые кейсы революционных, нестандартных и футуристических решений по применению и внедрению нетканых материалов в продукцию лёгкой промышленности.

Вот лишь некоторые из них: напыление

утеплителей на готовые изделия и/или ткани по принципу meltblown, подключение подогрева, питающегося энергией динамики тела, аэрогелевые композиты, сверхтонкие объемные нетканые утеплители (20 г/м²) с приданным функционалом, тиксотропные технологии, футуристические сочетания материалов и методик их комбинирования. Всё это ведёт к изменению понимания текстильного изделия как такового, его функций.



INTELLIGENT FIBER SYSTEM

Основной тенденцией развития технического текстиля для одежды, темы максимально легпромовской, сегодня является направление IFS (intelligent fiber system). Идея отвечает принципам материаловедческого и технологического мейнстрима: smart textile, «самоорганизации системы», подстраивания под окружающую среду. Инновационные материалы и технологии делают комфортным микроклимат в пододежном пространстве при пассивном участии пользователя. Это меняет подходы к конструированию одежды. Особенно актуальным это является для Российской Федерации, расположенной

в нескольких климатических зонах, для Арктики и Антарктиды, а также активно осваиваемого космического пространства.

ТЕРМОЭВОЛЮЦИЯ

Разрабатываемые нетканые материалы способны эффективно осуществлять терморегуляцию пододежного пространства как в состоянии покоя, обеспечивая тепловой комфорт, так и во время физической активности человека, поглощая избыточное количество влаги

и способствуя ее быстрому отведению из пододежного пространства.

Так, в России появились универсальные и многофункциональные материалы, которые относятся к идеологии «Эволюция ТЕРМО».

С 2016 года отечественные производители презентуют разработки «новой генерации» теплозащитных изделий.

Данное направление в РФ является наиболее перспективным с учетом наработок советской школы производства, переработки и применения полимеров (в частности, полиэфиров), а также колоссальных запасов углеводородного сырья, из которого создаются первичные компоненты для производства

химических волокон. Дальнейшее развитие сырьевой тематики неизменно приведёт к совершенствованию защитной продукции (в широком значении) и СИЗ (в частности) в русле «Эволюция ТЕРМО»

ПРОРЫВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Эволюция ТЕРМО - это прогрессивный взгляд на передовые нетканые технологии безопасности и профессиональной теплозащиты для спецодежды, обуви, униформы и outdoor-продукции.

Нетканый материал – это неотъемлемый термоизоляционный компонент, определяющих ряд особенностей готовых технологичных изделий. Именно поэтому наблюдается появление эволюционных линеек в продукции отраслевых лидеров: ЭКОТЕРМ FR® («Энергоконтракт»), SMARTLOFT® («Сивера»), АРКПРОТЕКТ® («Торговый Дом текстиль»), АРКВИНТЕР® («Восток-Сервис»), ПРОФИ МИКРО S, КАРБО и ТЕРМО («Термопол») и другие.

С учетом развития экономики РФ и легпрома основными потребителями эволюционных нетканых материалов в ближайшее время становятся государственные и корпоративные структуры. Именно для них разрабатываются эффективные нетканые материалы для утепленного обмундирования и униформы Правительство РФ всячески стимулирует выход текстильных компаний на зарубежный рынок, ориентируя их на привлечение экспортных средств, а также на интенсификацию внутреннего текстильного рынка, которая, повторимся, существенно сегодня стимулируется сектором нетканых материалов.

Отрасль ищет не столько инновацию как таковую, сколько свойство, качество, потребительскую ценность. На второй план уходит маркетинговое легендирование, ещё десятилетие назад доминировавшее в позиционировании продукции. Можно предположить, что именно поэтому изготовители нетканых материалов всё активнее делают акцент на реальных основных преимуществах и особенностях синтетической продукции, таких как: восстановление объема, лёгкость, восстанавливаемая/обратимая объемность, мягкость, воздухопроницаемость, терморегуляция, термостабилизация, сохранение комфортного тепла и уровня влажности, защита от термических рисков воздействия электрической дуги, экологичность, безопасность, лёгкость в раскрое, возможности сочетаний с любыми типами материалов, не воспламеняемость, не поддерживание горения (либо



пиролиза, 3 индекс), антистатичность, нетоксичность, возможность работы без средств защиты, неограниченный срок эксплуатации, многократное использование (полирециклинг), удобство транспортировки, складирования, хранения, исследованность и позитивный бэкграунд внедрений и пр. Всё это актуализирует роль сертификации и стандартизации, фундаментальных и прикладных исследований нетканых материалов.

СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ ЛЕГПРОМА

Производители и потребители легпрома заинтересованы в продукции «следующего шага» - высокотехнологичных химических волокнах.

Имея сырьё для самого различного технического текстиля РФ применяет в основном то, что уже доказало состоятельность.

«Ископаемый текстиль» дает нам все основания для следующего шага промышленности, с учётом сырьевых угроз, мировых тенденций 2050 и безграничных свободных ниш!

НОРМАТИВЫ

Развитие нетканых материалов влечет изменение нормативной и сертификационной базы.

Практически на два десятилетия фундаментальная

наука «выпала» из сферы интересов и возможностей нетканой отрасли. Нормативная база фактически была ликвидирована, что спровоцировало и такое явление как «регуляторная гильотина».

К комплексным исследованиям свойств нетканых материалов на базе наработок текстильной и лёгкой промышленности подключены МГУ им М.В. Ломоносова, РГУ им. А.Н. Косыгина, СГУ им Н.Г. Чернышевского (Саратов), ИВПУ (Иваново), КГУ (Кострома), КНИТУ (Казань), РЭУ им. Г.В. Плеханова и другие.

Государственный механизм поддержки запущен только сейчас, спустя более чем 10-летие после настоятельных призывов экспертов сообщества: «...ужесточить требования к качеству, ввести «правила игры» на рынке нетканых материалов, опираться на научные исследования и лабораторное тестирование материалов и конечной продукции!»

В связи с кадровой проблемой в легпроме существенно снижен уровень технической и специализированной подготовки сотрудников и руководителей предприятий.

ТЕРМОИЗОЛЯЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Вопрос термоизоляционной безопасности человека продолжает оставаться актуальным.

Сегодня внедряются и тестируются уже новые и модифицированные материалы, которые могут расширить возможности отечественных производителей, например, одежды.

С появлением эффективных технологий и материалов, новых возможностей пошива и конструирования одежды, набор термоизолирующих свойств формируется, исходя из трех основных концепций: 1. «Универсальная», 2. «Зонированная», 3. «Полимодульная».

Термоизоляционные нетканые материалы обусловили появление и новых «пакетов» одежды. Например, с мембранными термо- и водоотводящими тканями верха и подкладочных тканей, которые способствуют удержанию определенного диапазона температуры и влажности в сокращающемся пространстве между окружающей средой и кожей человека (термоизоляция становится все тоньше и эффективнее).

Принцип biomimetics, или biomimicry, также находит своё место в термоизоляционной одежде. Явление адаптивной изоляции приобретает всё большую инновационную актуальность. Мировые разработчики внедряют полимерные покрытия с памятью формы на основе полиуретана.

Распространение получает интегрированная термоизоляционная одежда с системами активного электрообогрева, с мембранными и безниточными технологиями, климат-контролем пододежного пространства, 3D конструкцией ткани, дышащей функцией (нано-, микропоры), термоизоляция с внешними датчиками состояния организма (t в $^{\circ}\text{C}$ и %-влажности) и функциями оповещения, что особенно актуально для детской одежды и одежды для людей с ограниченными возможностями, с функциями отражения тепла, аккумуляции и т.п.

ИНТЕНСИВНАЯ ИННОВАЦИЯ

«Интенсивная инновация» открывает для промышленности и науки новые задачи создания синтетических материалов и видов



эффективной одежды. Перспективы актуализируются государственными программами по освоению Арктики, Антарктики и космоса. Фундаментальные исследования нетканых материалов в текстильных видах продукции поддерживаются РФФИ.

Вопрос «следующего шага» текстильной и лёгкой сегодня актуален одновременно для производства, бизнеса, науки и образования. Форсайт-анализ и футуристический прогноз конструирования и внедрения инновационных материалов невозможен без нового взгляда на развитие отрасли



в межотраслевой кооперации, которая предопределяет «шаги на опережение».

Готовность десятков отечественных предприятий легпрома подключиться к возрождению отрасли, развитию бизнеса предполагает новый взгляд на подготовку кадров, которая обязана носить прикладной характер, а также новый подход к изучению материалов. Комплексная деятельность должна быть формализована в схеме: «Идеи - в товары!»

Вопрос «следующего шага» поднимается по трём основным причинам: 1) новые уникальные технологии разработки и серийного внедрения

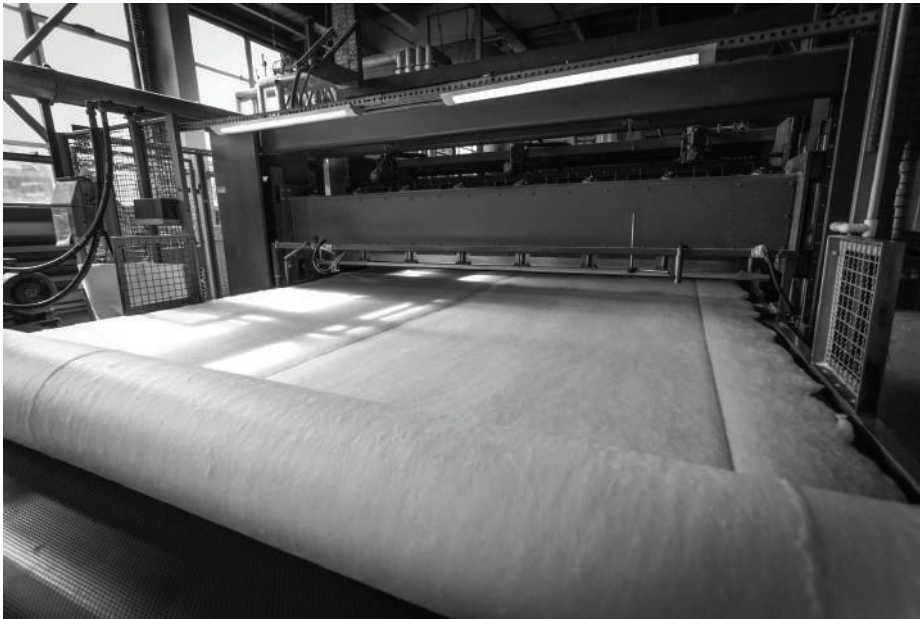
различным нетканых материалов высокого качества; 2) кадровые и научно-исследовательские отраслевые вопросы, 3) сырьё.

К настоящему времени уверенно освоены промышленные ниши, которые раньше считались экспериментальными или инновационными (утеплитель для одежды, наполнитель для изделий домашнего текстиля, утеплитель и шумоизоляционный материал для строительства и интерьерных работ, наполнитель для мягкой мебели, матрасов, детских и медицинских изделий, утеплитель и наполнитель для

продукции оутдор, фильтрующий материал, утеплитель для обуви и другие). Даже применение на орбите, на космической станции уже является «фактом прошлого». Следовательно, ожидается «следующий шаг».

ЧТО ДЕЛАТЬ?

В предложениях по развитию отрасли и межотраслевых связей намеренно сделан акцент на технический текстиль, как одно из наиболее перспективных не только на предыдущие версии концепций и текущий анализ состояния отрасли, но и на вновь введенные отраслевые данные и Поручения Президента В. В. Путина.



В списке инициатив по развитию направления нетканых материалов для государственной «Стратегии» предложено усилить роль науки, исследований, акцентировать ряд работ на материаловедении:

- выделить в отдельный раздел направление «Технический текстиль» (в т.ч. «Нетканые материалы»);
- включить разделы, предусматривающие обязательное межотраслевое взаимодействие по смежным направлениям;
- сделать акцент на новых материалах, новых технологиях, новых способах применения появляющихся эффективных инноваций в области технического текстиля и нетканых материалов, их комплексном научном изучении;
- предусмотреть возможности «оперативной реакции» отечественной промышленности легпрома на изменения рынка и потребительского поведения;
- обозначить приоритетные инфраструктурные проекты с обязательным прямым или косвенным государственным участием;
- изменить маркетинговые и дизайнерские акценты на производственные, технологические, особо проработать фактически ликвидированное направление «производство средств производства», предусматривающее развитие машиностроительного и станкостроительного направления для нужд легпрома, органически включаемого во все отрасли и подотрасли промышленности РФ;
- предусмотреть механизм полного импортозамещения не только в проектах госзаказа, но и во всех крупных системообразующих

компаниях, в которых также необходимо планомерное развитие специализированных материаловедческих структур, центров, лабораторий, отделов анализа.

В анализе ситуации на рынке нетканых материалов и прогнозе сотрудников компании на 2020 год также была отмечена роль государства и акций, которые курирует Минпромторг. Такие проекты как «Легпромфорум», «Программа развития конкурентоспособности текстильной и легкой промышленности», выездные экспозиции в регионы РФ и за рубеж, и пр. вызывают отклик в отраслевой среде, на дискуссии собираются эксперты со всей страны, зарубежья.

«Термопол» постоянно принимает участие в иницируемых государственными структурами обсуждениях, акциях, выставках, посвященных техническому текстилю и внедрению нетканых материалов в различные отрасли промышленности. Оказывает содействие в анализе стратегической и нормативной документации. Однако

пользуясь косвенными мерами поддержки, «Термопол» успешно работает как частный проект, не пользуясь прямой финансовой господдержкой, делая ставку на конкурентоспособность, инновации, приоритет высокого качества и ассортимент продукции, которая лидирует в конкурентной среде и является своего рода камертоном для российской нетканки.

Итак, подчеркивается в прогнозе на 2020 год, «Термопол» прогнозирует дальнейший рост спроса на инновационный и умный текстиль, композитные технологии, полимеры, расширение сфер применения нетканых материалов.

Медицина, автопром, текстильная и легкая промышленности, мебельная и матрасная индустрии, дорожное строительство и др. - нетканые материалы на углеводородном сырье, «ископаемом текстиле» является безграничной промышленной нишей России.

Социально такие проекты обоснованы и поддерживаются в связи с перспективными возможностями переработки нефти - в химические волокна, а также бережливым рециклингом и полирециклингом продукции.

Рецензенты:

В.Ю. МИШАКОВ,
доктор технических наук,
профессор,
РГУ им. А.Н.Косыгина

А.В. СИЛАКОВ,
доктор экономических наук,
доцент,
РГУ им. А.Н.Косыгина

*Публикуется с сокращениями.
Полный текст размещен на сайтах textilexpo.ru и riamoda.ru.*

Придутся ли застёжки-молнии по вкусу поколению Z?

Молнии позволяют трансформировать одежду или делать необычный дизайн — а это уже возможность индивидуализации.



Григорий Владимирович
ПАРАМОНОВ
Заместитель директора
по закупкам компании «Гамма»

Покупательские предпочтения пост-миллениалов или, как их ещё называют, поколения Z, сегодня интересуют маркетологов во всех сферах производства и торговли. В том числе и в лёгкой промышленности.

Уже сегодня молодёжь, родившаяся на рубеже или после 2000 года, составляет весомую долю потребительской аудитории, а в будущем станет диктовать спрос на мировом рынке.

Поэтому вопрос, на что следует ориентироваться в дизайне и конструкции одежды, а значит, и в выборе фурнитуры, закономерен. Начнём с того, что определим предпочтения поколения Z, на которые указывают сегодня многие эксперты fashion-индустрии.

« МОЛНИИ — ЭТО ВАЖНЕЙШАЯ ДЕТАЛЬ ФУРНИТУРЫ, ОНИ ОТВЕЧАЮТ ЗА ФУНКЦИОНАЛ И ЗАДАЮТ ОБЩИЙ СТИЛЬ ИЗДЕЛИЯ.

ГЛАВНОЕ — СОБЛЮСТИ БАЛАНС МЕЖДУ ТЕНДЕНЦИЯМИ ВРЕМЕНИ И ТРЕБОВАНИЯМИ К КОМФОРТУ. ПОКОЛЕНИЕ Z ОЦЕНИТ!



Отсутствие преданности брендам

Во времена, когда дети-блогеры зарабатывают больше своих родителей, потребителями дорогих люксовых марок становятся не только обеспеченные зрелые люди, но и молодёжь — главные носители уличной культуры. Поклонения перед статусной брендовой классикой у постмиллениалов нет, они скорее предпочтут свежую марку с понятным ценообразованием. Молодые покупатели относятся к одежде как к инвестиции и сделают ставку в пользу логически понятного имиджа и стиля. Отсюда такая популярность коллабораций, которые позволяют выпускать брендовые новинки по вполне демократичным ценам.

Сиюминутность, «хайповость» спроса

Если честно, то уникальность на поверку может оказаться не такой уж уникальной. Согласно исследованиям, поколение Z копирует кумиров. Но кто их кумиры? Да такие же носители уличной культуры, как они сами, только популярные в блогосфере. А где улица, там нет правил, и вкусы сиюминутны. Поэтому производителям нет смысла гнаться за трендами. Остаётся лишь оставаться верными качеству, удобству и, по возможности, отслеживать протестные молодёжные настроения. И, конечно, заниматься рекламой в соцсетях.

Унисекс и оверсайз

Для подростков и молодёжи главное, чтобы одежда была комфортной, удобной, функциональной и безопасной. Именно поэтому в моду вошли уютный оверсайз, обувь без каблуков и кроссовки, снова стали популярны поясные сумки, спортивная форма и стиль унисекс. Мода забывает на эстетику и во главу угла ставит удобство.

Уникальность

Постмиллениалы — это поколение творцов и индивидуалистов, они амбициозны, готовы менять мир и не желают быть серой массой. Даже своим внешним видом они будто бросают вызов обществу. К тому же сегодня нет необходимости целому городу одеваться в одном магазине. Зайди в интернет — и тебе доступны любые варианты обуви, одежды, аксессуаров по твоему собственному вкусу. И даже если в руки «зета» попадёт массовая вещь, он постарается придать ей индивидуальность.

Потребительство и этика

Постмиллениалы за разумное потребление. Планета и так страдает от мусора, зачем покупать то, что быстро изнашивается или утратит приличный вид? Поэтому, с одной стороны, умирает масс-маркет, а с другой, качество одежды интересует молодёжь куда больше брендовости. А ещё поколение Z волнует, насколько искренен и этичен производитель, насколько социально ориентирован. И если почует жажду наживы со стороны производителя, быстро потеряет интерес к марке.

Смешение стилей

Когда бренды не воспринимаются серьёзно, а «звёздами ютуба» становятся обычные парни или девчонки, к одежде можно относиться проще и прагматичнее. Поэтому постмиллениалы живут и одеваются так, как хотят, а не так, как «положено». Классическое пальто надевается на худи, ветровку можно носить с ботфортами, а спортивные брюки-трико — с каблуками. Сочетание несочетаемого, стрит-стайл с люксом, спортом и масс-маркетом вперемешку.



А что же молнии?

Это комфортные и функциональные застёжки, а значит, поколение Z охотно их использует и будет использовать. Молнии позволяют трансформировать одежду или делать необычный дизайн — а это уже возможность индивидуализации.

Брендовость молний уходит на второй план, на первый выходит качество. Российскому легпрому в этом смысле повезло. Доступны и широко известны на российском рынке молнии торговой марки Gamma. Это качество на уровне европейских стандартов по вполне демократичным ценам.

Производство молний полностью автоматизировано, применяются хай-тек-технологии, готовая продукция проходит международную сертификацию на соответствие экологическим нормам безопасности.

Что входит в понятие «молния мирового стандарта» по умолчанию? Это использование тесьмы, способной выдержать максимальные нагрузки; укрепление низа армированными нитями и пластиковыми напайками; замки монолитного тела с троекратным запасом прочности на отрыв пуллера. Молнии Gamma имеют запас прочности как для городского экстрима, так и для активного отдыха и профессионального спорта.

Ещё один важный фактор на рынке молний — это цвет. Мода переменчива, каждый новый сезон приносит новые тренды. В палитре молний Gamma есть 90 маркерных цветов, среди которых ежегодно происходит ротация ассортимента.





Какие молнии предпочтёт поколение Z?

Молнии спиральные

Их используют для спортивной и лёгкой одежды, сумок. Девушки любят блеск, а значит, тонкое напыление шиммером и звенья оттенков «золото» и «серебро» остаются в фаворе. В тренде тесьма с красочной струйной печатью абстрактных принтов, на гребне моды молнии с водонепроницаемой тесьмой и светоотражающим эффектом. Эту «фишку» постмиллениалы оценят наверняка: в сумерках светоотражающая молния обращает на себя внимание окружающих и заодно повышает безопасность на дороге.



Молнии металлические

Актуальны вне времени, их целевое назначение — верхняя одежда, одежда из кожи и денима, применимы также для сумок. Металлическая застёжка становится самостоятельным элементом декора. Акцент в молнии ставится на цвет звена и стиль замка. Особо роскошный вид придаёт металлической молнии форма и качество обработки звена. Требование современного рынка: многоуровневая полировка и способность изгибаться под любым углом. Ещё «фишка» — вариативность рисунка зубцов. Идея от дизайнеров: из раскрытой молнии можно сделать элемент декора.



Молнии тракторные

«Трактор» уже несёт в себе определённый посыл, создаёт стиль. При этом такая молния остаётся самой удобной, а значит, востребованной. Поколение Z легко на подъём, много путешествует. Одежда для спорта и туризма из плотного трикотажа, флиса, непродуваемые куртки-анораки украшены функциональным «трактором».

Молния с перекидным замком — отличный вариант для практичной двусторонней одежды. Двухязычковые — оптимальны для одежды средней длины и длинных пуховиков. Усиленные молнии идеальны для стиля «милитари», а с крупным звеном и замком — для модного оверсайза.

«Трактора» продуманы по функционалу: изготавливаются из морозостойкого и ударопрочного пластика, плотную подвижную тесьму с армированным низом можно застегнуть за одну секунду. Какой «зет» будет равнодушен к такой практичной и брутальной застёжке?



Молнии — это важная деталь фурнитуры, они отвечают за функционал и задают общий стиль изделия. Главное — соблюсти баланс между тенденциями времени и требованиями к комфорту. Поколение Z оценит!



АО «Гамма ТД» –
Участник 54 Федеральной
оптовой ярмарки
«Текстильлегпром»
Пав. 75, зал В, Стенд О-2
www.firma-gamma.ru



ТЕКСТИЛЬНЫЙ ЦЕНТР В РЕУТОВЕ

«КРУПНЕЙШИЕ ТЕКСТИЛЬНЫЕ БРЕНДЫ УЖЕ ПРИПАРКОВАЛИ СВОЙ БИЗНЕС У НАС»

Текстильная индустрия дышит новой жизнью на уникальной, исторической площадке фабрики Реутовская Мануфактура, которая ведет свою историю с 1843 года.

В центре города Реутов, в непосредственной близости от МКАД, располагается комплекс площадью свыше 100 000 кв. м.

Сегодня это полностью перестроенный и модернизированный торгово – производственный комплекс на территории которого находятся шоу-румы, магазины, офисы, производственные и складские помещения. На территории комплекса есть как новые здания в стиле HI-Tech, так и отреставрированные здания в стиле Loft, которые удачно сочетаются друг с другом.

Большая концентрация компаний текстильной отрасли создает благоприятную обстановку для производства и оптово-розничной торговли товаров текстильной и легкой промышленности. Здесь находятся сотни отраслевых компаний, которые комфортно ведут свою деятельность находясь в соседстве друг с другом.

Комплекс обладает прекрасной внутренней и внешней инфраструктурой.

- **Объект расположен в черте города Реутов, Балашихинский район, МО**
- **Расстояние от объекта до МКАД — 500 м**
- **Отличная транспортная доступность автомобильным транспортом**
- **Остановка общественного транспорта вблизи комплекса**
- **Большая территория и парковки**
- **Водоснабжение, водоотведение и центральное отопление**
- **Собственная служба эксплуатации**
- **Наличие всех коммуникаций с большими лимитами**
- **Шоу-румы, офисы, магазины, склады, производство**



АРЕНДА ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ,
ШОУ-РУМОВ, МАГАЗИНОВ
от 20 м² (всего: 5 000 м²)



АРЕНДА СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ
от 50 до 5000 м² (всего: 25 000 м²)



ПОМЕЩЕНИЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВ
от 70 м² (всего: 25 000 м²)



АРЕНДА ОТКРЫТЫХ ПЛОЩАДОК

МО, БАЛАШИХИНСКИЙ РАЙОН,
Г. РЕУТОВ, УЛ. ПОБЕДЫ Д. 1
ТЕЛ.+7(495) 502 21 02



Айк АМБАРДЗУМЯН
Президент организации
"МОЛОДЕЖЬ БЕЗ ГРАНИЦ"

В силу геополитических изменений и экономических преобразований, в конце 80-ых и в начале 90-ых прошлого века, легкая промышленность Армении, а в частности текстильная отрасль, оказалась в упадке и переживала не лучшие дни. Дошло до того, что Правительство Армении, восстановившей независимость в 1991 году, а также международные авторитетные, в том числе экономические организации и всемирно известные эксперты считали эту отрасль не перспективной. Считалось не целесообразным развивать текстильную и легкую промышленность Армении в силу дешевизны рабочей силы и сырья в Китае, Индии и Юго-Восточной Азии.

Вопреки пессимистическим взглядам текстильная Армения с трудом, но стала развиваться благодаря традициям и предпринимателям, которые инвестировали в эту сферу существенные средства, создавали новые производства и рабочие места в регионах Армении. В наши дни, после смены Правительства в 2018 г. и изменения политического и экономического плана развития Армении, в текстильной отрасли также произошли изменения. Новый премьер-министр Армении - Никол Пашинян приветствует инвестиционные программы и отмечает, что правительство заинтересовано в развитии текстильной и легкой промышленности.

Сравнительно качественная и относительно дешевая рабочая сила (180 долларов в месяц), местное шерстяное сырье, щадящие и ясные налоговые режимы (льгота по уплате

НДС в случае покупки импортного оборудования) и свобода для бизнеса привлекают мировые бренды к сотрудничеству с армянскими производителями.

Объективные трудности отрасли - закрытые границы со стороны двух соседних стран из четырех. Это негативно влияет на логистику, но текстильщики Армении преодолевают негативное

влияние этого аспекта в конкуренции, а членство в ЕАЭС, GSP+ и режим экспортной торговли с ЕС способствуют развитию отрасли.

В конце 2019 года Ереване открылись сразу три швейные фабрики, на которых будет производиться одежда по заказам известных брендов, затем изделия будут экспортироваться в Европу и даже в Китай.

Статистические данные

	Единица измерения	Фактическое производство		2019г. Январь - Ноябрь	2019г. Январь - Ноябрь по отношению Января - Ноябрь 2018г.
		2019г. Ноябрь	2018г.		
		1	2	3	4
Текстильная продукция и одежда					
Ткани	тонн	0.6	4.2	3.7	113.5
Постельное белье	тыс. штук	3.7	48.1	26.3	1.8 раза
Ковры и ковровые изделия	тонн	3.7	29.9	24.3	123.0
Пальто, утепленные куртки, ветровки, штормовки и подобные трикотажные или вязанные изделия	тыс. штук	74.3	779.9	767.8	101.6
Чулочно-носочная продукция	тыс. пар	2 122.8	18 788.9	9 202.6	2.0 раза
Верхний трикотаж	тыс. штук	369.0	5 647.0	3 982.3	141.8





Рынок текстильной промышленности Узбекистана

Сегодня, Узбекистан, расположенный в сердце Центральной Азии, является динамично развивающимся государством, которое стремится занять лидирующие позиции в рейтинге «Doing Business».



Рустамбеков Джасур Аскарлович
руководитель Исполнительного аппарата Ассоциации «Узтекстильпром»

В течение последних трех лет в Узбекистане осуществляются впечатляющие преобразования в социально-экономической сфере, принимаются активные меры по созданию институциональных основ для уверенного роста реального сектора экономики, решительные меры по стимулированию частного предпринимательства, практические шаги по совершенствованию финансового, налогового и таможенного регулирования.

Одним из примеров динамичных преобразований республики является её текстильная промышленность, которая заняла прочные, лидирующие позиции в реальном секторе экономики, демонстрируя значительные показатели промышленного производства и экспорта продукции с темпами прироста не менее 20% в год.

Безусловным хедлайнером текстильной промышленности Узбекистана является Ассоциация «Узтекстильпром», которая являясь органом отраслевого управления, объединяет на добровольных началах 1825 частных производственных предприятий,

Об Узбекистане в цифрах

ПОКАЗАТЕЛИ:

- ВВП – \$49 МЛРД
- НАСЕЛЕНИЕ – 33,3 МЛН.
- 14 РЕГИОНОВ, ВКЛЮЧАЯ ТАШКЕНТ
- ГРАНИЦЫ С 5 СТРАНАМИ



ДРУГИЕ ФАКТЫ:

- ЦЕЛЬ: ТОП – 20 В 2020 ГОДУ В РЕЙТИНГЕ “DOING BUSINESS”;
- БЕЗВИЗОВЫЙ РЕЖИМ С БОЛЕЕ ЧЕМ 50 СТРАНАМИ;
- ТЕКСТИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ – 4,4% ДОЛЯ ВВП;
- ТЕМПЫ ПРИРОСТА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И ЭКСПОРТА ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ – 20% В ГОД.

включая 75 хлопково-текстильных кластеров, около 200 предприятий с иностранными инвестициями, и обеспечивает производство широкой номенклатуры продукции от хлопка-сырца, его переработку в хлопок-волокно, пряжу, ткани, трикотажные полотна, готовые швейные и трикотажные изделия.

Расширяется сотрудничество с зарубежными ВУЗами, в частности в Ташкенте созданы филиалы технологического института легкой промышленности им. А.Н. Косыгина, а также Университета Кьюнгин (Корея).

В среднесрочной перспективе в рамках реализации программ развития и новых инвестпроектов, ожидается прирост вышеуказанных показателей почти в 2 раза, с качественным изменением структуры производства, предусматривая в ней кардинальное увеличение доли товаров с высокой добавленной стоимостью.

Учитывая Правительственную поддержку отрасли, основными драйверами её стабильного роста являются:

- инвестиционная привлекательность и гарантии инвестиций;
- стабильная политическая обстановка в стране;
- мягкий бизнес-климат: налоговая система / таможенные ставки;
- конкурентоспособные цены на энергоносители, сырье, инфраструктуру и рабочую силу;
- значительная ёмкость рынка самого Узбекистана и стран региона;
- доступ на рынки стран СНГ, Европы, Китая, и прочих стран.

Производственные мощности членов ассоциации Узтекстильпром в год

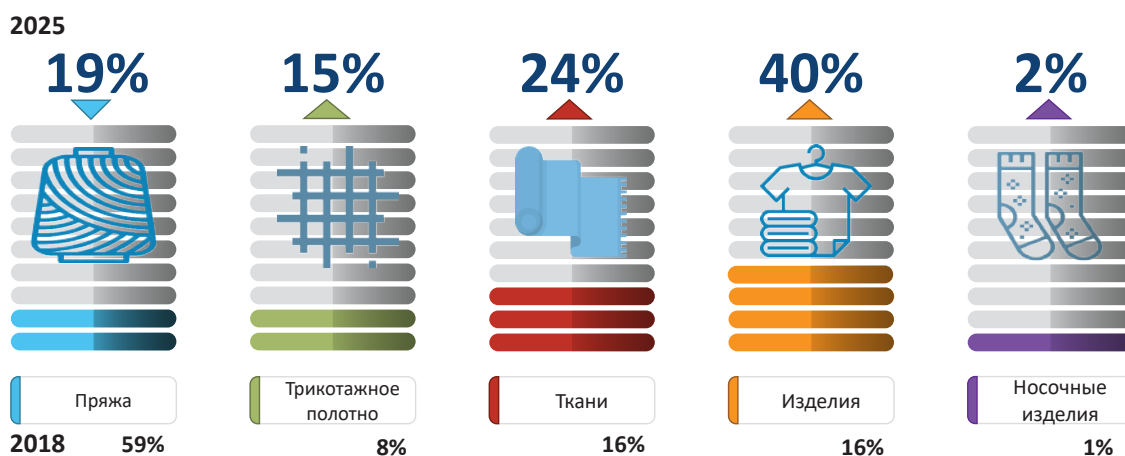
- ❖ ПРЯЖА – 705 ТЫС. ТОНН
- ❖ ТКАНЬ – 1,2 МЛРД. КВ. М.
- ❖ ТРИКОТАЖНОЕ ПОЛОТНО – 140 ТЫС. ТОНН
- ❖ ГОТОВЫЕ ИЗДЕЛИЯ – 2,2 МЛРД. ШТ.
- ❖ ЧУЛОЧНО-НОСОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ – 132 МЛН. ПАР

В среднесрочной перспективе ожидаемый прирост в 2 раза

Опираясь на основные драйверы роста Ассоциация «Узтекстильпром» при разработке и реализации инвестиционных проектов, руководствуется 4 основными принципами:

- Во-первых: помощь инвестору в выборе – предоставление доступа к наиболее подходящим объектам и СЭЗ;
- Во-вторых: содействие инвестору в планировании – поддержка в решении всех вопросов для ускорения реализации проекта;
- В-третьих: поддержка в реализации инвестпроекта – устранение заторов на всех этапах его реализации;
- В-четвертых: содействие в эксплуатации – оперативная поддержка в вопросах управления продвижения и маркетинга.

Структурные изменения в производстве (2018-2025)



Такой подход позволил за последние годы успешно реализовать более 200 новых инвестпроектов. При этом, создана надежная основа для налаживания и расширения сотрудничества с ведущими международными производителями текстильной продукции.

Активно реализуются проекты по созданию вертикально-интегрированных кластеров для организации хлопково-текстильного производства, что является одним из перспективных направлений развития текстильной промышленности Узбекистана.

Сегодня, 75 кластеров возделывают хлопок на 64 процентах посевных площадей, выделенных в республике под эту культуру, и обеспечивают производство от хлопка-сырца, до готовой швейной и трикотажной продукции.

В 2020 году ожидается что данные показатели увеличатся до 91 предприятия и 87 процентов площадей соответственно.

Внедрение кластерной модели наряду с повышением эффективности использования земельных и водных ресурсов, обеспечивает рост производительности и снижение себестоимости базовых видов текстильного сырья, а также готовой продукции, что гарантировано повышает её конкурентоспособность на мировых рынках.

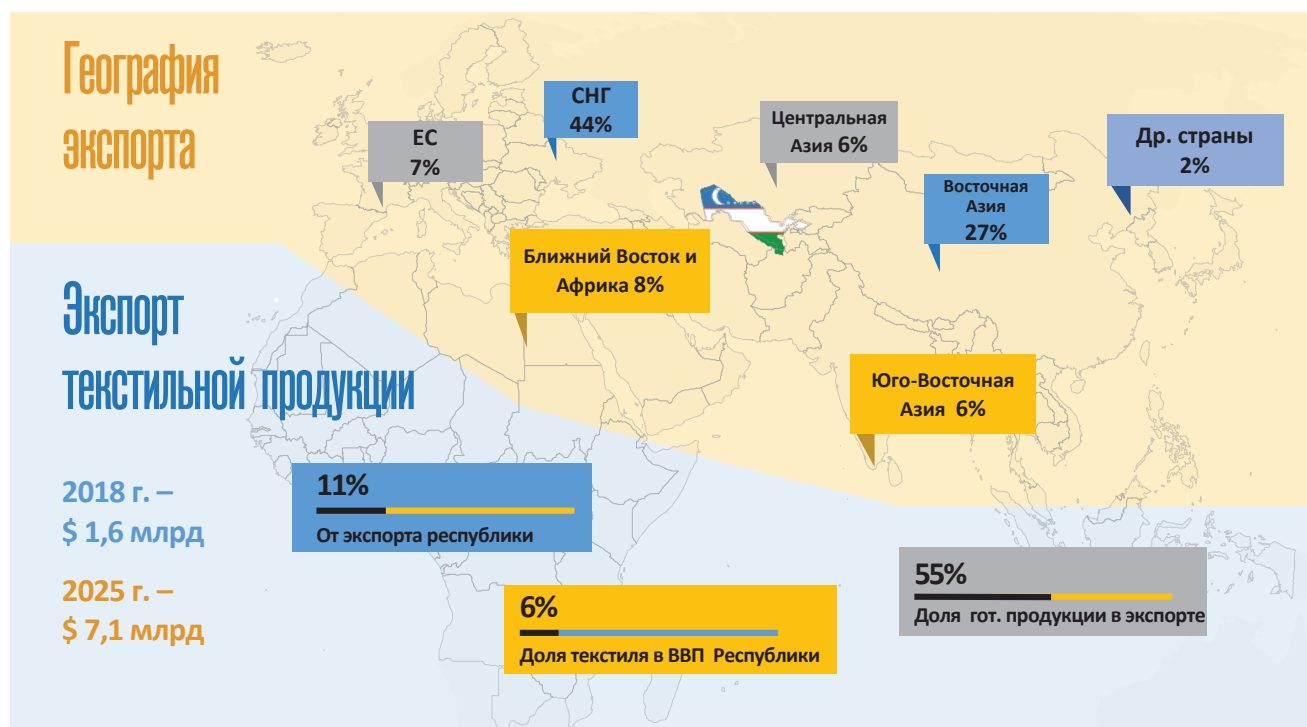
Кроме того, новые подходы позволили в текущем году впервые реализовать проект по производству органического хлопка и готовой продукции из него, которая чрезвычайно востребована на мировом рынке.



Качественные преобразования в отрасли стимулируют широкое внедрение современных информационно-коммуникационных технологий с Цифровой трансформацией всех этапов производства и реализации текстильного сырья и продукции, что обеспечит оптимальное использование действующих мощностей, повышение качества продукции и рост производительности труда.

В сотрудничестве с зарубежными партнерами внедряется электронная коммерция при реализации текстильного сырья и продукции не только на внутреннем, но и на внешних рынках.

Реализация новых проектов и расширение производства текстильного сырья и продукции требует новых подходов к внедрению на предприятиях отрасли современных стандартов управления качеством производимой



ВЫХОД НА РЫНОК ЕС

- ❖ **1. Текстильный Протокол с ЕС**
СОГЛАШЕНИЕ О ПАРТНЕРСТВЕ МЕЖДУ УЗБЕКИСТАНОМ И ЕС
- ❖ **2. Уменьшение пошлин**
СНИЖЕНИЕ ПОШЛИН НА ВВОЗ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ДО 6%
- ❖ **3. Главная цель**
УВЕЛИЧЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ЭКСПОРТИРУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКИ ЕС
- ❖ **4. GSP+**
В ДАННЫЙ МОМЕНТ УЗБЕКИСТАН НА ПОСЛЕДНЕМ ЭТАПЕ ПОЛУЧЕНИЯ GSP+ ДЛЯ СНЯТИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН ПО ОТНОШЕНИЮ К ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ЛОКАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

продукции и её сертификации в соответствии с международными требованиями.

Данная работа осуществляется при активном содействии государственного Агентства «Узстандарт», а также зарубежных партнеров Ассоциации «Узтекстильпром», таких как: Институт Хохенштайн (Германия), КАТРИ (Корея), QMS (Италия), SGS (Швейцария) и многих других.

Особое внимание уделяется созданию институциональных основ налаживания и расширения сотрудничества. В этой связи, одним из важнейших элементов сотрудничества узбекских и российских предприятий можно по праву считать подписание между Правительствами Российской Федерации и Республики Узбекистан Соглашения «О сотрудничестве в текстильной, швейной и трикотажной отраслях промышленности», что создает прочные основы для дальнейшего расширения и углубления двустороннего торгового и инвестиционного сотрудничества текстильных предприятий двух стран.

Используя международный опыт организации производства, на предприятиях отрасли осуществляются коренные преобразования, направленные на расширение ассортимента и увеличение добавленной стоимости по всей производственной цепочке – вплоть до готовой продукции.

Благодаря проводимой работе, наши предприятия добились впечатляющего роста показателей экспорта.

Так, если по итогам 2018 года этот показатель составил 1,6 млрд. долл., то по итогам текущего года он ожидается на уровне 2,2 млрд. долл., с прогнозируемым ростом к 2025 году до более чем 7 млрд. долл.

Целью последовательно проводимой работы по коренному преобразованию

отрасли, реализации инвестиционных проектов, внедрению на предприятиях современных технологий, являются качественные изменения в ассортименте производимой продукции, расширение географии её экспорта, с кардинальным увеличением в нем доли товаров с высокой добавленной стоимостью.

Важнейшей задачей является расширение доступа производимой продукции на внешние рынки, в том числе стран СНГ, ЕАЭС, Европейского Союза, США, Японии, Кореи, Китая и других стран.

На современном этапе мировое производство смещается в страны со сравнительно низкой производственной стоимостью. В этой связи, Узбекистан как крупнейший производитель хлопкового волокна и безусловный региональный лидер текстильного производства, предлагает благоприятные условия для создания успешных примеров сотрудничества в текстильной и швейно-трикотажной отраслях.



Россия и Азербайджан

Две точки зрения ведущих производителей. Сырье, производство, сбыт.

Мы взяли интервью у российского и азербайджанского производителей хлопчатобумажной пряжи, тканей и готовых изделий сегмента домашнего текстиля с целью выяснить как сегодня происходят производственные процессы, с какими трудностями сталкиваются производители и как их преодолевают. Вышневолоцкий ХБК (Россия) и Гилан Текстиль (Азербайджан) – разные ответы на одни и те же вопросы.



Д.Ю. БИРЮКОВ

Коммерческий директор
ООО «Вышневолоцкий ХБК»



Мехрибан АХУНДОВА

Генеральный директор ООО
«ГИЛАН ТЕКСТИЛЬ ПАРК»

Для начала расскажите о вашем производстве, когда открылись, что производите, каковы объемы?

Вышневолоцкий: ООО «Вышневолоцкий хлопчатобумажный комбинат» - одно из крупнейших текстильных предприятий России с богатейшей 150-летней историей, входит в число 10 крупнейших текстильных производств России. Комбинат представляет собой предприятие с полным законченным технологичным циклом производства готовой продукции и включает в себя прядильную, ткацкую, отделочную и швейную фабрики. Производство находится в Тверской области, 300 км. от Москвы. Ежемесячный выпуск махровых полотенец и тканей - порядка 120 тонн. На фабрике установлено оборудование немецких фирм TRUTZSCHLER, SCHLAFHORST, THIES и др. Предприятие занимается производством пряжи, тканей и

качественных, экологически чистых изделий домашнего текстиля и продукции для гостинично-ресторанного бизнеса. Всего ассортимент выпускаемых товаров (текстильные изделия из 100% хлопка) насчитывает более 100 наименований.

Гилан: ООО «ГИЛАН ТЕКСТИЛЬ ПАРК», начало свою деятельность в 2012-ом году в Азербайджане, в городе

Сумгаит. На предприятии производятся отвечающие мировым стандартам текстильные продукты из высококачественного азербайджанского хлопка. На базе предприятия общей площадью 150.000 м² и общей производственной площадью 50.000 м² функционируют прядильная, две ткацкие, две красильные и швейная фабрики, которые выстроены по системе вертикальной интеграции и охватывают всю технологическую цепочку текстильного производства. На данный момент в ГИЛАН ТЕКСТИЛЬ ПАРКе производятся пряжа, разные виды тканей, домашний текстиль,





а также осуществляется пошив одежды (огнеупорная и водостойкая спецодежда, униформы разного назначения, военная и больничная форма, халаты и т.д.).

Какое сырье используете в производстве: собственное, покупное. Какие проблемы в данной сфере?

Вышневолоцкий: Основное сырье для нас - хлопковое волокно из Узбекистана, Таджикистана, Казахстана. Соответственно, мы зависим от колебания курса валюты и урожайности в той или иной стране.

Гилан: В качестве основного сырья используется азербайджанский хлопок. Химикаты и краски для отделочного производства в основном импортируются из-за границы и облагаются таможенными пошлинами, что не может не сказываться отрицательно на себестоимости продукции и ее конкурентоспособности.

Какими способами обработки пользуетесь для придания определенных свойств?

Вышневолоцкий: Покраска текстильного ткацкого полотна осуществляется на красильных машинах фирмы «THIES» Eco-master (Германия) и «THIES» Eco-soft (Германия) с загрузкой 500 и 300 кг соответственно. В процессе крашения используются экологически чистые красители. Вся продукция отвечает высочайшему качеству и обладает превосходными эксплуатационными характеристиками.

Возьмем, к примеру, полотенца. Они изготовлены исключительно из хлопка, отлично

впитывают влагу, хорошо стираются, долго сохраняют цвет, имеют длительный срок службы. Это мягкие и приятные на ощупь изделия.

Гилан: Первое и самое главное свойство махрового изделия - это наличие у него должного уровня гидрофильных свойств. Для этого применяются определённые методы подготовки и белины материала с правильно подобранной комбинацией химических препаратов и режима обработки. Махровое изделие должно не только иметь возможность впитывать не менее 300%, а зачастую и 500% влаги, но и делать это мгновенно. Вторым немаловажным свойством является внешний вид, а именно совокупность технического дизайна с цветовым исполнением и структурой махровых петель. Для структурирования махровых петель применяется процесс



тамблирования (механической релаксации), что придает изделию дополнительную мягкость, наполненность и равномерность расположения петель по всей площади изделия. В завершении, одним из важных свойств изделия является его мягкость. Гриф махрового полотенца достигается применением гидрофильного смягчителя в совокупности с процессом тамблирования. Касательно потенциально возможных свойств, которые мы можем рассматривать в перспективе, хотелось бы отметить бактерицидную отделку и биополировку.

Готовая продукция или ткань? Какие проблемы и риски вы видите при сбыте продукции?

Вышневолоцкий: Мы производим и продаем махровые полотенца, махровую ткань для выпуска швейных изделий, швейные изделия. Наши покупатели - оптовые торговые фирмы, швейные цеха, санатории и гостиницы, фитнес-клубы, рекламные фирмы. С федеральными сетями стараемся работать через посредников, т.к. варварские, односторонние, несправедливые договора сетей создают большие риски.

К сожалению, последние годы мелкий и средний бизнес не выдерживает конкуренции. Почему правительство не регулирует эти процессы (а точнее - не регулировало) – не понятно. Засилье магазинов федеральных сетей приводит к отсутствию конкуренции, диктовке ценовой и ассортиментной политик сетями на рынке.

Зайдите в любой магазин федеральных



сетей, вы там увидите самый дешевый некачественный текстильный товар, в подавляющем большинстве иностранного производства.

Гилан: Для такой компании, как наша с системой вертикальной интеграции ответ на вопрос продавать только готовую продукцию или полуфабрикаты является особо актуальным. Производственная мощность каждой из 6 фабрик нашего предприятия превышает потребности последующей, что заставляет нас продавать продукцию после каждого этапа переработки. Мы производим пряжу с

нумерацией от Ne12 (Nm20) до Ne50 (Nm85) из высококачественного азербайджанского хлопка, которую в дальнейшем используем как сырье для собственного производства, так и для продажи. Из собственной же пряжи ткются и окрашиваются ткани разных видов (кретон, ранфорс, поплин, сатин, сатин-страйп, габардин, рипстоп, вафля, махра, а также виды трикотажной ткани: супрем, лакост, интерлок, рибана с ликрой и без). На этом этапе так же часть продукции используется для собственного производства готовой продукции, а часть ткани идет на продажу. Заключительный этап – это производство готовой продукции: комплекты постельного белья, пододеяльники, простыни, наволочки, подушки, одеяла, банные халаты, махровые полотенца, а также спецодежда и униформы различного назначения. Разумеется, в каждом направлении есть свои плюсы и минусы. Продавать как полуфабрикат к примеру ту же пряжу или ткань гораздо проще, однако для позиционирования собственного бренда как производителя и продавца домашнего текстиля просто необходимо все больше внимания уделять





Как вы видите перспективу развития рынка махровых изделий?

Вышневолоцкий: Введение дополнительных пошлин (налогов и т.п.) для главных конкурентов - узбекских поставщиков текстиля на российский рынок. Во-первых, это поддержит и не даст умереть последним оставшимся в живых российским производителям. Во-вторых, повысит сумму налогов в бюджет. Узбекским производителям просто некуда деваться. У них - только российский рынок. Вокруг них - Китай, Афганистан, Туркменистан, которым не нужен узбекский

текстиль. Почему российское правительство это не использует - не понятно. Легче не будет и правительству, если последние российские производители махры закроют свои производства. Другого способа кроме развития и поддержки малого и среднего бизнеса, особенно в торговой сфере, просто нет.

Гилан: Нам кажется, что рынок будет расти и потребность в махровых изделиях неиссякаема. Жесткая конкуренция заставляет более творчески подходить к процессу исследований и разработки. Однако, мы с оптимизмом смотрим в будущее.



продажам именно готовой продукции, где гораздо больше трудностей начиная со слежения за трендами и заканчивая управлением портфелем. В качестве рисков беспокоит общее благосостояние жителей постсоветского пространства и их покупательная способность. На лицо серьезные колебания во многих странах. Также вызывает озабоченность вероятность перенасыщения рынка махровой продукцией. Некоторые страны дотируют текстильную промышленность, что дает преимущества их производителям над другими и позволяет насыщать рынок дешевой махровой продукцией по не совсем рыночным ценам.





«KAZANOV.A.» – МЫ ВМЕСТЕ НЕ НА ОДНУ НОЧЬ!

История бренда «KAZANOV.A.» началась в 1892 году в Италии, когда в самом романтическом городе мира – Флоренции была открыта крупнейшая текстильная фабрика. Более одного века этот роскошный текстиль радовал своих потребителей непревзойденным качеством и роскошными дизайнами. Разразившийся в Италии кризис 1998 года привел фабрику к упадку.

Тогда же российский бизнесмен Яна Казанцева стала владельцем бренда «KAZANOV.A.». Будучи талантливым дизайнером, она создавала превосходные коллекции под брендом «KAZANOV.A.», которые стали воплощением идеальной женственности, плавности линий, продуманности

деталей и подчеркнутой чувственности. Бренд стал активно развиваться на международном рынке и вернул фабрике былую славу.

Каждую модель коллекций «KAZANOV.A.» отличают утонченность, превосходное качество и изысканный итальянский вкус. Благодаря таланту, упорному труду и безошибочной интуиции, владельцам компании «KAZANOV.A.» удалось сотворить настоящую текстильную империю.

Бренд «KAZANOV.A.» более 22 лет представлен на

российском рынке. Предлагая своим клиентам качественную и стильную продукцию, известную по всему миру, бренд заслужил любовь и доверие российских покупателей.

В этом году, мы вновь рады приветствовать своих партнеров, многие из которых, стали нашими друзьями за долгие годы плодотворного сотрудничества. И нам есть чем удивить и вызвать восторг.

Вновь, красота, любовь и семейные ценности, вдохновляют нас на создание уникальных коллекций и новых проектов.

Мы рады представить новинки 2020 года на ярмарке «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ»!

Утонченная коллекция постельного белья «BELKANTO» задает новые тенденции в текстильной моде и представлена в изысканном сочетании двух тканей, люксового египетского хлопка и сатина с изящным рисунком, с использованием самых смелых сочетаний и трендовых цветов сезона. Египетский хлопок по праву считается лучшим в мире, при его производстве используются только самые экологические и высококачественные материалы и красители.

Уникальность коллекции – заключается в том, что вы сами задаете настроение вашей



KAZANOV.A.®

ТЕКСТИЛЬНАЯ КОМПАНИЯ





спальни - цветной либо однотонный, пошив позволяет одним комплектом создавать, изменять дизайн и убранство уютного пространства сна и отдыха.

Необыкновенная коллекция постельного белья «Египетский хлопок» изготовлена из 100% натурального высококачественного сатина.

Для изготовления ткани используются элитные сорта длиноволокнистого хлопка – синоним высочайшего качества и роскоши.

Постельное белье из египетского хлопка отличается непревзойденной мягкостью и шелковистостью. Благодаря плотному переплетению нитей, ткань обладает высокой износостойкостью, долговечна, надолго сохраняет яркость красок.

Игра цветов делает каждую модель не повторимой. Уникальные дизайны рисунков, нанесены при помощи высокотехнологичной цифровой печати «Диджитал» и разработаны индивидуально для компании KAZANOV.A!

Особое внимание мы уделяем изящным выкладкам и эксклюзивным дизайнерским упаковкам, в выдержанном фирменном стиле, с использованием золотого теснения.

Роскошная коллекция постельного белья «Весause», полюбившаяся самыми искушёнными покупателями и заказчиками из разных стран мира, сочетает в себе выдержанный стиль и лучшие тренды сезона.

Уникальный декор – набивная дорожка из сатина с индивидуальным дизайном, подобранным в цвет каждой модели, подчеркивает богатые оттенки однотонного сатина!

Комплекты выполнены из элитного, длиноволокнистого египетского хлопка, плотного плетения - 80 нитей, изделия из которого редко встречаются в России. Ткань проходит двойную мерсеризацию, за счет чего достигается эффект природного алмазного блеска.

Коллекция «Весause» в уникальном сочетании цветов 2020 года выпущена лимитированным тиражом.

Год за годом, совершенствуя свое производство и поддерживая имидж одного из лучших производителей домашнего текстиля, мы предлагаем богатый ассортимент постельного белья, подушек, одеял, пледов, покрывал, махровых изделий, а также рядом прочих аксессуаров для вашей спальни.

Как верно отмечают наши клиенты, сон – важная часть повседневной жизни любого человека, от которой зависит не только наше здоровье, но и настроение на весь грядущий день. Комфорт, хороший вкус, нежные и яркие цветовые решения, модные тенденции и итальянские традиции – все это вы найдете у постельного белья «KAZANOV.A.».





Василиса – Конструктор стильного дома

«Василиса» меняет слоган, визуальный стиль и концепцию позиционирования!



Мария КУЛИКОВА

Трейд-маркетолог
ООО «ТДЛ Текстиль»
Домашний текстиль ТМ «Василиса»

Компания ТДЛ Текстиль – ведущий российский производитель натуральных тканей, домашнего текстиля и медицинских изделий. ТДЛ Текстиль работает с 1992 года, стремясь сделать этот мир лучше, заботится и помогает каждому клиенту. Бренд «Василиса» является гордостью компании, начиная с 2005 г. «Василиса» – самый популярный бренд домашнего текстиля в России по данным опроса проведенного экспертами рынка и маркетингового отдела компании «ТДЛ Текстиль». Постельное белье ценят за красоту и оригинальность дизайнов, неизменное качество и ценовую доступность. Линейка товаров бренда растет с каждым годом и включает в себя полный спектр изделий для домашнего текстиля: • постельное белье из бязи, поплина, перкаля, сатина и льна • одеяла/подушки/пледы • махровые полотенца • столовое белье • шторы.

Такой выбор домашнего текстиля – позволяет компании оставаться лидером на Российском рынке! Опытные и квалифицированные специалисты собственной дизайн-студии ТДЛ Текстиль, создают новые дизайны и коллекции вдохновляясь мировыми трендами, модными показами и современными тенденциями текстильного рынка.

Желание быть лучше свойственно не только людям, но и брендам. Обновление визуального стиля и слогана – закономерный процесс на пути роста и развития компании, которая является лидером отрасли и каждый день стремится быть лучше для своих клиентов, партнеров и акционеров.

В 2020 г. «Василисе» исполняется 15 лет, люди любят Василису, доверяют ей. В период с 2014 г. по сегодняшний день проведена

масштабная модернизация производства по всем технологическим циклам, установлено новое оборудование, внедрена инновационная система умягчения ткани, которая улучшает тактильные ощущения. При отделке на производстве используется каландр, который придает ткани совершенно бесподобную мягкость и лоск. Такое постельное белье выдерживает более 50 стирок без утраты яркости, блеска и шелковистости, не подвержено образованию



катышков, абсолютно гигиенично. При производстве одеял и покрывал используется современный способ рулонной технологии многоигольной стеганной машины, это позволяет легко и без последствий стирать неограниченное количество раз одеяла, что является неоспоримым плюсом в семьях с маленькими детьми. За внедренные технологии, компания «ТДЛ Текстиль» стала обладателем международной премии «Инновационный продукт года 2018».

Сегодня мы рады представить новый этап развития, совместно с брендинговым агентством «Депо» разработана новая стратегия, обновлен логотип и составлен план развития новых продуктов бренда.

Выбор логотипа был основной задачей компании при проведении ребрендинга. Ведь предугадать как воспримет его потребитель очень сложно. Отобрав наиболее понравившиеся варианты логотипов, мы провели опрос среди покупателей и наших партнеров. Основываясь на данных опроса был сделан выбор. Новый логотип прошел регистрацию как торговый знак бренда и уже используется для индивидуализации продукции.

Теперь логотип «Василиса» представляет собой переплетение нитей и образует главную букву бренда, также знак в форме буквы «V» означает: Victory («Победа»), чем полностью отражает настрой компании.

Основными цветами бренда являются белый и черный.

Черный цвет солидности, изысканности и роскоши, он создает ощущение элегантности, тайны и власти. Белый цвет открытости, чистоты и свободы, добавляет логотипу



света, воздуха и простора, что делает его более современным, легким и простым для восприятия.

Преобладает и формирует образ бренда черный, однако любой из основных цветов может становиться фоновым.

Не менее сложным этапом стал выбор новой упаковки. Упаковки, которая будет чем-то новым на рынке, ярким, стильным и выделит среди конкурентов. Первой запущена упаковка

для базовой коллекции КПБ «Василиса»

Линейка BASIC строится на крупных планах заправленной кровати, в которой всегда присутствует человек, что делает концепцию более эмоциональной и живой.

Старая упаковка еще не вышла из оборота, но постепенно ее заменит новый дизайн и новая концепция, позднее мы представим новую упаковку на мягкий инвентарь и детское постельное белье.

Главной причиной, которая влечет за собой необходимость корректировки бренда «Василиса», стало изменение демографической пирамиды Российской Федерации.

Ключевую роль стало играть поколение 30-летних – миллениалы! В России к поколению миллениума, относят тех, кто родился в 1984-2004 гг. Люди в возрасте 15 – 35 лет постепенно становятся основной экономической силой и как работники, и как потребители товаров. Их идеал – компания с ярко выраженной идеей, философией, этикой!





И так на чем же базируется новая концепция бренда: **«Василиса - Конструктор стильного дома»**

Делая новый шаг в категории домашний текстиль, мы становимся не просто производственной компанией, а компанией – вдохновителем, кладовой идей, генератором решений для дома. Для этого мы не просто предлагаем товары – мы предлагаем то, как ваш дом может преобразиться при помощи широкого ассортимента, который хорошо сочетается в разных комбинациях. В то время, когда темп современной жизни

сверхзвуковой. Времени постоянно не хватает. А ведь так хочется, чтобы твой дом был уютным, стильным, с индивидуальным лицом. При этом тратить драгоценное время на поездку, в один магазин за постельным бельем, и в другой, находящийся в часе езды, за пледом, совсем не хочется.

– «Нужно чтобы я могла все купить в одном месте!»

Благодаря продуманности бренда, привлечению компетентных творческих, информационных и интеллектуальных ресурсов, мы существенно расширяем потребление и возможности в категории. Капсульные решения, в которых подобрана и продумана каждая деталь, цветовая гамма, стиль.

Бренд «Василиса» дает современной хозяйке возможность сконструировать свой стильный дом без лишних трудозатрат!

Ценности бренда: чувство вкуса и стиля, свобода,

разнообразие (diversity), дом и семья.

Характер бренда: актуальный (трендовый), космополитичный настоящий (искренний), открытый динамичный.

По отношению к конкурентам обновленный бренд «Василиса» становится более современным и еще более ориентированным на потребителя, его потребности, стиль жизни, привычки, желания. Сохранив и усилив при этом текущую конкурентную стратегию - Ценностный Лидер, предоставлять покупателю больше за ту же цену!

В рамках ребрендинга разработан и запущен новый сайт <https://vasylisa.ru/> который, полностью отражает характер, ценности и стиль бренда.



На сайте представлены 3D модели всех комнат в доме с уже готовым решением, что дает возможность увидеть, как будет выглядеть Ваш интерьер, какие новинки представлены и что ожидает выхода.

Во избежание несанкционированного использования нового визуального стиля бренда, торговый знак был запатентован и является интеллектуальной собственностью компании ООО «ТДЛ Текстиль»



Международный
Салон домашнего текстиля

home 
Textile
salon

15-18 СЕНТЯБРЯ 2020

Москва, ВДНХ,
павильон № 75

Ткани для постельного и столового белья
Декоративные ткани
Текстиль для спальни
Кухонный и столовый текстиль
Текстиль для ванных комнат

55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильлегпром 
Textil legprom

www.textilexpo.ru

16+

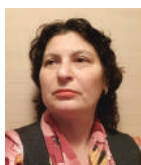
ТРУДНОЕ ВОЗВРАЩЕНИЕ КОНОПЛИ

Агротехническая конопля, возделывание которой решением Единой конвенции ООН 1961 года было запрещено во всем мире, в XXI веке стремится вернуться на мировую текстильную арену.



Белопухов С.Л.

профессор, д.с.-х.н.
РГАУ-МСХА
им. К.А.Тимирязева



Белопухова Ю.Б.

Шеф-редактор сайта
www.rosflaxhemp.ru

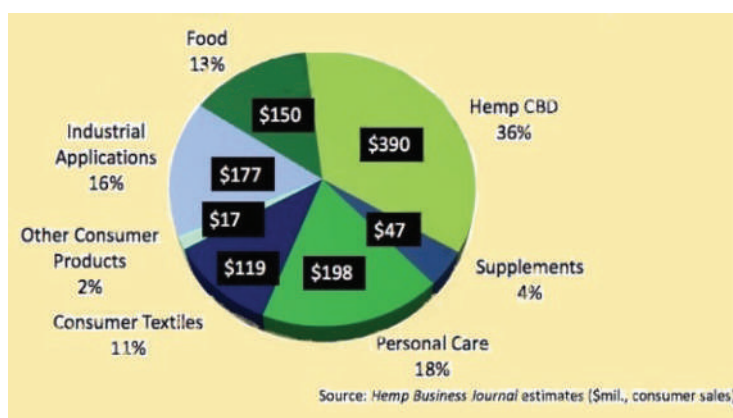
с Shanxi Oasis Textile Co., Ltd. («Oasis») на покупку пенькового волокна, для выращивания которого потребовалось около 82 350 акров. Сбор урожая промышленной конопли был завершен в прошлом году, а его переработка будет проходить на протяжении следующих трех лет. Это лишь одна из

Лёд тронулся

Сегодня агротехническую коноплю выращивают почти 30 стран. Многие до сих пор уверены, что коноплю культивируют на медицинские, рекреационные цели и немножко – для еды. Однако статистика (данные отчета New Frontier Data) свидетельствует, что в последние два года на мировом рынке наибольшим спросом пользовались следующие пять категорий конопляных товаров:

Одежда – 31%, Сумки и рюкзаки – 27%, Конопляное растительное масло – 25%, Мыло и средства для ухода за кожей – 22%, Обувь – 19%. В США, где возделывание агротехнической конопли разрешили в 2014 году, а в 2018 –м был принят Закон «О фермах», только за 2018 год товаров из конопли было реализовано на сумму \$ 1,1 млрд. (данные журнала Hemp Business Journal estimates). Из них на бытовой текстиль (повседневная одежда, униформа, носки, одеяла, подушки) пришлось – 11%, продукцию промышленного применения (технический текстиль, фильтрующие материалы для нефтяных скважин, волокно для авто- и авиастроения,

строительства, биопластмасс, изделия народных промыслов и авторских работ) –16%.



Основной производитель конопляного текстиля (волокно, пряжа, ткани) – Китай (70% мирового производства). В начале декабря прошлого года китайская фирма Shineco China Hemp Technology Co., Ltd. («SCHT») заключила фьючерсный контракт

подобных сделок, но ее особенность заключается в том, что компания «Shineco» – производитель и дистрибьютор китайских лекарственных средств растительного происхождения, экологически чистых сельскохозяйственных продуктов,

специализированного текстиля расположена в провинции Шаньси, где коноплю возделывают уже 2800 лет, а Shanxi Oasis Textile - Национальная база текстильной промышленности, где разрабатывается продукция из конопли и одно из крупнейших предприятий в Китае, производящее конопляный текстиль (<https://worlddaily.us>)

Лидирующие позиции в ЕС занимает Франция (40% европейского рынка). В значительных объемах возделывают коноплю на волокно Австрия, Чили, Великобритания и Румыния. В ближайшие годы интенсивное развитие текстильного коноплеводства ожидается в Канаде, США, Индии.

Без наркотиков - только плюсы

Такой всплеск интереса вполне закономерен. К началу нынешнего века были созданы сорта конопли, которые не пригодны для производства наркотиков (максимально допустимое содержание каннабиноидов в таких сортах: 0,1% в РФ, 0,2% - в странах ЕС, 0,3% - в США), а волокно из нее - древнейший натуральный материал, используемый в ткачестве. Полотно из конопли всегда ценилось за прочность, отсутствие деформации, высокую устойчивость к разрушительному действию воды, в том числе морской. Кстати, благодаря этому, до нас дошли и отлично сохранились написанные на конопляном холсте шедевры величайших живописцев прошлых веков, в том числе Рембрандта, Яна Вермеера, Веласкеса, Франческо Гойи, Эль Греко.

Ткань из пеньки гипоаллергенна, почти на 90% задерживает губительное для кожи ультрафиолетовое излучение, хорошо впитывает влагу и сохнет, противостоит плесени и обладает природными антибактериальными свойствами, поддерживает нормальный теплообмен организма человека: зимой в конопляной ткани

не холодно, а летом - не жарко.

Но почему конопля проиграла хлопку и даже льну, хотя технология производства и переработки волокон во многом схожи? Посконная тли конопляная ткань при традиционной обработке была грубой, жесткой, тяжелой. Поэтому она в основном использовалась для хозяйственных нужд, изготовления веревок и канатов. Впрочем, тонкая, хорошо выделанная конопляная пряжа мокрого прядения, не уступая шелку в блеске, и в прошлые века заменяла его в летних вещах.

Теперь ситуация изменилась. Современное прядильно-ткацкое оборудование, технология котонизации позволили производить тонкую, мягкую, гибкую, при этом прочную как 100% конопляную, так и смесовую пряжу с хлопком, льном, шерстью, шелком, вискозой, эластаном, пригодную для ручного и машинного ткачества и вязания. Сегодня также решены вопросы с умягчителями и красителями для пеньковой пряжи, в том числе, для маркировки по Глобальному органик стандарту GOTS. И если раньше пенькой занимались преимущественно мужчины, настолько она была тяжелой и неподатливой, то в XXI веке конопляный текстиль

стал материалом, который обеспечивает комфорт и помогает реализовать творческие возможности, женщинам, мужчинам и даже детям.

В экологическом тренде

Другая важная причина возврата конопли - ухудшение экологии, рост выбросов углекислого газа промышленностью и сельским хозяйством. У конопли же нейтральный или отрицательный углеродный след, так как она при выращивании и переработке потребляет значительно больше CO₂, чем хлопчатник или пшеница. При этом с одной и той же площади конопля дает в два раза больше волокна, чем хлопок, расходуя, по сравнению с ним, меньше воды и требуя существенно меньшего количества пестицидов. Урожайность соломы конопли, которая в нашей стране по данным Пензенского НИИСХа может достигать 135 ц/га, превышает этот показатель льна-долгунца в 3,5-6,5 раз и дает целлюлозы до 7 т/га (лён не больше 2,5 т/га).

Кроме того, для обработки конопляного волокна не требуется хлор, и, следовательно, не образуются токсичные диоксины. Но поскольку при производстве конопли, особенно ее обработке и производстве



пряжи, все же есть выбросы CO₂, совершенствование технологий продолжается. Сегодня как один из перспективных вариантов их минимизации рассматривается метод обработки волокна, предложенный компанией «Pure Hemp».

Устойчивость – серьезная проблема. По уровню негативного влияния на экологию модная индустрия занимает второе место после нефтегазовой промышленности (данные издания «EcoWatch»). Расчеты показывают, что если к 2030 году население вырастет до 8,5 млрд., а ВВП на душу населения будет ежегодно увеличиваться в развитых странах – на 2%, в развивающихся – на 4%, то объемы покупаемой одежды вырастут на 63% (с 62 млн. тонн до 102 млн. тонн к 2030 г.). В итоге к 2030 г. объемы выбросов CO₂ могут достигнуть 2,8 млрд. тонн (в 2015 г. – 1,7 млрд. т), отходов –

Kalki Koechlin, Woolmark Prichik, Flaks, Ruchika Sachdeva с Bodice. К «пакту моды» президента Франции Эммануила Макрона, призывающему сделать индустрию моды более устойчивой, не наносящей ущерб планете, присоединились 150 брендов, в том числе и те, что отдают предпочтение конопле: Ahluwalia Studio, Pero, Doodlage, Eka, Foxxy, BONECO, Nicobar и No Nasties. (<https://elle.in/article/2019-fashion-round-up/>)

А в сентябре прошлого года фирма-создатель джинсов Levi's совместно с

Интерес к производству смесовых конопляных тканей проявляется, даже там, где пока нет своего конопляного сырья. Например, Роба Юнгмана, основатель марки Jungmaven с 1992 года, в текущем году планирует в США наладить производство конопляного текстиля для футболок и флиса из китайского и румынского сырья.

В марте 2020 года дизайнеры со всего мира представят свое видение устойчивого будущего моды на Lexington Future of Fashion 2020 (Кентукки, США). Двухдневное



148 млн. т (в 2015 г. – 92 млн. т), а потребление воды вырастет до 118 млрд. куб. м (в 2015 г. – 79 млрд. куб. м). В связи с чем, например, «Global Fashion Agenda» призывает мировую индустрию перейти на модель циклической экономики (<https://fashionunited.ru/novostee/moda>).

Во многих странах «западной» цивилизации альтернативу тканям, производство которых наносит вред окружающей среде, ищут даже потребители. Не удивительно, что на коноплю, как на материал, оказывающий наименее вредное влияние на окружающую среду, обратили внимание сторонники этичной моды и устойчивого развития дизайнеры: Стелла Маккартни,

Outerknown создали специальную «зеленую» коллекцию одежды Levi's Wellthread (джинсы, флисовая куртка-водителя, западные рубашки, футболки с карманами) из тонкой джинсовой ткани 502 на основе котонизированного волокна конопли. Созданный материал – менее жесткий, но более прочный, чем обычная пенька, и пригоден для повторного использования (<https://sourcingjournal.com/denim/denim-brands>)

мероприятие включает показы современной высокой моды от американских и международных дизайнеров, концертов популярных музыкантов и конкурс дизайна Estes, который разрешает участникам использовать только материалы, в которых доля конопли составляет не меньше 60% (<https://www.forbes.com/sites/janetwburns/2019>)

Еще одно направление экологического текстиля, которое также набирает популярность

– изделия из 100% длинноволокнистой конопляной пряжи, окрашенной по стандартам GOTS и OEKO-TEX 100. Производители особо подчеркивают, что это не котонизированное волокно, полученное путем жесткой химической обработки, а произведено с использованием традиционных методов. Поэтому моток такой пряжи весом 250 г стоит почти 30\$.

А в ноябре 2019 года компания Delilah Home начала производить простыни и пододеяльники (комплект стоимостью 400 долларов) из 100% органического конопляного полотна (<https://www.hometextilestoday.com/brands-and-marketing/>)

Впрочем, дело не только в защите природы. У конопли есть неоспоримые преимущества в производстве военной формы и спортивной одежды. Например, интерес к конопляной ткани у дизайнера Флэкса (Flaks), возник в связи с тем, что обычная одежда не удобна для смешанных единоборств. К тому же, она плохо отстирывается и сохраняет неприятные запахи. Flaks создал линию бренда Nusumeria (от соединения слова «новый» и «Шумер» - колыбель человеческой цивилизации) на основе конопли, которая сочетает в себе новые стили и древний материал. Сейчас созданные им толстовки продаются в Лос-Анджелесе в розницу за 90 долларов (www.nusumeria.com).

Неограниченные возможности

Несмотря на сложности, в том числе законодательные ограничения в отношении растений рода конопли, рынок конопляного текстиля уже сейчас предоставляет широчайшие возможности для разработчиков моделей одежды, обуви, сумок и других аксессуаров. Разнообразие конопляного текстиля создается за счет состава пряжи, изменения формул плетения и окраски. Причем, неокрашенная пряжа в зависимости от вида обработки волокна может иметь белый, кремовый, зеленоватый, серый и натуральный цвет. Чаще используются красители природных оттенков, но смесовая пряжа может иметь цвет ежевики, красной георгины, индиго, рододендрона, игуаны.

Одно из слагаемых успеха конопли – для производства пряжи не требуется специальная техника. 100% тонкая конопляная пряжа, которая используется для изготовления текстиля и не годится для ручного вязания, прядется с помощью льняных машин. При этом применяется измерение числовой метрики, такое же, как для льняной пряжи. Плотная пеньковая холщовая ткань, натурального цвета или окрашенная экологически чистыми



волокнистыми реактивными красителями, устойчивыми к выцветанию на свету и многократным стиркам, подходит для многих домашних применений, включая обивку мебели, портьеры, шторы, домашнее постельное белье.

В пряже из смесовой конопляной / хлопчатобумажной пряжи подходит хлопковое оборудование и используется система измерения хлопчатобумажной пряжи. В обеих системах, чем выше число, тем тоньше пряжа.

Наиболее часто на рынке пряжи и тканей предлагаются композиции: 55% конопля и 45% хлопок; 30% конопля и 70% хлопок; 55% конопля, 42% хлопок и 3% спандекс; 70% вискозный шелк (rayon), 20% конопля и 10% натуральный шелк (mulberry silk). Однако смесовая ткань одинакового состава, например, 55% конопля, 45% хлопок может отличаться плотностью (424-300 - 130 г/кв.м.) и типом плетения (простое полотняное, или холщовое, плетение «елочка», «Twill», «Plain», трикотажное полотно jersey). Иными словами, все зависит от желания прядильщика и целей продукции.

Например, плотная пряжа

используется для бисероплетения. Мягкая и нечеткая буксирная пряжа, которая получается в результате вытягивания коротких волокон, созданных в процессе фрезерования линейной пряжи, предназначена для производства одеял, полотенец для рук и банных полотенец с эффектом Спа. Трехслойная мокрого прядения пряжа хорошо окрашивается яркими реактивными красителями и великолепна для создания драпировок, предметов для дома, летней одежды, нежного кружева. Каскадная пряжа из перуанской высокогорной шерсти и конопли подходит для вязания свитеров, кофт и пальто, и производства теплой, дышащей, но износостойкой твидового вида ткани.

Еще один вид конопляной продукции – крученые и плетеные изделия, производство которых в совершенстве освоили румынские текстильщики. Сверхпрочный натуральный или окрашенный полированный пеньковый пружинный шпагат идеально подходит для завязывания пружин в матрасах и мягкой мебели, ремесленных проектов, включая макраме-проекты, колье, браслеты и другие украшения из конопли.

Конопляный шнурок из пряжи мокрого прядения применяется для отделки бытовых изделий и ремесленных украшений, а пеньковая тесьма из пряжи сухого прядения используется для обивки мебели, сумок и аксессуаров.

Конопляный текстиль в России

Сельскохозяйственное производство и переработка агропромышленной конопли в России, несмотря на запреты ООН в отношении выращивания всех видов растений рода каннабис, практически никогда не прекращалось. Поэтому к 2011 году, когда был дан старт возрождению отрасли, в стране еще действовало несколько перерабатывающих цехов, и опыт работы с этой культурой не был полностью утерян. Хотя это давало некоторую фору отечественной конопляной индустрии, технологическое оборудование позволяет получать пригодное лишь для производства технических тканей и крученых изделий (канатов, линя, веревок, шпагата) однотипное волокно, которое по данным ФНЦ ЛК, имеет следующие характеристики:

Характеристика	После первой обработки	После второго пропуска
Разрывная нагрузка волокна, кгс	17,3	16,5
Средняя массодлина волокна, мм	202,9	196,8
Линейная плотность волокна, текс	29,1	19,2
Массовая доля костры в волокне, %	7,1	3,7

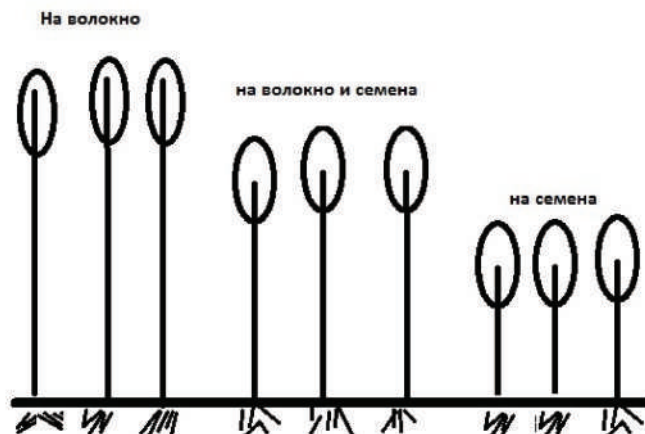
Ограниченные возможности использования конопляного волокна в России также обусловлены тем, что преимущественно на волокно коноплю стали возделывать только последнее время: посевная площадь агротехнической конопли выросла с 2,3 тыс.га в 2015 году до 4,5 тыс. в 2017, 7,9 - в 2018 и 10,2 тыс. га - в 2019 году. Однако объемы производства волокна существенно увеличились лишь в 2018 году, когда его собрали- 3,14 тыс. тонн. В прежние годы урожай волокна составлял 0,45 -0,62 тыс. тонн (данные Пензенского НИСХ). При таких сборах говорить о производстве тканей не приходится.

То есть, стремление одновременно получить урожай стеблей и зерна не способствует сбору качественного волокна конопли. Кроме того, как установлено в ВИРе им. Н.И. Вавилова, нужны специальные «волокнистые» и

двойного назначения сорта и гибриды южного и среднерусского экотипа, с соотношением длин соцветия и стебля не ниже 1:3. Так, при среднем содержании волокна 31,7% наибольший выход волокна обеспечил сорт Славянин: урожаем соломки 17,7 т/га, урожаем волокна 5,61 т/га.

цены на конопляное волокно и ткани будут выше, чем на аналогичную хлопчатобумажную продукцию, а сбыт продукции останется в зоне нишевого сегмента.

Поэтому в Европе, США, Индии, отдельных провинциях Китая производство агропромышленной конопли пытаются



Тем не менее, к настоящему времени российские производители конопли смогли расширить линейку продукции, включив в нее нетканые материалы для производства строительных утеплителей, геотекстиля, нетканого полотна для авто- и авиапромышленности. На подмосковной фабрике «Пехорка» теперь налажено производство конопляной пряжи, а с 2017 года в выставках Текстильлегпром с конопляной продукцией постоянно участвуют две российские компании.

Развитие конопляной индустрии в нашей стране и за рубежом сдерживают небольшая площадь посева, отсутствие инфраструктуры и оборудования, позволяющего проводить обработку как стеблей, так и волокна конопли с меньшими капитальными вложениями и более низкими эксплуатационными расходами, чем на традиционных пенько- и целлюлозных заводах. Пока эти препятствия не устранят,

увеличить за счет привлечения в отрасль небольших фермерских хозяйств с совокупной площадью земли 1-5 га и объединения их в кооперативы с переработчиками. Для таких небольших производств создается мобильная мини-техника, позволяющая качественно убирать и проводить первичную переработку в кустарных и полукустарных условиях, а полученное сырье дорабатывать на современных высокотехнологичных предприятиях. В нашей стране, в силу особенностей законодательства, отсутствия взаимодействия и взаимопонимания сельхозпроизводителей, переработчиков конопляного сырья, представителей органов МВД, пока такая практика пробуксовывает. Вот почему, хотя Россия занимала лидирующие позиции, а климатические условия благоприятствуют процветанию конопляной отрасли, успехи отечественной конопляной индустрии пока выглядят бледно на фоне мировых достижений.



ПОСТАВЩИКИ МАШИН И **ОБОРУДОВАНИЯ**



№1 в России

медиа-проект на рынке оборудования
и машиностроительной отрасли

- Интернет реклама
- Реклама в печатном издании
- Видео реклама

Проект основан в 1999 году

*Приглашаем
рекламодателей!*

121357 г. Москва, ул. Верейская 29, стр. 154, офис 10 А

+7 (495) 657-86-38, 657-86-39

www.oborudunion.ru



Фото предоставлены автором

История и современность: Веревка в жизни человека

ВЕРЕВКА – это изделие, которое скручено, или сплетено из предварительно подготовленного волокна.



Александр КУЧИНСКИЙ
Директор ООО «Мордовские пенькозаводы»



Сергей КИРЕНКО
Директор ООО «Компания КОНА»

Растений, из которых делали веревки – великое множество. В Европе, это крапива и камыш, лен и конопля, липа, осина и ива. В Азии и Африке – джут и кенаф, канатник и кендырь, абака и кокос, рами и бамбук. Америка – агава и драцена, юкка и многие виды кактусов.

В сказке Андерсена «Дикие лебеди» девочка, обжигая руки, шила для братьев рубашки из крапивы, чтобы их расколдовать. Это не просто красивая сказка. В мундиры из крапивы была частично одета армия Наполеона, а в Шотландии из стеблей этого растения в те времена делали скатерти. В Германии во время Второй мировой войны в условиях эмбарго вместо дефицитного хлопка крапиву использовали для изготовления веревок, мешков, ремней и парашютов.

Волокна для производства веревок

ЛЕН

В России лен воспроизводят с незапамятных времен. О западных славянах известно, что они платили оброк льном и пряжей.

Ткани на Руси производились из льна и пеньки до 18 века – начала массового распространения хлопка. Для России лен всегда

имел особенное значение, как исконное и родное растение. В дореволюционной России половина посевов были сосредоточены в четырёх губерниях, лежащих к северу от Москвы: Вятской, Тверской, Смоленской и Псковской. Площадь, занятая посевами льна-долгунца, составляла до 15% общей посевной площади.

Получаемое из стеблей льна волокно гладкое, толстостенное, упругое. Оно обладает многими положительными свойствами: достаточной прочностью, которая не падает в мокром состоянии. Льноволокно хорошо впитывает и удерживает влагу, мало удлиняется в изделиях, устойчиво к солнечному свету и действию щелочей. Из льноволокна получается очень крепкая пряжа, которая не сжимается при высоких

температурах и не очень подвержена усадке. Срок службы льняных изделий может достигать полувека и более.

В то же время льноволокно недостаточно устойчиво к трению, к действию



ЛЕН

грибков и бактерий (гниет), плохо окрашивается. Лен сложно красить и выбеливать, хотя он имеет замечательную естественную гамму оттенков, преимущественно серо-бежевых.

Известная во всем христианском мире Туринская плащаница сделана из льняного волокна.

ПЕНЬКА

Возделываемый вид конопли - *Cannabis sativa*, принадлежащий к семейству крапивных. Это травянистое однолетнее, двудомное растение с прямым, до 2-6 метров высоты. Одно из основных товаров Российского экспорта с глубокого средневековья до начала 20-го века.

Волокно конопли – одно из наиболее крепких и выносливых среди остальных растительных волокон. Оно обладает повышенным сопротивлением ультрафиолетовому излучению.

Будучи лубяным волокном, пенька структурно схожа со льном. Ткани из конопли широко использовали в мореходстве, так как это единственная натуральная ткань, которая не портится при контакте с морской водой.

Для изготовления канатов, веревок, пожарных рукавов, шпагата, различных видов рыболовных сетей пенька широко использовалась благодаря своей высокой прочности на разрыв, неплохой гибкости, способности дробиться при чесании на тонкие волокна и сохранять свои свойства в мокром состоянии.

ДЖУТ (юта, калькуттская пенька)

Джут, иначе юта, калькуттская пенька, - это экзотический текстильный материал, который ввозился в Европу с Востока.

колебаниям, оно слабее льна и пеньки. Под влиянием света, воздуха и, особенно, влажности, его прочность падает, и волокно разрушается. В воде джут быстро загнивает.

Волокно джута весьма грубое, сухое, ломкое, однако прочное на разрыв, чистое, обладает высокой гигроскопичностью. Оно отличается хорошими прядильными качествами.

Другое исключительное свойство джутового волокна – большая гигроскопичность. По гигроскопичности оно превосходит главнейшие растительные волокна. При высокой относительной влажности воздуха джут содержит до 30% влаги, оставаясь при этом сухим на ощупь.

Из высших сортов джута, которые хорошо окрашиваются и сохраняют окраску, производят мебельные, декоративные и обивочные ткани, ковры, дорожки и линолеум.

воздуха и влажности прочность джута быстро падает, но высшие сорта растения используются для изготовления веревок.

Волокна, получаемые из листьев растений

В природе кроме лубяных растений (содержащих волокна в стебле) имеются также растения, которые культивируют для получения волокна из их листьев. К ним относятся сизаль, манила и др. В основном это растения субтропического и тропического климата.

Волокна, которые получают из жилок больших листьев, удаляя предварительно мякоть листа, отличаются высокой прочностью и стойкостью к гниению. Однако они чрезвычайно грубы и поэтому могут быть использованы только для получения крученых изделий (канатов, шпагата), а также дорожек и матов.



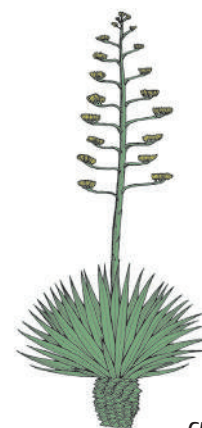
КОНОПЛЯ



ДЖУТ



АБАКА



СИЗАЛЬ

Джут – это однолетнее растение рода *Corchorus* семейства липовых.

Наравне с хлопком, льном и пенькой, джут принадлежит к самым важным растительным волокнам. По размерам потребления в мировом масштабе джут занимает второе место после хлопка. По дешевизне джут стоит на первом месте. Его низкая цена была основной причиной его быстрого и повсеместного распространения.

Прочность джутового волокна подвержена

Джут очень широко использовался для производства пищевых мешков. Мешки, изготовленные из этих волокон, не передают влагу находящимся в них продуктам, поэтому они были удобны для хранения и перевозки гигроскопичных пищевых продуктов (сахар, соль). Под влиянием света,

МАНИЛА

Манила (манильская пенька, абака) – прядильный (текстильный) банан (*Musa textilis*). Агава - многолетнее тропическое растение семейства банановых.

Волокно агавы извлекается из черенковой части листьев. Оно хорошо окрашивается, равномерно по тонине и очень

гигроскопично. Волокно плохо впитывает влагу и быстро ее отдает.

Это волокно используется в основном для изготовления крученых изделий, канатов и веревок высокого качества. Манильскую пеньку применяют в качестве материала для морских канатов, так как она сравнительно слабо разрушается от действия морской воды. Из нее изготавливают верёвки, шпагат, рыболовные сети, мешки и другие изделия. Хорошие противогнилостные свойства манильской пеньки позволяют вырабатывать канаты без предварительного консервирования пряжи. Манильские канаты легче и прочнее пеньковых, меньше намокают, обладают большей гибкостью и эластичностью, отличаются высокой прочностью и стойкостью к гниению.

СИЗАЛЬ

Сизаль (агава, хенекек, генекек) - это жёсткое, грубое натуральное волокно, получаемое из листьев агавы *Agava sisolana* семейства *Agavaceae*.

Волокно сизаля добывается из мясистых листьев агавы и по свойствам и применению очень схоже с манильским. По прочности сизаль уступает манильской пеньке и характеризуется большей ломкостью, чем пенька.

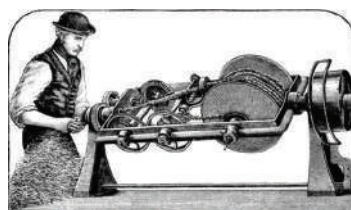
Она идёт на изготовление канатов, сетей, щёток. Сизалевые канаты эластичны, но в намокшем состоянии становятся хрупкими. Из сизалевой пряжи производится тара для хранения и перевозки кофейного зерна.

КАНАТНОЕ И ВЕРЕВОЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Из перечисленных растений и сегодня производят веревки. Естественно, это происходит на современных фабриках, но основные технологические этапы производства веревок очень похожи на те, что были столетия и тысячелетия назад.

Волокно особым образом очищали, вычесывали и замачивали с целью улучшить

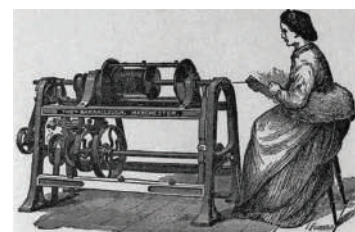
его эластичность. Затем из него формировалась лента, в которой все волокна ориентировались в одну и ту же сторону. В последствие лента скручивалась в заданном направлении и получалась нить или профессиональное название - каболка. Затем несколько нитей скручивали вместе в противоположном направлении, образуя прядь. А уже из нескольких прядей свивали веревки, в направлении, обратном направлению скручивания прядей.



На каждом этапе направление кручения меняется, чтобы усилия каждой нити в прядях раскрутились, компенсировались противоположным усилием свивки самих прядей. В результате веревка получалась равновесной, то есть напряжения конструкции были сбалансированными, изделие самопроизвольно не петляло и не раскручивалось.

Правое направление крутки принято обозначать буквой Z, левое буквой S. Сегодня наибольшее распространение получили веревки и канаты с правым Z направлением свивки.

Наибольшее количество веревок потреблялось с развитием мореплавания. В год на оснащение одного парусника среднего водоизмещения требовалось до 50 тонн веревок и канатов. С их помощью крепились паруса и якоря, грузились товары.



Гужевого транспорт, который до изобретения паровых машин обеспечивал передвижение человека и грузов, также требовал большое количество веревок – сбруя, крепление грузов, сцепки и т.п.

Во всем мире начинает развиваться канатная промышленность.

Канатное производство известно с самых древних времен и у всех народов; составляет один из важных видов промышленности как кустарной, так и фабричной. Фабричное производство открывалось обычно в портовых городах: Марсель, Тулон, Венеция, Петербург, Одесса, Нижний Новгород. В России этот промысел был распространен во многих губерниях, особенно Нижегородской, Тверской, Владимирской, Орловской, Симбирской.

Русская веревочная промышленность развивалась вместе с морским и речным флотом. И основное сырье для её производства - лён и конопля – исконно русские культуры. Дореволюционная Россия была крупнейшим поставщиком льна и конопли на мировом рынке. До распада СССР 80% мирового производства льна и 70% конопли

« НА ВОЛОКОННУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РОССИИ В 1912г. ПРИХОДИЛОСЬ 20% ВСЕХ ФАБРИК И ЗАВОДОВ, В НЕЙ БЫЛО ЗАНЯТО СВЫШЕ 40% ВСЕХ РАБОЧИХ СТРАНЫ. ИНЫМИ СЛОВАМИ, ТЕКСТИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ СОСТАВЛЯЛА НЕ ТОЛЬКО ОЧЕНЬ ВАЖНОЕ, НО И ГЛАВЕНСТВУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ В ИНДУСТРИИ. »

приходилось на долю Советского Союза.

Во второй половине XIX века все машины для прядения лубяных волокон были импортными. Свои машины выпускала только Большая Костромская мануфактура, копируя иностранные образцы. В основном Английские. После Октябрьской революции была заново создана промышленность по первичной обработке льна, конопли и импортных лубяных культур – Джута, Кенафа. Получив название пенько-джутковая промышленность. Предприятия новой отрасли в основном производили технические ткани: мешковину, парусину, брезенты, а также крученые и плетеные изделия.

По статистическим данным 1913 года в русской фабрично-заводской мануфактурной промышленности, работающей со льном и пенькой, насчитывалось около 300 предприятий с общей численностью рабочих около 90 тыс. рабочих.

В 1926 году на фабрике «Канат» в Ленинграде были установлены первые полуавтоматы для выпуска канатной пряжи, изготовленные заводом им. Карла Маркса. Затем реконструировались Горбатовская и Староскольская фабрики. Целиком на базе новой техники были построены Карачевская шпагатно-веревочная фабрика, Саранский комбинат и Курская фабрика. Перед Великой отечественной войной были значительно расширены Орловская фабрика, Одесский и Харьковский канатные заводы. После ВОВ открылось производство шпагатов и канатов в Майкопе.

В 70-е годы прошлого века произошло взрывное развитие нефтехимической промышленности и на рынок вышли химические искусственные волокна.

Для технических изделий (канаты, веревки, мешковина и брезенты) гигиенические свойства обычно не важны, поэтому текстильная промышленность начинает выпускать огромное количество более стойких к трению, влажности и бактериальному разрушению синтетических тканей, мешков, канатов, веревок и шпагатов. Последнее столетие производство природных волокон неизменно уменьшается, а цены на все волокнистые материалы без исключения повышаются.

Эра триумфального шествия натуральных волокон закончилась. На смену пришли полипропилен, полиэтилен, полиамид, полиэфир. Сегодня в России предприятия, которые производят веревки из натуральных волокон, можно сосчитать по пальцам.

Основные группы крученых и плетеных изделий

Крученые и плетеные изделия подразделяются на следующие основные группы:

Группа	Состав группы
Канатные изделия	Канаты всех видов Сердечники для стальных канатов Морские линии Траловая прядь
Верёвочные изделия	Технические верёвки Хозяйственные верёвки
Шпагатные изделия	Технический шпагат Увязочный шпагат
Шнуры и канатики	Шнуры и канатики всех видов
Пряжа техническая	Нити и нитки разной линейной плотности

Крученые (плетеные) изделия различаются по материалу, способу изготовления пряжи или каболки, по конструкции, способу отделки и по толщине.

Изделия имеют разную конструкцию. Они бывают кручеными, трощеными, плетеными и оплеточными, одно- и многониточными, одно- и многопрядными.

Отделка изделий также различна: Они бывают полированные, шлихтованные, пропитанные смолами и другими консервантами, термически обработанные, крашенные, покрытые оболочкой.

КРУЧЕНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Кручеными называются изделия, состоящие из двух или более нитей, соединенных скручиванием. Крученое изделие может образовываться в один (однокруточное) или несколько этапов (многокруточное). В веревочном и канатном производстве первый элемент, из которого формируют крученые (плетеные), изделия, называют каболкой. Скрученные между собой каболки – прядь.

Чтобы сохранить первоначальную крутку элементов, с которой они поступили в кручение, их дополнительно подкручивают, вращая вокруг своих осей вращения. Кручение с подкруткой прядей называется свивкой. Так, канат – вьется, а веревка – крутится. Это их главное отличие.

ПЛЕТЕНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Если на каком-то этапе производства нити или крученые волокна переплетаются, то готовое изделие называют плетеным.

Плетение может сквозным или оплеточным, когда плетение ведется в виде кольцевого чехла, внутри которого не участвующий в плетении сердечник из крученых, трощеных или плетеных элементов.

Процесс плетения применяется в производстве шнуров и канатов с целью придания им более полной равновесности, минимального отклонения диаметра, гибкости и эластичности.

КАНАТНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Группа канатов включает многочисленные виды крученых и плетеных изделий,

предназначенных для многократного и длительного применения в качестве рабочих органов: при подъемах грузов, для передачи движений (на приводах, буксирах, лебедках, для оснастки орудий рыбного лова), а также для элементов статических конструкций - растяжек, подвесов и т.п.

Основными требованиями ко всем видам канатных изделий являются: высокая прочность на растяжение, стойкость к износу - механическому (трение) и бактериологическому (гниение), химическому, а также стойкость к многократному приложению нагрузок (многоциклового и длительного).

Канаты комбинированной конструкции вырабатываются из двух или нескольких различных материалов, имеющих существенные различия в свойствах. Наибольшее распространение получили комбинированные канаты «пенька-сталь», «капрон-сталь», «полипропилен-сталь». Все эти канаты обладают повышенной прочностью, гибкостью и безопасностью, так как стальные пряди в них покрыты органическими и полимерными каболками.

ВЕРЕВОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Отличия веревочных изделий от канатных - в повышенной гибкости, необходимой для связывания узлов при упаковочных и других работах. Веревки - изделия менее ответственные, чем канаты и требования к ним несколько снижены.

Веревки изготавливаются из пряжи короткого прядения и без докрутки прядей для снижения плотности изделия и повышения гибкости.

ШПАГАТНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Шпагаты изготавливаются из смеси пеньковых, льняных и других лубяных и химических волокон, а также из бумаги и синтетических пленок.

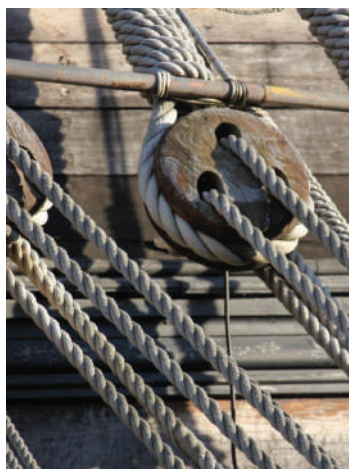
Пленочные нити вырабатывают из гранулированного полипропилена при помощи специальных устройств - экструдеров и могут дополнительно расщепляться игольчатым барабаном на волокна (фибриллы). Эта операция повышает гибкость и мягкость шпагата.

Шпагаты бывают однониточными и многониточными.

Применение веревок и развитие канатных технологий:

Целевое назначение крученых и плетеных изделий - крепление, перемещение, упаковка, уплотнение, декорирование.

Сложно назвать область деятельности человека, где не используются крученые изделия в том или ином виде.



Парус снасти

Технологии производства канатов и веревок пришли в металлургию - появились стальные канаты. Благодаря им работают лифты, добываются рудные ископаемые, строятся небоскребы и мосты.

Электрификация способствовала возникновению и развитию кабельной промышленности. А оптоволоконный кабель, связывающий города, страны и континенты сегодня - вершина эволюции веревки.

Орудия рыбного лова из современных материалов, легко выигрывают у традиционных тралов и сетей, обладая значительно меньшим весом, большей прочностью и положительной плавучестью.

Без веревок и шпагатов не возможна заготовка кормов и выращивание овощей в сельском хозяйстве.

Новые технологии геологоразведки и добычи продолжают формировать спрос на текстильные и стальные канаты, предъявляя к ним современные требования по основным характеристикам, стойкости к агрессивным средам и прочности на разрыв.

Ландшафтным дизайнерам, художникам по интерьерам и декораторам предоставляется возможность использовать в своей работе

огромный ассортимент шпагатов, веревок и канатов.

При использовании канатов и веревок в ландшафтном дизайне востребованы их ключевые характеристики: изгибоустойчивость, разрывная нагрузка, гигроскопичность, биостойкость и т.д. Декоративный канат из пеньки, сизали, манильской пеньки в качестве элементов ограждений, материала отделки колонн, балок и т.п. со временем под действием влаги и солнечного света приобретает винтажный вид. При этом канат практически не теряет своих свойств на протяжении нескольких лет.

Декоративные канаты и веревки из натуральных волокон производятся без дополнительной химической обработки в отличие от тканей, где, где спрос определяется в значительной степени вкусами потребителей и его эстетическими требованиями. Декоративные канаты и веревки используются при строительстве и оформлении лестниц в качестве элементов лестничных ограждений и балюстрад, балясин, перил, поручней, крепежа и фурнитуры. Канатами и декоративными веревками обматывают вертикальные строительные конструкции в помещениях и на улице, столбы, арки, перголы. Обернутые веревкой ножки столов и стульев, обтянутые шпагатом вазы и абажуры, шторы и жалюзи из веревок, гамаки, детские веревочные лестницы - вот только некоторые примеры из обширной интерьерной практики. Даже обычные бечевки, шпагат, пеньковая веревка могут быть использованы для создания изделий для украшения интерьера, настенных панно, декоративных тарелок.

Международный
Салон трикотажных полотен

SALON OF KNITTED FABRICS

15-18 сентября 2020

Москва, ВДНХ,
павильон №75

Для производства мужской,
женской и детской одежды

Для производства спортивной одежды

Для производства белья

Для производства домашнего текстиля

Пряжа

55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильлегпром 
 **Textilegprom**

www.textilexpo.ru

16+



**ХОРОШИЙ
ВЫБОР**
УНИВЕРСАМ

Региональные сети объединяются в ФС «ХОРОШИЙ ВЫБОР»

Фото предоставлены автором

Интервью с Сергеем Леоновым, одним из создателей и директором по развитию Торговой сети «Хороший выбор»



Сергей ЛЕОНОВ

Директор по развитию
Торговая сеть «Хороший выбор»

Расскажите об Альянсе торговых сетей Хороший выбор?

Сеть начала создаваться три года назад путем объединения уже готовых региональных сетей в франчайзинговую федеральную сеть «Хороший Выбор». На сегодняшний момент сеть объединяет 8 региональных компаний, в которые входят 670 магазинов разного формата, в Тульской, Архангельской, Томской, Свердловской, Читинской областях, Алтайском крае, республике Бурятия. Это достаточно крупные региональные компании, которые объединились под единой вывеской «Хороший выбор», организовали офис в Москве и вывели в централизованное управление такие вопросы как управление товарными категориями, IT и логистику.

Какие цели и планы на будущее у ФС «Хороший Выбор»?

Если говорить о цели – мы хотим стать одной из крупнейших в стране федеральной торговой сетью. В наших планах – развивать

сеть «Хороший выбор», открывать для себя новые регионы, увеличивать количество торговых точек. Недавно мы адаптировали компанию «СПАР Тула», в ее составе 64 магазина в Тульской и Московской области, кроме этого в работе находятся еще несколько сетей. В 2019 г. наш товарооборот составил около 120 млрд. руб., в планах на 2020 г. Подключить еще 4 компании и добиться совокупной выручки более 160 млрд. руб.

Какие предпосылки привели к созданию ФС «Хороший Выбор»?

Любая из существующих сегодня региональных сетей на настоящий момент имеет три вектора давления.

Первое – это давление маржинальностью со стороны федеральных сетей. На аналогичные товары у наших крупнейших федеральных конкурентов существуют лучшие условия, потому что

их объемы закупок больше, соответственно, цена на один и тот же товар для нас от производителей выше. Логично, что покупатели, выбирают все чаще ту сеть, где цена на такой товар ниже.

Второе давление – это давление инновациями. Под инновациями мы понимаем новые технологии, связанные с разными аспектами управления. От управления товарными категориями до персонализированных предложений покупателям. То, во что они не могут инвестировать огромные деньги в отличие от федеральных сетей.

Например, для того, чтобы создать информационную систему, которая управляет планogramмой нужно потратить более 100 тыс. евро. Одно дело, когда 100 тыс. евро тратит компания с оборотом 2 млрд. руб. и другое компания с оборотом как 1,5 триллиона рублей. В данном случае, крупнейшие федеральные сети давно себе

могла позволить такую информационную систему и даже не заметить эти инвестиции. Для любой региональной сети это существенная часть расходов и в этом смысле они отстают в инновационном плане.

Третий тип - это давление компетенциями. Региональные компании испытывают более большой дефицит опытных и компетентных руководителей и менеджеров, которые могут сформулировать, внедрить и управлять проектами, создающие конкурентные преимущества, а для федеральных сетей это не сложная задача, они могут привлекать компетенции из западных сетей, прошедших уже путь развития рынка и этап консолидации, которые имеют высокую квалификацию, обладают знаниями и понимают, как этот рынок будет выглядеть через 10 лет.

В этом смысле логично, что региональные сети испытывающие данные давления захотели объединить усилия для решения данных вопросов.

Какие вопросы решает вступление в ФС «Хороший Выбор»?

Такие вопросы, как создание конкурентоспособной структуры ассортимента с учетом регионального потребления, улучшение коммерческих условий по федеральным контрактам и, как следствие, сопоставимые с федеральными конкурентами цены. Введение в ассортимент уникальных для рынка региона продуктов. Внедрение единой информационной системы, позволяющей более эффективно и быстро управлять товарными категориями. Возможность совместно использовать компетенции в центральном офисе.

Какой механизм работы внутри ФС «Хороший Выбор»?

Существует центральный офис - юридическое лицо, которое по сути является управляющей компанией этих региональных сетей в части категорийного управления, касающихся федеральных производителей, импорта, стоковых закупок. Сети являются



автономными, это разные юридические лица, у них разные владельцы, но центральный офис решает три задачи. Первое - это категорийное управление всех товарных категорий, кроме товаров собственного производства (свежие продукты и кулинария), овощи и фрукты. Переговоры с федеральными производителями и получение более лучших коммерческих условий, поиск уникальных интересных продуктов за рубежом и их закупки для нужд региональных компаний, централизованные закупки стоков товаров по низким ценам. Второе - это единая для всех региональных компаний ИТ-инфраструктура. Третье - это единая логистическая инфраструктура. Все это происходит через центральный офис в Москве.

Расскажите об условиях работы с франчайзинговой сетью «Хороший выбор» чтобы понять какие есть преграды? На вашем сайте есть открытая форма для сотрудничества, но большинство сетей славятся тем что открытая форма есть, а результата нет.

У нас разработана собственная система работы с потенциальными поставщиками. Мы не принимаем предложение от производителей в каких-либо презентационных видах, не нужно дозваниваться в наш офис или присылать на почту предложения. Достаточно зайти на наш сайт и ввести данные о своих товарах, эти данные попадут в нашу единую базу мастер данных о товарах. Таким образом мы уже знаем о более чем 5000 производителях и более 300 000 товарах, которые они производят. Для ввода информации о товаре используется специальная мастер-форма на сайте, мы сделали её таким образом, чтобы в дальнейшем не тратить время на заполнение карточек товаров в сетях - партнерах ФС «Хороший Выбор». После обработки и проверки информации производитель заполняет шаблон коммерческого предложения и получает доступ к личному кабинету, в котором отражается его собственное коммерческое предложение, а так же, предложения конкурентов в данной товарной категории и ценовом сегменте. Мы выбираем из этих предложений те, которые нам максимально интересны и уже после этого встречаемся с интересующими нас компаниями. То есть, мы не встречаемся с каждым из производителей, которые разместили на нашем сайте информацию, но каждый производитель имеет





обратную связь через свой личный кабинет. В личном кабинете производитель может видеть информацию о том, как позиционируется (в какой строчке рейтинга находится им предлагаемый товар) в нашей информационной системе и оценить свое предложение относительно конкурентов. В системе существуют критерии, которые используются для определения рейтинга товаров.

Первый критерий - это прогноз продаж, второй - потенциальная маржинальность на каждый товар (это разница цены на такой товар у конкурента на полке и себестоимости товара которую предлагает нам производитель). Себестоимость - это цена очищенная от бонусов с учётом логистики до магазина в данном. Третий критерий - это TPR бюджет который производитель готов потратить на промо продвижение своего товара в нашей сети за год. Четвертый критерий - это качество товара, основой оценки качества является результаты лабораторных исследований Роскачества.

Потенциальному поставщику, чтобы повысить рейтинг своего товара, нужно показать прозрачную коммерческую политику, из которой мы должны увидеть выгоду по отношению к нашим конкурентам. На пример: есть два производителя первый улучшил коммерческие условия на 20%, а второй ухудшил на 5%. Мы рассматриваем обоих производителей и выясняем, что тот, кто ухудшил условия дает нам зарабатывать маржи относительно цен наших конкурентов больше, чем тот, кто улучшил на 20%. Конечно, мы выбираем того, с кем выгодней. Мы работаем с большим количеством производителей, и еще достаточно большое количество производителей хочет с нами работать. Таким образом мы даем возможность любому производителю сделать предложение без участия наших специалистов, управляющих категориями. Нам на помощь приходит наша информационная система, которая доступна абсолютно всем производителям и в которой осуществляются некие пред-онлайн торги. Только после прохождения онлайн-процедур мы выбираем и общаемся с теми производителями, которые прошли отбор. В этом году более 5000 производителей смогли сделать для нас предложения, но выбрали мы 405 компаний. Затратив не большое количество ресурсов.

Понятно, что продукты питания – основа ассортимента. Какой процент текстильной продукции в ваших магазинах?

Сегмент текстильной продукции представлен по-разному, в гипермаркетах больше, в магазинах «у дома» - меньше. Если говорить про средневзвешенную долю в общем обороте non-food, сейчас она находится в районе 7%, а текстиля примерно 2%. Это совсем небольшая доля, годовой оборот по текстильной продукции составляет до 3 млрд. рублей.

Планируете развивать текстильное направление?

Обязательно, в этом году мы начали работать с импортом, т.к. рассматриваем не только российского производителя.

Каким образом вы будете работать с импортными производителями?

У нас создан календарь сезонов для каждого региона и определена структура ассортимента. Мы проводим переговоры с производителями от Бангладеш до европейских стран. Мы используем опыт компаний - партнеров ФС «Хороший Выбор». Для нас не столько важно импортное это или российское производство, сколько важно заполнение прилавков товарами на которые есть максимальный спрос наших покупателей.

Как обстоят дела с собственной торговой маркой в ваших сетях?

Каждый наш партнер - региональная компания имеет свой набор торговых марок. Но с 2020 года мы начинаем плотно работать над торговыми марками федеральными, которые будут представлены во всех регионах.

Какие товары текстильной и легкой промышленности пользуются спросом?

Наши региональные магазины находятся не только в центральных, но и в отдаленных регионах, в рабочих поселках в Сибири в Алтайском крае, поэтому есть специфика. Основные товары - это обувь для дома, спорта и сада. Также это швейные изделия, детское белье, трикотаж, одежда для сна, белье, чулки, носки, верхняя мужская одежда, постельное белье и полотенца.

Спасибо за интересное интервью. Мы желаем развития вашей сети «Хороший Выбор» и воплощения ваших планов, а, так же, надеемся, что полки ваших магазинов будут заполнены отечественными, качественными, текстильными товарами!

Международный салон
трикотажа
и трикотажных полотен

Knit SALON Wear

15-18 сентября 2020

Москва, ВДНХ,
павильон №75

Трикотажные полотна
Верхний трикотаж
Перчаточные изделия
Чулочно-носочные изделия
Пряжа

55-я Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования
текстильной и лёгкой промышленности

Текстильлегпром 
Textilelegprom

www.textilexpo.ru

16+



Текстиль Профи - Москва

«Текстиль Профи - Москва» – это отраслевой оптово-розничный торговый комплекс товаров текстильной и лёгкой промышленности. Созданный в 2003 году, он расположен на территории бывшей ткацкой фабрики, которая ведёт свою историю с 1734 г.

Комплекс расположен в 11 км от МКАД по Новорязанскому шоссе в непосредственной близости. В двадцати минутной зоне охвата проживает более 750 тыс. человек.

Общая площадь площадки составляет 80 000 м², включая 20 000 м² торговых помещений, 50 000 м² складских помещений и 10 000 м² производственных площадей. На территории размещены более 400 бутиков, магазинов, офисов продаж, предоставляющих покупателям широкий ассортимент текстильной продукции как крупным и мелким оптом, так и в розницу. Основу арендаторов составляют производители, крупные и средние производственно-торговые компании, гарантируя фабричные цены и высокое качество домашнего текстиля, тканей, тюлей, портьер, швейной фурнитуры, швейного оборудования, женской и мужской одежды, нижнего белья, чулочно-носочного

ассортимента, модного детского трикотажа, спецодежды, медицинской одежды, обуви, мебели, фурнитуры для мебели.

Среди арендаторов текстильного комплекса как профильные компании: «ТДЛ Текстиль», «Valtery», «Fiesta», «Welltex», ТО «Монолит», «MONA LIZA», «ARYA», «Белорусский лен», «LERTEX group», «MAISON D'OR», «Волентекс», «OLDOS», «ЮН-СЕН», «Трансметалл», «ЛентаБел», «KATO», «RuTkanі», «ЭРА текстиля», «7Я», «Павловопосадская платочная мануфактура», «Тамбовчанка», спецодежда «Патруль» и «Камея», «HASS», «ALWERO»,

«Носкофф», ТД «Черемушки», так и крупные федеральные компании: ТД «Перекресток», ТК «Деловые линии», ТК «Байкал-Сервис», «OZON», «Улыбка радуги», «РИГЛА», «МТС», «Аквафор» и многие другие.

Также на базе площадки есть ряд дополнительных услуг, к ним относятся: юридические и правовые консультации и обслуживание, мониторинг и информационная поддержка партнеров, услуги банковских операций и рекламные услуги, грузоперевозки по всей территории России, логистика. Формат комплекса действительно уникален. Инфраструктура

позволяет открыть склад, производство, офис и получить дополнительно правовые, транспортные, банковские, логистические, гостиничные и рекламные услуги. И все это аккумулируется на одной территории, создавая комфортное бизнес-пространство.

«Текстиль Профи» - уникальный продукт на Российском рынке, которому нет аналогов. Комплекс был создан первым, как крупнейшая на рынке текстильной промышленности отраслевая площадка. Уникальность «ТекстильПрофи-Москва» позволила соединить всех производителей, оптовиков, покупателей и создать комфортную торговую среду.

Торговый комплекс обладает развитой инфраструктурой, которая привлекает не только покупателей, но и создает комфортное пространство для самих арендаторов: два отделения банков («Сбербанк» и «ФинансБизнесБанк»), банкоматы различных банков, несколько кафе и продуктовой супермаркет, отель «Silky Way», юридические и бухгалтерские услуги, услуги страхования, круглосуточная охрана, клининг.

Торговые площади в ТК «ТекстильПрофи» представлены помещениями, в основном с витринным остеклением площадью от 39 до 600 кв.м. Большой частью это салоны домашнего текстиля, штор, посуды. Все магазины первого этажа осуществляют розничную торговлю.

На втором этаже на площади 800 кв.м расположен мебельный салон, а также в павильонах площадью от 13,5 до 140 кв.м разнообразные магазины швейной фурнитуры и оборудования, спецодежды, офисы и шоу-румы текстильных компаний и швейные цеха.

Складская территория образована складами категорий В и С. Это и современные теплые склады с наливным полом «антипыль» и высотой потолков 5 м., так и склады

в помещениях бывшей ткацкой фабрики, но также теплые и отлично подходящие для хранения товара, площадью от 40 кв.м до 5000 кв.м.

Все складские помещения оснащены круглосуточной охранной сигнализацией, пожарной сигнализацией. Установлена система видеонаблюдения складской территории и круглосуточное патрулирование.

Транспортные компании «Деловые линии» и «Байкал-Сервис» помогают арендаторам наладить эффективную логистику.

Большая концентрация текстильных производителей как сырья, так и готовой продукции (70% от всех арендаторов складских помещений), позволяет наладить взаимовыгодные партнерские отношения.



ПРОГРАММА ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ТОВАРОВ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ «НЕДЕЛИ ТЕКСТИЛЯ И МОДЫ»

ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ ТОВАРОВ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

даты	ВЫСТАВКИ	город	Организатор
ЯНВАРЬ			
23-26 января	«МОДНЫЙ BAZAR»	г. Челябинск	ООО «Первое выставочное объединение»
30 января – 2 февраля	Зимняя ярмарка	г. Челябинск	ВК «Экспочел»
ФЕВРАЛЬ			
11-14 февраля	54-я Федеральная оптовая ярмарка «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ»	г. Москва	АО «Текстильэкспо»
11-14 февраля	Зимний торжок	г. Архангельск	ВЦ «Поморская ярмарка»
12-15 февраля	«Для Вас, женщины и мужчины»	г. Белгород	ВКК «Белэкспоцентр»
26 февраля – 1 марта	Модный товар	г. Волгоград	ВК «ВолгоградЭКСПО»
27 февраля – 1 марта	«Мужчина и Женщина. Очарование»	г. Челябинск	ООО «Первое выставочное объединение»
МАРТ			
2-4 марта	Семейный каледоскоп	г. Чита	ВЦ «Забайкальский»
4-8 марта	Мода и стиль Kazan Fashion Week	г. Казань	ВЦ «Казанская ярмарка»
12-15 марта	Индустрия моды	г. Санкт-Петербург	ВО «Фарэкспо»
18-21 марта	Неделя моды	г. Белгород	ВКК «Белэкспоцентр»
18-22 марта	Весенний Салон	г. Тольятти	ВЦ «Экспо-Тольятти»
25-29 марта	Модный салон. Весна 2020	г. Саратов	ВЦ «Софит-экспо»
26-29 марта	Весна в Нижнем	г. Нижний Новгород	ВЗАО «Нижегородская ярмарка»
АПРЕЛЬ			
2-5 апреля	СТИЛЬ И МОДА	г. Челябинск	ООО «Первое выставочное объединение»
8-12 апреля	Модный товар. Весенний	г. Волгоград	ВК «ВолгоградЭКСПО»
22-26 апреля	ШЁЛКОВЫЙ ПУТЬ	г. Челябинск	ООО «Первое выставочное объединение»
22-26 апреля	ВСЕРОССИЙСКАЯ ЯРМАРКА	г. Ижевск	ВЦ «Удмуртия»
МАЙ			
13-17 мая	Модный товар. Летний	г. Волгоград	ВК «ВолгоградЭКСПО»
20-23 мая	УРАЛЬСКАЯ НЕДЕЛЯ МОДЫ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	г. Челябинск	ООО «Первое выставочное объединение»
27-31 мая	Модный салон. Лето 2020	г. Саратов	ВЦ «Софит-экспо»
ИЮЛЬ			
22 – 25 июля	Модное лето	г. Челябинск	ООО «Первое выставочное объединение»
СЕНТЯБРЬ			
15-18 сентября	55-я Федеральная оптовая ярмарка «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ»	г. Москва	АО «Текстильэкспо»
16 – 20 сентября	Модный салон. Осень 2020	г. Саратов	ВЦ «Софит-экспо»
ОКТАБРЬ			
14-18 октября	Осенний Салон	г. Тольятти	ВЦ «Экспо-Тольятти»
21-24 октября	Неделя моды	г. Белгород	ВКК «Белэкспоцентр»
22-25 октября	Модная осень	г. Нижний Новгород	ВЗАО «Нижегородская ярмарка»
НОЯБРЬ			
18 – 22 ноября	Модный салон. Зима 2020	г. Саратов	ВЦ «Софит-экспо»
СНГ			
29 февраля – 3 марта	Home Textile	Казахстан, Алматы	Central Asia Trade Exhibitions
15-17 марта	Central Asia Fashion	Казахстан, Алматы	ВК «САТЕХРО»
21-23 июня	МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ОБУВИ, МЕХА, КОЖИ И АКССУАРОВ - EliteLine	Казахстан, Алматы	ВК «САТЕХРО»
20-22 августа	Детство / Детская мода	Казахстан	ВК ALEXPO
09-11 сентября	UzTextile Expo	Узбекистан, Ташкент	НВК «Узэкспоцентр»
7-9 октября	BelTexIndustry	г. Минск, РБ	НВЦ «БелЭкспо»



Национальная ассоциация предприятий **Текстильной и легкой промышленности**

Целью создания Ассоциации является представительство и защита интересов членов Ассоциации, объединение усилий и координация взаимодействия предприятий и организаций - членов Ассоциации, в принятии решений, направленных на устойчивую работу, повышение эффективности производства и увеличение объемов реализации продукции.

В настоящее время НАПТЛП это динамично развивающаяся структура, которая активно сотрудничает с государственными и общественными организациями, профессиональными объединениями, а также обеспечивает информационную и экспертную поддержку по актуальным отраслевым вопросам.

Приоритетной задачей Ассоциации является содействие созданию и развитию благоприятных экономических условий для каждого члена ассоциации.

Задачи Ассоциации:

- содействие повышению престижа российских товаров текстильной и легкой промышленности
- представление общих интересов членов Ассоциации в государственных и муниципальных органах власти, российских и международных организациях;
- содействие совершенствованию действующего законодательства и подзаконных актов, регулирующих деятельность членов Ассоциации
- противодействие недобросовестной конкуренции и распространению контрафактных товаров, содействие в защите авторских прав членов Ассоциации;
- повышение профессионального и технического уровня предприятий - членов Ассоциации, модернизация сферы производства товаров текстильной и легкой промышленности;
- координация совместной профессиональной деятельности членов Ассоциации;

Ассоциация открыта для всех представителей отрасли в России, а так же готова к сотрудничеству со всеми сторонами, заинтересованными в развитии текстильной и легкой промышленности РФ.

Россия, Москва, 115162, ул. Мытная, дом 46 стр.5, эт.7, офис 8

Тел. (495) 748-71-24

www.rutextiles.ru · info@rutextiles.ru

Группа Компаний Шенова (Şenova)



**ТУРЕЦКОЕ ТРИКОТАЖНОЕ ПОЛОТНО
от производителя**

info@senovatekstil.ru

www.senovatekstil.ru

МО, г. Котельники,
Дзержинское шоссе, д. 5/3
тел.: +7 (495) 532-61-34

г. Иваново,
ОТК "ТекстильПрофи-Иваново",
ул. Сосновая, д. 1, скл. С1174-1175
тел.: +7(4932) 59-04-85

г. Чебоксары,
Ишлейский проезд, д. 5А, скл. 5
тел.: +7 (8352) 60-66-44